

## Studiensteckbrief zur CHIP-Untersuchung „KUNDENORIENTIERUNG“

Untersuchungsobjekte:	461 Unternehmen/Anbieter und 41 Branchen
Methode:	Breit angelegte, eigeninitiierte und unabhängig von den bewerteten Unternehmen durchgeführte Verbraucherbefragungen über ein Online-Access-Panel
Befragungszeitraum:	Mai 2021
Stichprobe:	rund 34.000 Verbraucherurteile
Bewertungsdimensionen:	Angebotene Produkte/Dienstleistungen Beratungsleistung Serviceleistung Kundenkommunikation Preis-Leistungs-Verhältnis
Fragestellung je Bewertungsdimension:	Wie beurteilen Sie bei [Unternehmen/Anbieter] insgesamt die [Bewertungsdimension XY]?
Antwortskala:	ausgezeichnet (1) sehr gut (2) gut (3) mittelmäßig (4) schlecht (5) weiß nicht / kann ich nicht beurteilen (-)
Auswertung:	Je Unternehmen wird ein ungewichteter Mittelwert je Bewertungsdimension (Antwortskala 1-5) gebildet. Anhand der Mittelwerte der fünf o.g. Bewertungsdimensionen wird je Unternehmen ein ungewichteter Gesamtindex-Wert errechnet.

**Auszeichnung:** Liegt der Gesamtindex-Wert eines Unternehmens innerhalb der jeweiligen Branche höher als der Branchen-Mittelwert, wird dem Unternehmen eine „HOHE Kundenorientierung“ zugeschrieben. Liegt der Eigenwert zusätzlich höher als der Mittelwert dieser „überdurchschnittlichen“ Gruppe, wird dem Unternehmen eine „SEHR HOHE Kundenorientierung“ zugeschrieben. Das Unternehmen, welches innerhalb seiner Branche den höchsten Eigenwert aufweist, erhält die Auszeichnung „HÖCHSTE Kundenorientierung“ und gilt als Nr. 1 der Branche, im Vergleich mit allen untersuchten und ausgewiesenen Unternehmen dieser Branche.

Zudem werden innerhalb der Branchen die jeweils Erstplatzierten der einzelnen Bewertungsdimensionen (Produkte/Dienstleistungen, Beratungsleistung, Serviceleistung, Kundenkommunikation, Preis-Leistungs-Verhältnis) mit dem Prädikat „BESTE“ ausgewiesen.

**Online-Veröffentlichung:** [CHIP 365 – Online Veröffentlichung](#)