

Studiensteckbrief zur FOCUS-MONEY-Studie „Fairste Kundenhotline“

Untersuchungsobjekte:	581 Unternehmen/Anbieter und 33 Branchen
Methode:	Eigeninitiierte und unabhängig von den bewerteten Unternehmen durchgeführte Bevölkerungsumfrage über ein Online-Access-Panel
Befragungszeitraum:	August 2021
Stichprobe:	mehr als 51.000 Verbraucherurteile
Fragestellung:	„Mit welchen der folgenden Unternehmen/Anbieter hatten Sie innerhalb der letzten 12 Monate über die Kunden- bzw. Service-Hotline telefonischen Kontakt? Ob als Interessent oder Kunde, inwiefern trifft es zu, dass Sie sich fair behandelt gefühlt haben? Berücksichtigen Sie bitte den ganzen Verlauf, von der Suche nach der Hotline über die Erreichbarkeit und der Art der Annahme Ihres Anrufs bis hin zum Gespräch und Ihrer Anliegenbearbeitung.“
Antwortskala:	„trifft voll und ganz zu (1), trifft zu (2), trifft eher zu (3), trifft eher nicht zu (4), trifft nicht zu (5) bzw. hatte keinen Telefonkontakt / ist mir nicht bekannt (-)“
Auswertung:	Je Unternehmen wird der ungewichtete Mittelwert/Score über alle Antworten/Bewertungen (Antwortskala 1-5) gebildet
Auszeichnung:	Liegt der empirische Mittelwert eines Unternehmens niedriger (= besser) als der Gesamt-Mittelwert der jeweiligen Branche, wird dem Unternehmen die Auszeichnung „FAIRE Kundenhotline“ zugeschrieben. Liegt der Eigenwert zusätzlich niedriger (= noch besser) als der Mittelwert dieser „überdurchschnittlichen“ Gruppe, erhält das Unternehmen die Auszeichnung „FAIRSTE Kundenhotline“.