

Studiensteckbrief zur Handelsblatt-Untersuchung „Deutschlands Kundenfavoriten“

Untersuchungsobjekte:	2.108 Unternehmen/Anbieter und 153 Branchen/Kategorien
Methode:	Eigeninitiierte und unabhängig von den bewerteten Unternehmen durchgeführte Nutzer-/Kundenumfrage über ein Online-Access-Panel mit über 900.000 registrierten Panelisten. Es werden keine Kundenadressen der Unternehmen/Anbieter eingeholt oder genutzt.
Befragungszeitraum:	März bis April 2022
Stichprobe:	rund 386.000 Verbraucherurteile
Globalfragestellung:	„Welche der folgenden Anbieter [aus Branche xy] würden Sie bevorzugen, wenn Sie entsprechende Leistungen bzw. Produkte in Anspruch nehmen wollten? Bitte entscheiden Sie, als hätten Sie freie Wahl, ganz gleich, ob Sie bereits Kunde sind, werden oder auch nicht werden könnten.“
Antwortskala:	1 = würde ich allen anderen gegenüber bevorzugen, 2 = würde ich den meisten gegenüber bevorzugen, 3 = würde ich nur wenigen gegenüber bevorzugen, 4 = würde ich keinem gegenüber bevorzugen bzw. kann ich nicht beurteilen (-)
Auswertung:	Je Unternehmen wird der ungewichtete Mittelwert/Score über alle Antworten/Bewertungen (Antwortskala 1-4) gebildet
Auszeichnung:	Liegt der empirische Mittelwert eines Unternehmens niedriger (= besser) als der Gesamt-Mittelwert der jeweiligen Branche, wird dem Unternehmen die Auszeichnung „HOHE Empfehlung“ zugeschrieben. Liegt der Eigenwert zusätzlich niedriger (= noch besser) als der Mittelwert dieser „überdurchschnittlichen“ Gruppe, wird dem Unternehmen eine „SEHR HOHE Empfehlung“ zugeschrieben. Das Unternehmen mit dem besten Mittelwert innerhalb einer Branche erhält die Auszeichnung „HÖCHSTE Empfehlung“.