

Studiensteckbrief zur WELT-Untersuchung „KUNDENZUFRIEDENHEIT IM B2B“

Untersuchungsobjekte:	482 Unternehmen / Anbieter und 40 Branchen
Methode:	Eigeninitiierte und unabhängig von den bewerteten Unternehmen durchgeführte Verbraucherbefragungen über ein Online-Access-Panel
Befragungszeitraum:	September 2022
Stichprobe:	rund 50.000 Urteile
Fragestellung:	„Sie haben in Ihrer beruflichen Tätigkeit Kontakt zu Dienstleistern, Händlern oder Produzenten aus dem Firmenkundengeschäft, sei es als Entscheider, Einkäufer oder Nutzer/Anwender in Ihrem Unternehmen? Dann bitten wir Sie, im Folgenden auf Basis Ihrer Erwartungen, Erfahrungen und Informationen den Grad Ihrer Gesamtzufriedenheit mit dem jeweiligen Unternehmen anzugeben.“
Antwortskala:	Außerordentlich zufrieden (1), Sehr zufrieden (2), Zufrieden (3), Eher zufrieden (4), Eher unzufrieden (5), Unzufrieden (6), Sehr unzufrieden (7) bzw. kann ich nicht beurteilen / ist mir nicht bekannt (-)“
Auswertung:	Je Unternehmen wird der ungewichtete, arithmetische Mittelwert / Score über alle Antworten / Bewertungen (Antwortskala 1-7) gebildet
Auszeichnung:	Innerhalb einer Branche werden entsprechend ihres empirischen Mittelwertes die jeweiligen Unternehmen einem Ranking zugeführt. Unternehmen, deren Wert unterhalb (niedriger = besser) des Branchenmittelwertes liegen, sind Preisträger im B2B und erhalten den Zusatz „hohe Kundenzufriedenheit“. Unternehmen, deren Wert unterhalb des Mittelwertes dieser Preisträger-Gruppe liegt, erhalten den Zusatz „sehr hohe Kundenzufriedenheit“ und das Unternehmen innerhalb einer Branche, welches den niedrigsten (also besten) Mittelwert aufweist, die Zusätze „Nr. 1“ und „höchste Kundenzufriedenheit“.
Online-Veröffentlichung:	www.servicevalue.de/ranking/kundenzufriedenheit-im-b2b/