

Studiensteckbrief zur Handelsblatt-Studie

„Deutschlands Beste Online-Portale“

Untersuchungsobjekte:	269 Online-Portale und 23 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:	Juni 2022
Stichprobe:	35.914 Nutzer-/Kundenurteile
Globalfragestellung:	„Wenn Sie alle Ihre Erwartungen, Erfahrungen und Informationen aus den letzten 24 Monaten zusammenfassen, wie bewerten Sie insgesamt folgende Online-Portale aus der Kategorie [XY]?“ Bitte bewerten Sie anhand folgender Schulnotenskala.“
Antwortskala:	„ausgezeichnet (1), sehr gut (2), gut (3), mittelmäßig (4), schlecht (5) bzw. kann ich nicht beurteilen (-)“
Auswertung:	Je Unternehmen wird der ungewichtete Mittelwert/Score über alle Antworten/Bewertungen (Antwortskala 1-5) gebildet
Auszeichnung:	Liegt der empirische Mittelwert eines Online-Portals niedriger (= besser) als der Gesamt-Mittelwert der jeweiligen Kategorie, wird dem Anbieter die Auszeichnung „BESTE Online-Portale“ zugeschrieben. Der Anbieter mit dem besten Mittelwert innerhalb einer Kategorie erhält die Auszeichnung „BESTES Online-Portal“.