

## Methodendarstellung – Österreichs Beste Kundenberatung

Bei der vorliegenden Untersuchung handelt es sich um eine Online-Befragung über ein externes und unabhängiges Online-Access-Panel. Dabei werden sog. Panelisten eingeladen, die gestützt vorgelegten Untersuchungsobjekte (hier: Händler/Dienstleister unterschiedlichster Branchen) als Kunde bzw. Interessent zu bewerten. Von den registrierten Panelisten liegen soziodemografische Merkmale vor, so dass bevölkerungsrepräsentativ angesteuert werden kann.

Es werden keine Kundenadressen der bewerteten Händler/Dienstleister eingeholt oder genutzt. Die Befragung erfolgt eigeninitiiert und ohne Einbindung der untersuchten Anbieter. Jeder Panelist erhält eine für ihn überschaubare Auswahl von Händler/Dienstleister zur Bewertung angezeigt.

Pro Unternehmen werden mind. 120 Verbraucherstimmen eingeholt. Bei einzelnen Anbietern kann die Stichprobengröße in Abhängigkeit von Inzidenzrate und Anzahl an Urteilen auch niedriger sein. Insgesamt wurden 533 Händler/Dienstleister aus 38 Branchen anhand von 64.263 Urteilen untersucht.

Die konkrete Fragestellung lautet:

**„Wenn Sie alle Ihre Erwartungen, Erfahrungen und Informationen aus den letzten 24 Monaten zusammenfassen, wie bewerten Sie insgesamt die Qualität der Kundenberatung bei folgenden Unternehmen? Die Branchenzugehörigkeit der Unternehmen (Händler/Dienstleister) ist in Klammern [...] dargestellt.“**

Die konkreten Antwortmöglichkeiten sind:

- „ausgezeichnet“ (1)
- „sehr gut“ (2)
- „gut“ (3)
- „mittelmäßig“ (4)
- „schlecht“ (5)
- „kann ich nicht beurteilen“ (nicht bewertungsrelevant)

Für die Auswertung wird der ungewichtete Mittelwert der abgegebenen Stimmen auf dieser 5-stufigen, linksschiefen und voll verbalisierten Zustimmungsskala je Anbieter berechnet. Anhand der Mittelwerte der Händler/Dienstleister wird ein Ranking über alle untersuchten Anbieter innerhalb der Branchen erstellt.

Liegt der empirische Mittelwert eines Händlers/Dienstleisters niedriger (= besser) als der Gesamtmittelwert der jeweiligen Branche, wird dem Anbieter die Auszeichnung „Gut“ zugeschrieben. Liegt der Eigenwert zusätzlich niedriger (= noch besser) als der Mittelwert dieser „überdurchschnittlichen“ Gruppe, erhält das Unternehmen die Auszeichnung „Sehr Gut“. Das Unternehmen mit dem besten Mittelwert innerhalb einer Branche erhält die Auszeichnung „Nr. 1“.