

Studiensteckbrief zur CHIP-Untersuchung „KUNDENORIENTIERUNG“ in Deutschland

Untersuchungsobjekte:	754 Unternehmen / Anbieter und 47 Branchen
Methode:	Breit angelegte, eigeninitiierte und unabhängig von den bewerteten Unternehmen durchgeführte Verbraucherbefragungen über ein externes Online-Access-Panel
Befragungszeitraum:	Mai bis Juni 2026
Stichprobe:	83.497 Verbraucherurteile
Fragestellung	Wie beurteilen Sie als Kunde bzw. Nutzer die Kundenorientierung der folgenden Unternehmen / Anbieter <u>insgesamt</u> ? Bitte berücksichtigen Sie bei Ihrer Beurteilung alle Erfahrungen und Erlebnisse der vergangenen 24 Monate mit dem jeweiligen Unternehmen / Anbieter in Bezug auf angebotene Produkte / Dienstleistungen, Beratungsleistung, Serviceleistung, Kundenkommunikation und Preis-Leistungs-Verhältnis.
Antwortskala:	ausgezeichnet (1), sehr gut (2), gut (3), mittelmäßig (4), schlecht (5) weiß nicht / 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 Unternehmens innerhalb der jeweiligen Branche niedriger (=besser) als der Branchen-Mittelwert, wird dem Unternehmen eine „HOHE Kundenorientierung“ zugeschrieben. Liegt der Eigenwert zusätzlich niedriger als der Mittelwert dieser „überdurchschnittlichen“ Gruppe, wird dem Unternehmen eine „SEHR HOHE Kundenorientierung“ zugeschrieben. Das Unternehmen, welches innerhalb seiner Branche den besten Eigenwert aufweist, erhält die Auszeichnung „HÖCHSTE Kundenorientierung“ und gilt als Nr. 1 der Branche.

Online-Veröffentlichung: [Kundenorientierung](#)