

# TÜV geprüftes Preis-Leistungs-Verhältnis Standard

## Prüfgrundlagen



## Grundsätzliche Prüfgrundlagen

Für die Auszeichnung „Preis / Leistung “ müssen zwei Voraussetzungen erfüllt sein:

1. Die Gesamtzufriedenheit muss von den Kunden des Unternehmens mit mindestens gut (2,2) bewertet werden.
2. Das Preis-Leistungsverhältnis muss von den Kunden mit mindestens gut (2,2) bewertet werden.

Grundsätzlich gilt, dass die Stichprobe einen repräsentativen Umfang haben muss.

## Angewandte Messmethodik

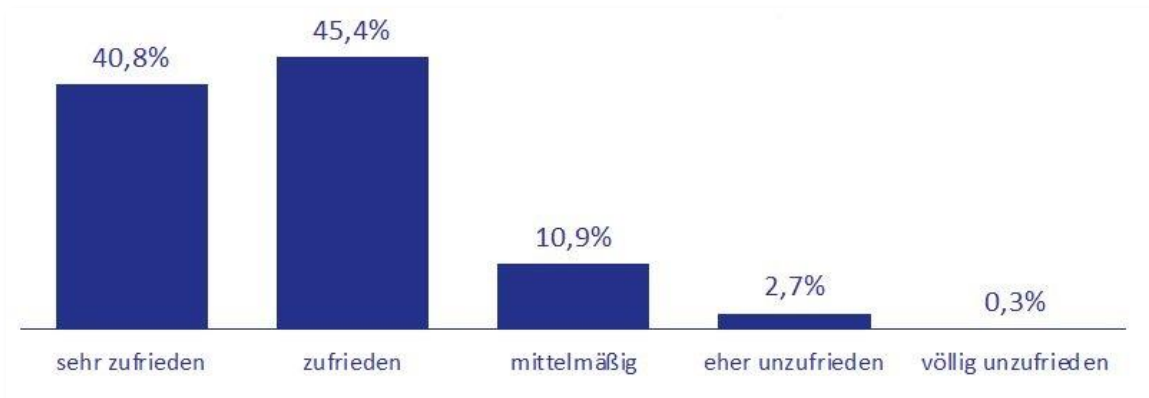
Unabhängig von der Methodik der Datenerhebung ist die Aufgabe der Datenanalyse, die Menge an Einzelinformationen zu ordnen, zu prüfen und letztlich auf ein überschaubares Maß zu verdichten. Das Ziel der deskriptiven Statistik ist es, aussagekräftige Kenngrößen zu finden. Dabei umfasst die deskriptive Statistik alle Verfahren, die sich mit der beschreibenden Aufbereitung und Auswertung der untersuchten Datenmenge befassen.

Der TÜV Saarland beschränkt sich im Rahmen der Auswertung auf univariate und bivariate Analyseverfahren. Die Basis einer Kundenzufriedenheitsanalyse ist in der Regel eine eindimensionale Häufigkeitsverteilung. Der Befragte hat bei jeder Frage verschiedene Antwortoptionen.

### Beispiel:

Frage: „Wie zufrieden sind Sie mit dem Preis- / Leistungsverhältnis bei dem Unternehmen?“

Der Befragte hat bei einer 5-stufigen Skalierung beispielsweise folgende Antwortoptionen: sehr zufrieden - zufrieden - mittelmäßig - eher unzufrieden - völlig unzufrieden



### Parameter der Häufigkeitsverteilung:

Der nächste Schritt zur Verdichtung des Datenmaterials erfolgt über Lageparameter (Kennwerte). Die wichtigsten Lageparameter sind in der deskriptiven Statistik die Mittelwerte. Durch die Bildung der Mittelwerte wird versucht, die Häufigkeitsverteilung durch einen einzigen Wert zu charakterisieren. In der Marktforschung wird hauptsächlich mit dem arithmetischen Mittel gearbeitet. Der Median oder Modus spielt nur eine untergeordnete Rolle.

Das arithmetische Mittel aus der oben dargestellten relativen Häufigkeitsverteilung beträgt 1,76. Dieser Wert wird im Zertifizierungsverfahren des TÜV Saarland zur Beurteilung einer Zertifikatsvergabe herangezogen.

	Mittelwert	Status	Note
Gesamtzufriedenheit Preis-/Leistungsverhältnis:	✓ 1,8	erfüllt	gut

Streuparameter wie die Varianz oder die Standardabweichung charakterisieren zwar den Datensatz hinsichtlich der Lage der Einzelwerte rund um das arithmetische Mittel, sind aber nicht mehr Bestandteil des Zertifizierungsverfahrens.

## Die Gesamtbeurteilung

Die Häufigkeitsverteilung ist die Basis der Kundenzufriedenheitsmessung und der Datenanalyse. Daher kommt der Operationalisierung, also in diesem Fall der verbalen Umschreibung der einzelnen Antwortoptionen, eine entscheidende Bedeutung zu.

### Verbale Umschreibung nach Schulnotensystem auf einer 5-stufigen Skala:

„Wenn Sie nun dieses Unternehmen insgesamt beurteilen, welche Beurteilung würden Sie abgeben?“  
sehr gut - gut - befriedigend - ausreichend - ungenügend

Zur Berechnung der Durchschnittsnote erfolgt folgende Umsetzung:

1 = sehr gut

2 = gut

3 = befriedigend

4 = ausreichend

5 = ungenügend

Als „gut“ im Sinne des Zertifizierungsverfahrens des TÜV Saarland gelten alle Werte, die im Mittel mindestens den Wert von 2,2 oder besser erreichen. Der TÜV Saarland verwendet bei den Befragungen diese Umschreibung.

### KRITERIEN FÜR DIE ZERTIFIKATSVERGABE

1,0 bis 1,7 = sehr gut

1,8 bis 2,2 = gut

# Stichprobenauswahl - Kundenbefragung allgemein

Die Bruttostichprobe muss auf Basis einer Zufallsauswahl ausgewählt werden. Die Einhaltung der Auswahlvorschriften wird dem TÜV Saarland schriftlich bestätigt.

## Allgemeine Auswahlvorschriften zur Zufallsauswahl:

1. Die gewählte Zufallsauswahlmethode muss sicherstellen, dass die Stichprobe die Grundgesamtheit (=Summe aller Kunden) im Verhältnis abbildet. Die Stichprobe muss ein repräsentatives Abbild der Grundgesamtheit sein. In die Grundgesamtheit werden einbezogen:
  - a. nur aktive Kunden
  - b. Kunden, die zwischen 18 und 75 Jahre alt sind
  - c. keine juristischen Personen
  - d. Ausschluss der Kunden, die keine Werbung / Mailing wollen
2. Folgende Verfahren dürfen der Zufallsauswahl nicht vorausgehen:
  - a. Auswahl bestimmter Kunden anhand ihrer Geschichte, z.B. Beschwerden
  - b. Auswahl bestimmter Kunden anhand bekannter Zufriedenheit oder Unzufriedenheit
  - c. Über- oder Unterrepräsentierung bestimmter Kundengruppen ohne vorherige Rücksprache mit dem TÜV Saarland

## Zusätzliche Ausschlussmerkmale bei Banken:

### Allgemein:

1. keine Organe der Bank
2. nur Kunden, die auch ein Konto eröffnet haben
3. Länderadresse = Deutschland

### Ausschlusskriterien (Kunden ohne Bonität) Banken:

1. Zwangsbetreibung
2. Entmündigt durch Gerichtsbeschluss
3. Forderungen wurden abgeschrieben
4. Kunde in Abwicklung
5. Nachlass

## Zusätzliche Ausschlussmerkmale Versicherungen:

### Ergänzende Vorschriften Versicherungen:

1. Anteil Kunden mit Schadensfällen beträgt mindestens 40%
2. Es muss ein repräsentativer Anteil an Kunden enthalten sein, die einen Schaden gemeldet, aber keine Entschädigung erhalten haben (z.B. keine Deckung, etc.)

## Zusätzliche Ausschlussmerkmale für sonstige Branchen:

Abhängig von den jeweiligen Branchen werden gegebenenfalls weitere Kriterien definiert.