



RESEARCH

Verbraucherinformation
TÜV Service tested

Mietra e.K.
Januar 2022

Inhalt



- Allgemeine Hinweise zu Prüfzeichen und Tipps
- Beschreibung der Vorgehensweise
- Ergebnisse und Zertifizierungsrichtlinien
- Erläuterung der Note und deren Bedeutung
- Fragen und Antworten zu Prüfzeichen



Allgemeine Hinweise zu Prüfzeichen und Tipps

Allgemeine Verbraucherhinweise



- Achten Sie bei Prüfzeichen generell darauf, was geprüft wurde. Beispielsweise sagt ein Test des Kundenservice eines Onlineshops nichts über die Qualität der angebotenen Produkte aus.
- Wirbt ein Unternehmen mit einem hohen Renditeversprechen in Zusammenhang mit einem TÜV Saarland Prüfzeichen, liegt möglicherweise ein Siegelmissbrauch vor. Der TÜV Saarland vergibt keine derartigen Prüfzeichen.

Verbraucherhinweis: Thema Finanzen



- Vorsicht ist generell bei Finanzprodukten geboten, die eine hohe Rendite versprechen. Je höher die versprochene Rendite, desto größer ist das Ausfallrisiko. Es ist ratsam, sich nur für eine Geldanlage zu entscheiden, wenn diese auch verstanden wird. Erst wenn man sicher nachvollziehen kann, wie und wo das eigene Kapital investiert wird, lassen sich Risiken und Renditemöglichkeiten realistisch einschätzen. In der test-Ausgabe 05/2014 erhalten Verbraucher von Stiftung Warentest Tipps, um sich vor riskanten Geldanlagen zu schützen.

Verbraucherhinweis: Thema Vergleichsportale



- Vergleichsportale im Internet bieten ihre Leistungen in der Regel kostenlos an, verdienen jedoch Geld über Vermittlungsprovisionen. Es ist immer ratsam, vor einem Wechsel des Anbieters mehrere Tarifrechner zu nutzen und deren Ergebnisse zu vergleichen. Wenn Sie Preisvergleichsportale nutzen, achten Sie auf Voreinstellungen, die nicht für jedermann geeignet sind.

Verbraucherhinweis: Thema Versicherungen



- Für einen optimalen Versicherungsschutz reichen meist wenige Policen aus. Wirklich wichtig ist die Absicherung vor Risiken, die existenzbedrohend sind. Unbedingt erforderlich ist beispielsweise eine Haftpflichtversicherung oder eine Krankenversicherung.
- Auch eine Berufsunfähigkeitsversicherung ist empfehlenswert, falls Abhängigkeit vom Arbeitseinkommen vorliegt.
- Es hängt immer von den Lebensumständen ab, welche Versicherung notwendig ist. Für jeden Eigentümer einer Immobilie ist eine Wohngebäudeversicherung sehr zu empfehlen, während eine Gewässerschadenhaftpflicht nur für Öltankbesitzer relevant ist.
- Eine Reiserücktrittsversicherung kann empfehlenswert sein, wenn eine teure Pauschalreise gebucht wurde und vor allem wenn kleine Kinder mitreisen.
- Weitere Informationen erhalten Sie auch bei Verbraucherschutzorganisationen.



Beschreibung der Vorgehensweise

Kundenbefragung mit Hilfe einer repräsentativen Stichprobe



- Das Ziel der Befragung ist klar definiert:
Wie bewerten die Kunden des Unternehmens die Serviceleistungen und wie sind sie überhaupt mit dem Unternehmen zufrieden?
- Man kann hierzu alle Kunden befragen oder man beschränkt sich auf einen repräsentativen Personenkreis, der stellvertretend für alle befragt wird.
- Das kennt jeder von den Wahlprognosen bei Bundestags- oder Landtagswahlen. In diesem Fall wird nur ein kleiner, repräsentativ ausgewählter Teil der Grundgesamtheit befragt. Von dieser Auswahl kann mit einer genau definierbaren statistischen Genauigkeit auf die Grundgesamtheit geschlossen werden.

Allgemeine Auswahlkriterien einer Stichprobe



Hinweis: Je nach Branche können die Vorgaben ergänzt werden.

Beispiel Versicherungen:
Anteil Kunden mit Schadensfällen beträgt mindestens 40% und es muss ein repräsentativer Anteil an Kunden enthalten sein, die einen Schaden gemeldet aber keine Entschädigung erhalten haben (z.B. keine Deckung, etc.).

- 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:
 - nur aktive Kunden
 - Kunden, die zwischen 18 und 75 Jahre alt sind
 - keine juristischen Personen
 - Ausschluss der Kunden, die keine Werbung / Mailing wollen

- Folgende Verfahren dürfen der Zufallsauswahl nicht vorausgehen:
 - Auswahl bestimmter Kunden anhand ihrer Geschichte, z.B. Beschwerden
 - Auswahl bestimmter Kunden anhand bekannter Zufriedenheit oder Unzufriedenheit
 - Über- oder Unterrepräsentierung bestimmter Kundengruppen ohne vorherige Rücksprache mit dem TÜV Saarland

Beschreibung Untersuchungsdesign Online-Befragung



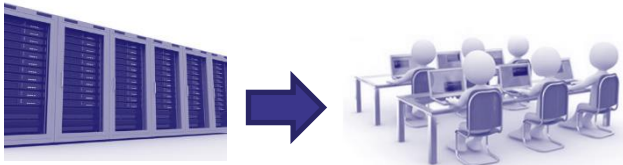
- Die Einladung zur Teilnahme an der Befragung erfolgt per E-Mail. Klickt der Teilnehmer den Link an, gelangt er auf das TÜV-Befragungsportal.



Fragen zu den Mitarbeitern

17	Freundlichkeit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18	Beratungskompetenz (der Berater geht auf Ihre Ziele / Wünsche ein)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19	Persönliche Betreuung durch Ihren Ansprechpartner	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20	Ihr Berater gibt Ihnen unaufgefordert wichtige Tipps und Hinweise	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21	Ihr Berater nimmt sich ausreichend Zeit für Sie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22	Ihr Berater behandelt Ihre Anliegen diskret	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23	Vertrauen zu Ihrem Berater	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Der Fragebogen wird von den Kunden am PC, Tablet oder Smartphone ausgefüllt. Unser Befragungssystem stellt sicher, dass jeder Befragte nur einmalig an der Befragung teilnehmen und den Link auch nicht weiterverteilen kann.

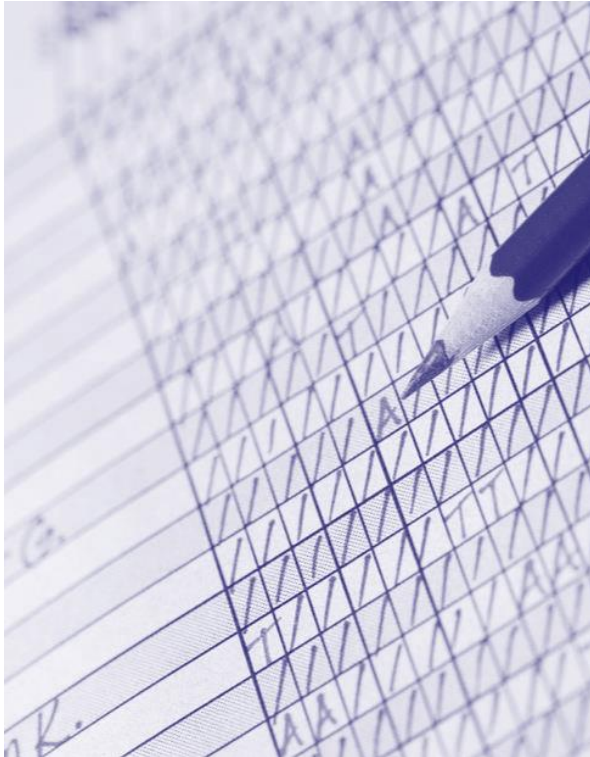


- Der ausgefüllte Fragebogen wird auf unseren Servern anonym in der Datenbank gespeichert. Am Ende des Befragungszeitraums gelangt der Datensatz in die Auswertungsabteilung, wo die Ergebnisse ermittelt werden.



Ergebnisse und Zertifizierungsrichtlinien

Zertifizierungsrichtlinien: TÜV Service tested



- TÜV Service tested basiert auf einer repräsentativen Kundenbefragung. Das Siegel wird nur an Unternehmen vergeben, die von ihren Kunden entsprechend gut bewertet werden. Die entscheidenden Aspekte sind:
 - Gesamtzufriedenheit mit dem Unternehmen:
Auf der 5-stufigen Skala (sehr gut, gut, befriedigend, ausreichend, ungenügend) muss mindestens die Durchschnittsnote 2,2 erreicht werden.
 - Gesamtzufriedenheit mit den Serviceleistungen:
Auf der 5-stufigen Skala (sehr gut, gut, befriedigend, ausreichend, ungenügend) muss mindestens die Durchschnittsnote 2,2 erreicht werden. Die erzielte Durchschnittsnote wird im Siegel ausgewiesen.
 - Wichtigste Kriterien:
Durch die Befragung wird ermittelt, welche Kriterien im Leistungsprozess am wichtigsten sind. Die fünf wichtigsten Einzelkriterien müssen im Durchschnitt auf einer 5-stufigen Skala mindestens die Durchschnittsbewertung 2,2 erreichen.

Inhalte der Befragung

Die Einzelkriterien: Teil Mieter



- Informationsgehalt der Website www.mietra.de
- Informationsgehalt des Mietra Service Portals (Login-Bereich)
- Schnelligkeit der Reaktion auf telefonische Anfragen
- Schnelligkeit der Reaktion auf Anfragen per E-Mail
- Komfort des Anmeldeprozesses für ein Schließfach auf der Website www.mietra.de
- Freundlichkeit der Mitarbeiter im Kundenservice
- Fachkompetenz der Mitarbeiter im Kundenservice
- Eingehen auf Wünsche (Fachtausch, Hilfe bei der Bedienung des Schlosses etc.)
- Platzangebot im Schließfach
- Design der Schließfächer
- Strapazierfähigkeit der Schließfächer im täglichen Gebrauch
- Handhabung des Schließmechanismus
- Sicherheit im Umgang mit dem Schließfach (Freiheit von scharfen Kanten)
- Pünktliche Zusendung der Zugangsdaten (1. Schultag)
- Informationen (per E-Mail oder Post) rund um Ihr Schließfach
- Preis-/Leistungsverhältnis der Mietra Schließfächer insgesamt

Inhalte der Befragung

Die Einzelkriterien: Teil Schulen



- Informationsgehalt der Website www.mietra.de
- Informationsgehalt des Login-Bereiches für Schulen – Mietra Service Portal
- Telefonische Erreichbarkeit des Mietra-Schulservice
- Freundlichkeit der Mitarbeiter
- Fachkompetenz der Mitarbeiter
- Schnelligkeit der Beantwortung von E-Mail-Anfragen
- Lösungsvorschlägen bei Anfragen per E-Mail
- Vor-Ort-Betreuung durch Ihren Außendienstberater
- Eingehen auf Ihre Wünsche (Flexibilität) bei der Planung der Schließfachanlage
- Fristgerechte Aufstellung der Schließfachanlage
- Planungsgemäße Umsetzung (Einbau) Ihrer Schließfachanlage
- Schnelligkeit der Durchführung von Reparaturen
- Haltbarkeit der Schließfachanlage im täglichen Gebrauch
- Qualität (Haltbarkeit, robuste Struktur) der Schließfächer
- Qualität der Schließsysteme (Schlösser)
- Jährliche Wartung (Revision) der Schließfächer an Ihrer Schule
- Jährliche Reinigung der Schließfächer an Ihrer Schule
- Pünktliche Fachvergabe (Nutzung ab 1. Schultag)
- Verwaltung / Koordination mehrerer Schließfachstandorte im Schulhaus

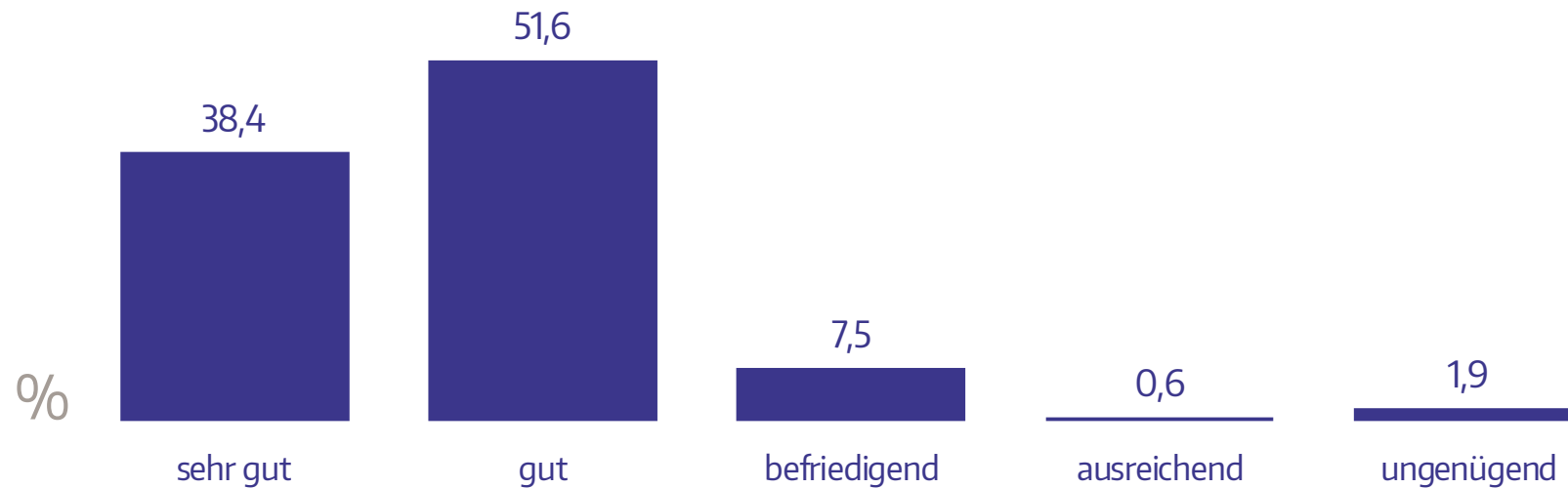
Untersuchungsdesign



- Online-Befragung der Kunden von Mietra. Befragt wurden die Verantwortlichen in Schulen und die Mieter der Schließfächer (Eltern der Kinder).
- An der Befragung beteiligten sich 169 Schulvertreter und 166 Mieter.
- Die Befragung setzte sich zusammen aus:
 - Gesamturteil
 - Beurteilung der Einzelkriterien
 - Wichtigkeitseinstufung der Einzelkriterien

Gesamtzufriedenheit Mieter: Serviceleistungen

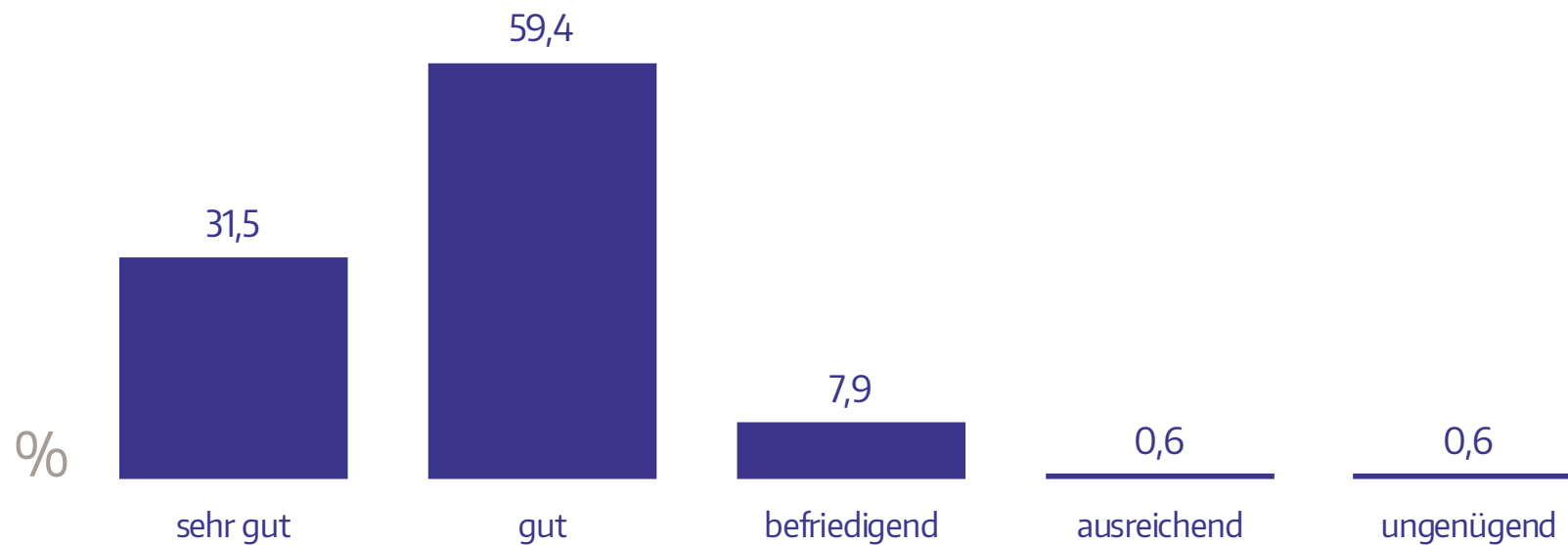
Mittelwert: 1,76 (n= 159)
Zertifizierkriterium erfüllt




Gesamtzufriedenheit Mieter: Unternehmen

Mittelwert: 1,79 (n= 165)

Zertifizierkriterium erfüllt



Zertifizierungskriterien Mieter: Wichtigkeiten und Mittelwerte

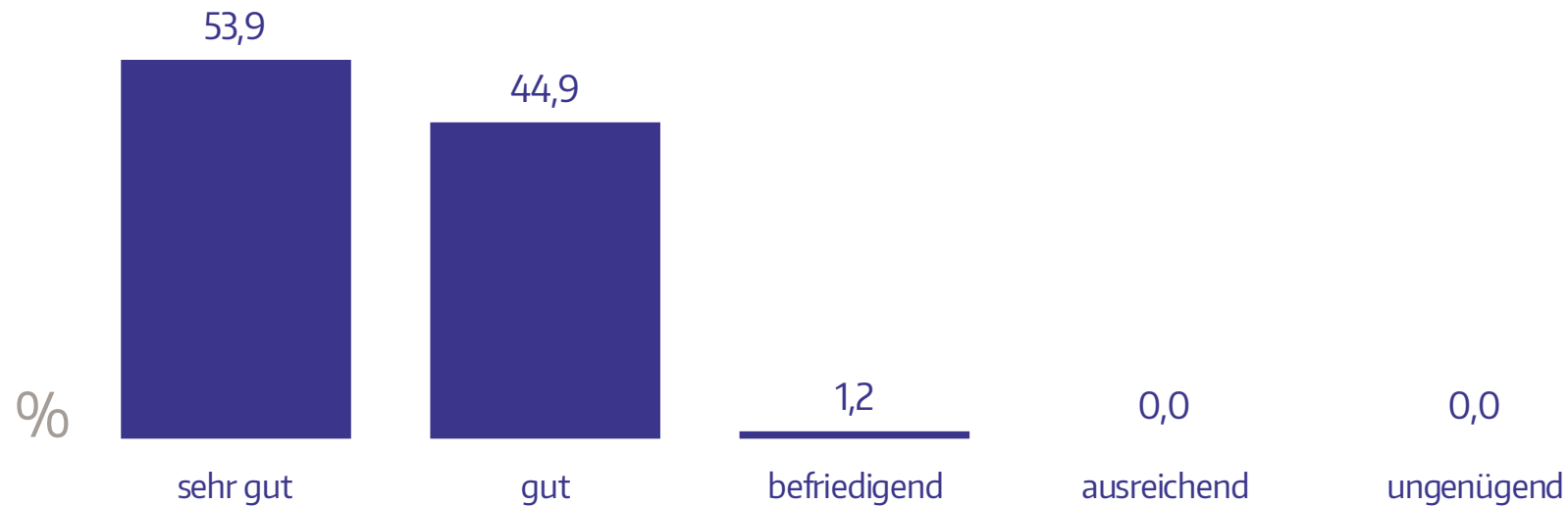
	Bewertung	Wichtigkeit	
Schnelligkeit der Reaktion auf Anfragen per E-Mail	✓ 1,73		50,6%
Platzangebot im Schließfach	✓ 1,86		50,6%
Preis-/Leistungsverhältnis der Mietra Schließfächer insgesamt	✓ 1,94		46,4%
Eingehen auf Wünsche (Fachtausch, Hilfe bei der Bedienung des Schlosses etc.)	✓ 1,68		41,6%
Handhabung des Schließmechanismus	✓ 1,86		39,2%
Pünktliche Zusendung der Zugangsdaten (1. Schultag)	✓ 1,45		36,7%
Komfort des Anmeldeprozesses für ein Schließfach auf der Website www.mietra.de	✓ 1,69		32,5%
Freundlichkeit der Mitarbeiter im Kundenservice	✓ 1,53		31,3%
Fachkompetenz der Mitarbeiter im Kundenservice	✓ 1,66		29,5%
Schnelligkeit der Reaktion auf telefonische Anfragen	✓ 1,68		28,3%
Informationen (per E-Mail oder Post) rund um Ihr Schließfach	✓ 1,53		26,5%
Strapazierfähigkeit der Schließfächer im täglichen Gebrauch	✓ 1,64		21,7%
Sicherheit im Umgang mit dem Schließfach (Freiheit von scharfen Kanten)	✓ 1,68		21,7%
Informationsgehalt der Website www.mietra.de	✓ 1,80		17,5%
Informationsgehalt des Mietra Service Portals (Login-Bereich)	✓ 1,78		16,9%
Design der Schließfächer	✓ 1,85		9,0%

Zertifizierungs-
kriterium

Gesamtzufriedenheit Schulen: Serviceleistungen



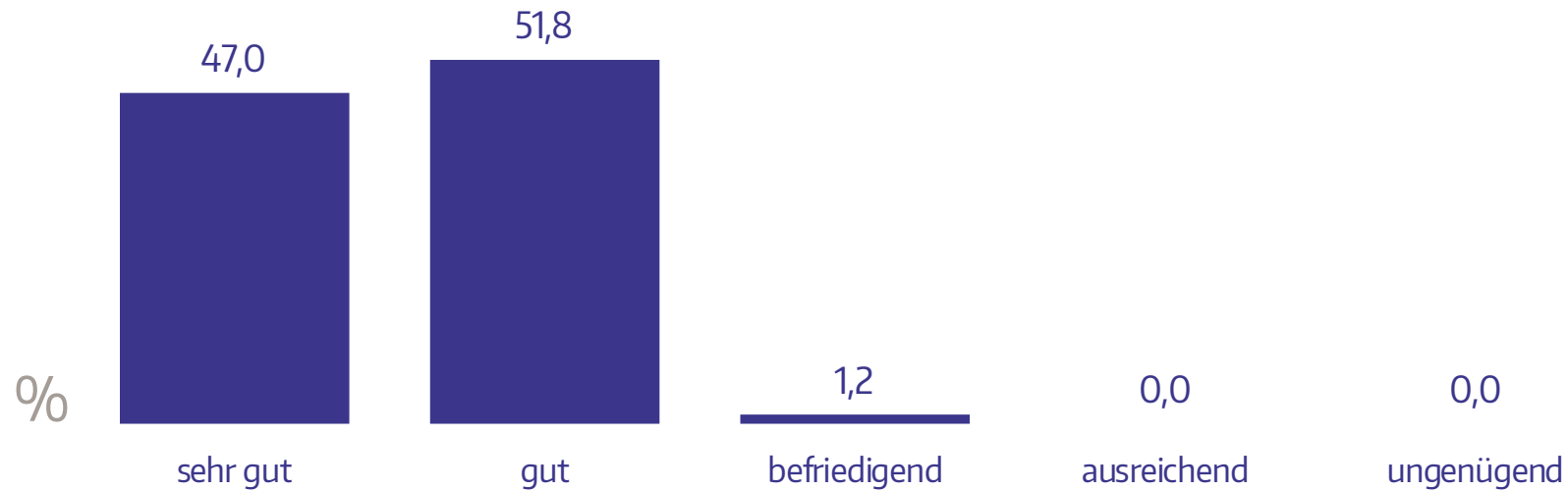
Mittelwert: 1,47 (n= 167)
Zertifizierkriterium erfüllt



Gesamtzufriedenheit Schulen: Unternehmen



Mittelwert: 1,54 (n= 166)
Zertifizierkriterium erfüllt



Zertifizierungskriterien Schulen: Wichtigkeiten und Mittelwerte

	Bewertung	Wichtigkeit
Telefonische Erreichbarkeit des Mietra-Schulservice	✓ 1,37	67,5%
Fachkompetenz der Mitarbeiter	✓ 1,34	49,1%
Pünktliche Fachvergabe (Nutzung ab 1. Schultag)	✓ 1,49	36,1%
Schnelligkeit der Durchführung von Reparaturen	✓ 1,66	33,7%
Jährliche Wartung (Revision) der Schließfächer an Ihrer Schule	✓ 1,43	31,4%
Freundlichkeit der Mitarbeiter	✓ 1,26	29,0%
Haltbarkeit der Schließfachanlage im täglichen Gebrauch	✓ 1,49	29,0%
Qualität (Haltbarkeit, robuste Struktur) der Schließfächer	✓ 1,44	28,4%
Qualität der Schließsysteme (Schlösser)	✓ 1,93	27,8%
Eingehen auf Ihre Wünsche (Flexibilität) bei der Planung der Schließfachanlage	✓ 1,43	26,0%
Schnelligkeit der Beantwortung von E-Mail-Anfragen	✓ 1,41	23,7%
Vor-Ort-Betreuung durch Ihren Außendienstberater	✓ 1,47	21,9%
Fristgerechte Aufstellung der Schließfachanlage	✓ 1,48	21,3%
Jährliche Reinigung der Schließfächer an Ihrer Schule	✓ 1,53	18,9%
Lösungsvorschlägen bei Anfragen per E-Mail	✓ 1,46	12,4%
Informationsgehalt der Website www.mietra.de	✓ 1,75	11,8%
Informationsgehalt des Login-Bereiches für Schulen – Mietra Service Portal	✓ 1,67	11,8%
Verwaltung / Koordination mehrerer Schließfachstandorte im Schulhaus	✓ 1,49	11,2%
Planungsgemäße Umsetzung (Einbau) Ihrer Schließfachanlage	✓ 1,48	8,9%

Zertifizierungs-
kriterium

Zertifizierung erfolgreich!

	Mittelwert	Status	Note
Gesamtzufriedenheit Service (Mittelwert Schulen und Mieter)	1,6	erfüllt	sehr gut
Gesamtzufriedenheit Unternehmen (Mittelwert Schulen und Mieter)	1,7	erfüllt	
Die fünf wichtigsten Kriterien nach Zielgruppe:		erfüllt	

Prüfsiegel





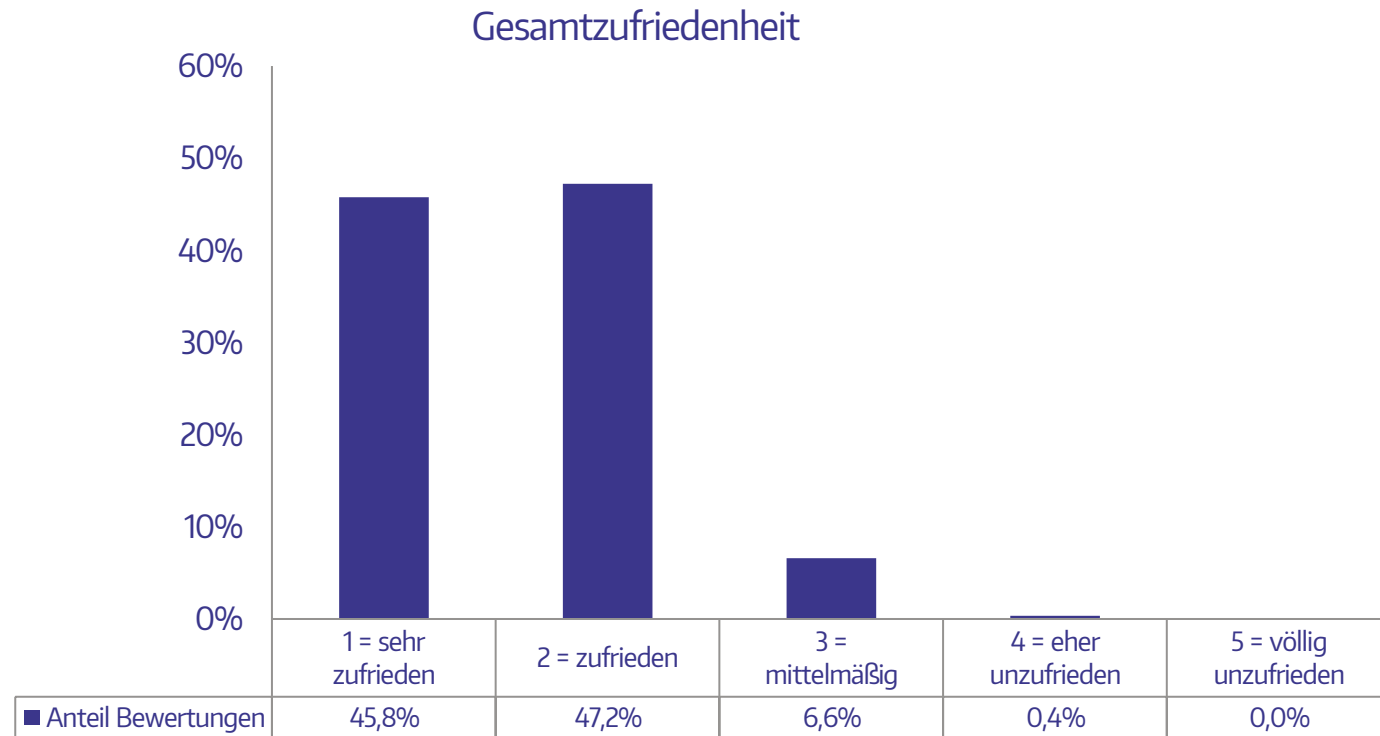
Wie ist das Ergebnis zu
interpretieren?

Wie ist „sehr gut“ oder „gut“ zu interpretieren?



- Prinzipiell ist die Benotung der Kunden zu vergleichen mit der Bewertung in der Schule. Es ist eine Skala, die jeder Verbraucher kennt und gut einschätzen kann. Auf den folgenden Seiten zeigen wir Ihnen Vergleichsergebnisse aus der deutschen Handelslandschaft (Quelle: TÜV Saar NetResearch Handelspanel). Diese Ergebnisse sollen helfen, die Note dieses Unternehmens besser einschätzen zu können.

Zufriedenheitsverteilung und Mittelwerte: Beispiel dm Drogeriemarkt

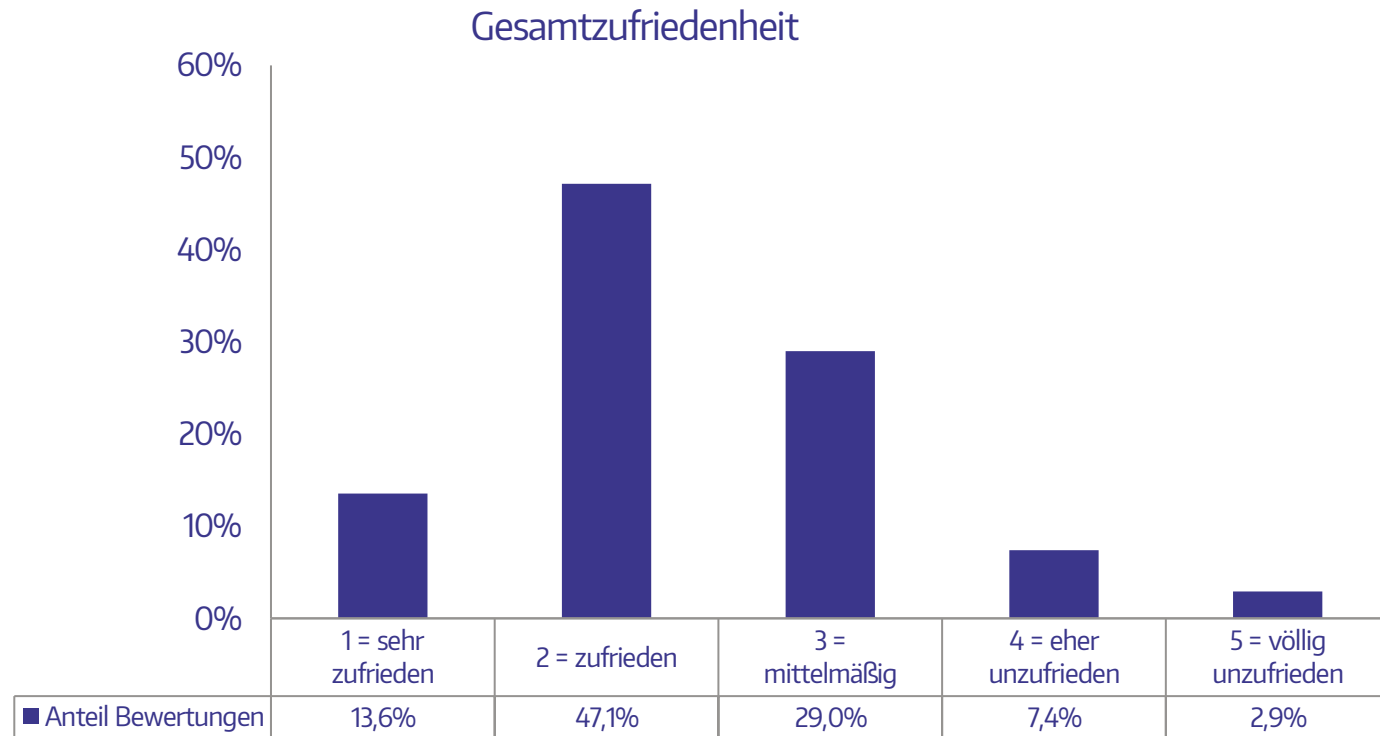


Hier sind insgesamt 93,0 %
der Befragten sehr zufrieden
oder zufrieden



Mittelwert:
Der Mittelwert gibt die
Durchschnittsnote aller Befragten
an. In diesem Fall liegt er bei 1,6

Zufriedenheitsverteilung und Mittelwerte: Beispiel Schlecker



Hier sind insgesamt 60,7 %
der Befragten sehr zufrieden
oder zufrieden

Mittelwert:

Der Mittelwert gibt die
Durchschnittsnote aller Befragten
an. In diesem Fall liegt er bei 2,4

Sonderfall Vergleichsportale



- Eine Besonderheit bei den Benotungen ist bei der Bewertung von Vergleichsportalen festzustellen. Dort sind die Bewertungen meist deutlich besser, da die Dienstleistung zunächst kostenlos ist. Die Unternehmen verdienen jedoch in der Regel über Provisionen.
- Wir empfehlen daher in diesen Fällen, mehrere Ergebnisse zu vergleichen.



Häufige Fragen und Antworten zum Prüfzeichen

Häufige Fragen und Antworten



- **Kann man sich als Verbraucher auf das Ergebnis verlassen?**

Das Ergebnis zeigt das durchschnittliche Ergebnis aller Befragten an. Je besser das Ergebnis, desto mehr Kunden haben das Unternehmen gut oder sehr gut bewertet. Ein gutes oder sehr gutes Gesamtergebnis bedeutet jedoch nicht, dass es gar keine unzufriedenen Kunden bei dem entsprechenden Unternehmen gibt. Es wird immer Fälle geben, in denen ein Kunde nicht vollkommen zufrieden ist. Allerdings ist der Anteil bei Unternehmen mit guten Noten sehr klein.

- **Persönliche Erlebnisse decken sich nicht mit der Note im Prüfzeichen.**

Es kommt vor, dass wir von Kunden kontaktiert werden, deren persönliche Erfahrungen sich nicht mit unserem Testergebnis decken. Wir beobachten derartige Entwicklungen genau. Einzelfälle können niemals ausgeschlossen werden, da dies ein völlig fehlerfreies Arbeiten der von uns getesteten Unternehmen voraussetzen würde. Wenn sich jedoch berechtigte Beschwerden häufen, behalten wir uns bei jedem Unternehmen eine erneute Prüfung und im Extremfall einen Entzug des Siegels vor.

Häufige Fragen und Antworten



- Ich will mich über ein getestetes Unternehmen beim TÜV Saarland beschweren. Was kann ich machen?

Damit wir den Fall genau nachvollziehen können, benötigen wir eine exakte Beschreibung dessen, was sich zugetragen hat. Dies sollte möglichst mit für uns nachvollziehbaren Beweisen geschehen. Um die Form einzuhalten, bitten wir die Verbraucher, den Fall schriftlich bei uns einzureichen und so exakt wie möglich zu beschreiben. Beschwerden können Sie an folgende Adresse richten:

TÜV Saarland Holding GmbH
Bereich TSC
Beschwerden
Am TÜV 1
66280 Sulzbach/Saar

Email: info@tuev-saar.de

- Wir werden den Fall entsprechend prüfen und auch das Unternehmen über das Problem informieren.

Häufige Fragen und Antworten



- Was sagt Service tested über die Beratungsqualität aus?

Basis von TÜV Service tested ist immer eine repräsentative Kundenbefragung. Inhalt der Befragung sind sämtliche Kundenkontaktpunkte eines Unternehmens. Darunter zählen sehr häufig auch Beratungskriterien, wie beispielsweise die „Fachkompetenz des Beraters“. Insofern wird das Kriterium abgefragt und bewertet, ist aber nicht die Kernaussage des Prüfzeichens.

Häufige Fragen und Antworten



■ Sind Fehler ausgeschlossen?

Die Methodik ist wissenschaftlich fundiert und gängige Praxis in der empirischen Wirtschafts- und Sozialforschung. In der Markt- und Meinungsforschung wird äußerst selten eine komplette Grundgesamtheit befragt. Das Mittel der Wahl ist die repräsentative Stichprobe. Diese ist bei TÜV Saarland Befragungen jedoch meist sehr groß. Aussendungen von 10.000 und mehr Fragebögen sind Standard. Weiterhin achten wir darauf, dass die Stichprobe in der Zusammensetzung die Kundenbasis des Unternehmens widerspiegelt, also z.B. hinsichtlich Geschlecht, Wohnort oder Alter der Personen.

■ Was sind diese wichtigsten Einzelkriterien?

Die fünf wichtigsten Kriterien werden nicht vom TÜV festgelegt, sondern von den Befragten selbst. Das ist Teil der Befragung. Die Kunden bestimmen also nach ihren Prioritäten, welche Aspekte das Unternehmen erfüllen muss. Damit stellen wir sicher, dass wir nicht am Kunden „vorbei“ prüfen.

Häufige Fragen und Antworten



- Was sagt ein TÜV geprüftes Preis-/Leistungsverhältnis über die Produkte aus?

Basis von TÜV Preis/Leistung ist immer eine repräsentative Kundenbefragung. Im Klartext: Die Kunden des Unternehmens beurteilen das Preis-/Leistungsverhältnis des Gesamtangebots des Unternehmens aus ihrer Sicht. Wie immer beim Preis-/ Leistungsverhältnis ist es eine Relation aus der wahrgenommenen Produkt-/Leistungsqualität und den Preisen des Angebots.

Ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis kann exemplarisch durch folgende Konstellationen zustande kommen.

1. Die Produkte sind von akzeptabler/ordentlicher Qualität, die Preise sind sehr günstig.
2. Die Preise sind durchschnittlich, aber die Produkte haben dafür eine überdurchschnittliche Qualität.



Am TÜV 1
66280 Sulzbach
Tel. +49 6897 506-96
Fax +49 6897 506-575
info@tuev-saar.de
www.service-tested.de