



Management Service



Thermondo GmbH

Kundenzufriedenheitsbefragung 2015/2016

Auswertungsband - Datenbestand der Eingänge bis 25. Januar 2016

Februar 2016, V100



- TMS-Schwellwert nicht erfüllt (Mittelwert größer als 2.20)
- TMS-Schwellwert knapp erfüllt (Eventuell Potenzial zur Steigerung (Mittelwert größer 2.00 und kleiner/gleich 2.20))
- TMS-Schwellwert deutlich erfüllt (Mittelwert kleiner/gleich 2.00)

Gesamtzufriedenheit
erhoben berechnet



1,61

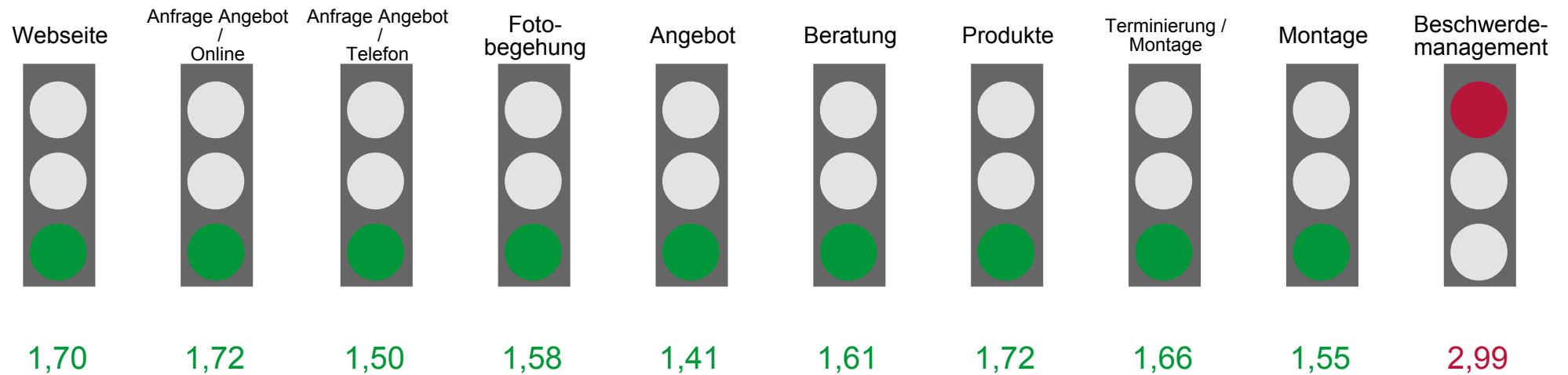


1,61

Zertifizierung (vergl. Seite 7)



erfüllt





1	Hintergrund der Erhebung
2	Zusammenfassung der Ergebnisse
3	Einzelergebnisse
4	Entwicklung vom 1. Stichtag auf den 2. Stichtag
5	Hinweise, Feststellungen und Abweichungen
6	Anhang



Zielgruppe	Kunden der Thermondo GmbH aus den vergangenen 12 Monaten.
Gegenstand	Erhebung der Kundenzufriedenheit für die Zertifizierung nach TMS Standard Kundenzufriedenheit.
Methode	Die Erhebung erfolgte über einen Online-Fragebogen. Die Teilnehmer wurden telefonisch durch Thermondo zur Befragung eingeladen.
Rücklauf (Netto)	Gesamtrücklauf = 342
Erhebungszeitraum	Erhebungszeitraum für den vorliegenden Auswertungsband: 08. September 2015 - 25. Januar 2016



1	Hintergrund der Erhebung
2	Zusammenfassung der Ergebnisse
3	Einzelergebnisse
4	Entwicklung vom 1. Stichtag auf den 2. Stichtag
5	Hinweise, Feststellungen und Abweichungen
6	Anhang

Übersicht zu den abgefragten Merkmalen



Management Service

Webseite	<ul style="list-style-type: none">- Übersichtlichkeit- Handhabung- Information über Produkte und Leistungen- Zusätzliche Informationen rund um die Themen Heizen und Energieträger
Anfrage für ein Angebot / Online	<ul style="list-style-type: none">- Navigation durch den Heizungsplaner- Verständlichkeit der Erklärungen in den Menüs- Widerspiegeln Ihrer indivi. Anforderungen an die Heizungsanlage durch die Kriterien
Anfrage für ein Angebot / Telefon	<ul style="list-style-type: none">- Erreichbarkeit des tel. Service f. ein Angebot- Gesprächsatmosphäre- Fachkompetenz- Verständlichkeit der Erklärungen- Indiv. passende Auswahl d. Heizungsanlage
Fotobegehung	<ul style="list-style-type: none">- Zufriedenheit mit der Fotobegehung
Angebot	<ul style="list-style-type: none">- Wartezeit bis zum Eintreffen des Angebots- Verständlichkeit des Angebots- Übersichtliche Kostenaufstellung

Beratung	<ul style="list-style-type: none">- Gesprächsatmosphäre- Fachkompetenz- Verständlichkeit der tel. Beratung- Eingehen auf indiv. Anforderungen / Wünsche- Informationsgehalt Beratung Heizungsanlage- Informationsgehalt Beratung Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten- Informationsgehalt der Beratung zu den Angebotspositionen und Details
Produkte	<ul style="list-style-type: none">- Angebotene Markenvielfalt- Energieeinsparungspotenziale d. Anlagen- Preis- / Leistungsverhältnis
Terminierung der Montage	<ul style="list-style-type: none">- Verfügbarkeit von Montageterminen- Einhaltung der Montageterminen
Montage	<ul style="list-style-type: none">- Fachkundige Montage- Dauer der Montage- Sauberkeit der Arbeitsstätte nach der Montage- Erläuterungen z. Heizungsanlage d. Monteure
Beschwerde-management	<ul style="list-style-type: none">- Umgang mit Beschwerden- Bearbeitungsdauer von Beschwerden- Lösung des zugrundeliegenden Problems

Zusammenfassung



Management Service

Für eine erfolgreiche Zertifizierung ist die Einhaltung der folgenden fünf Anforderungen notwendig.

Mindestrücklauf erreicht	✓	Der erzielte Rücklauf beträgt:	342 Antworten
Für die erhobene und die berechnete Gesamt-zufriedenheit müssen mind. 2,20 im Mittel erreicht werden	✓	Die erhobene Gesamt-zufriedenheit liegt bei:	1,61
		Die berechnete Gesamt-zufriedenheit liegt bei:	1,61
Merkmale die ein Bewertung schlechter als 3,5 erhalten führen zu einer Abweichung (3,75 bei Beschwerde-management)	✓	Anzahl der Merkmale, die zu einer Abweichung führen:	0
70% der abgefragten Leistungsmerkmale wurden mit mindestens 2,20 bewertet	✓	Von den abgefragten Leistungsmerkmalen wurden mindestens mit 2,20 bewertet:	91,0%
Die Weiterempfehlungs-quote muss mindestens 70% betragen	✓	Die Weiterempfehlungsquote liegt bei:	96,8%

Kriterium Nr. 1: Der Mindestrücklauf muss erreicht werden.



Management Service

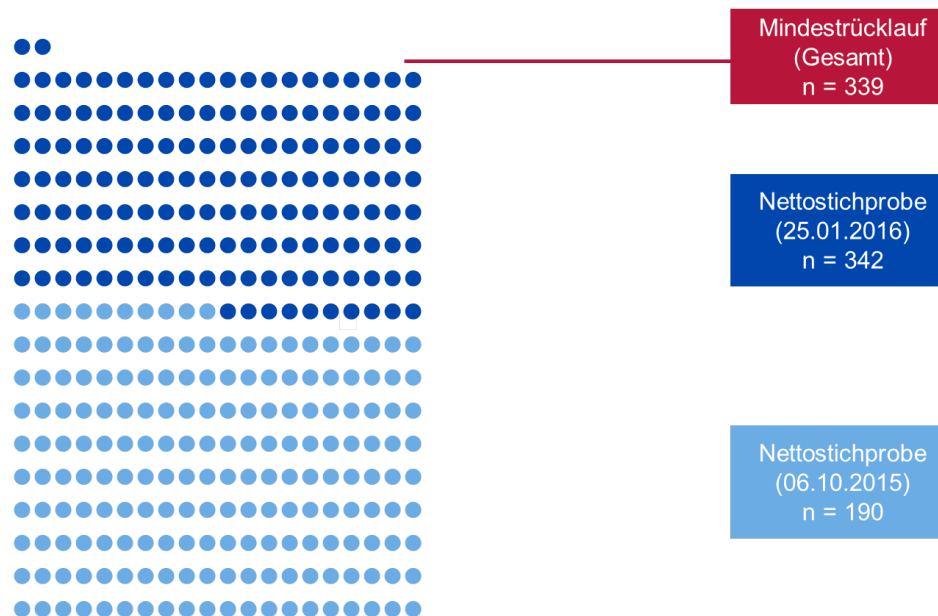


erfüllt

Kriterium gemäß TMS-Kriterienkatalog:

Basis zur Bestimmung des erforderlichen Mindestrücklaufs sind gängige Anforderungen an eine repräsentative Erhebung. Je nach Unternehmen und Zielgruppen kann dieser Mindestrücklauf auch pro Kundengruppe/Segment gelten.

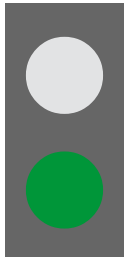
Der berechnete Mindestrücklauf beträgt 339 Kundenstimmen. Auf Basis der bis 25.01.2016 gesammelten Kundenstimmen (n = 342) erfolgt eine Zertifizierung.



Kriterium Nr. 2: Erhobene Gesamtzufriedenheit



Management Service



erfüllt

Kriterium gemäß TMS-Kriterienkatalog:

Die erhobene Gesamtzufriedenheit ist auf einer Skala von 1–5 besser als 2,20.

Alles in allem: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Thermondo?

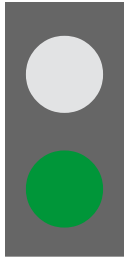
Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s
		1	2	3	4	5		
Gesamtzufriedenheit	1,61	47%	44%	8%	0%	0%	342	0,64

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, s = Standardabweichung, MW = Mittelwert auf einer Zustimmungsskala von 1 bis 5
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Kriterium Nr. 3: Errechnete Gesamtzufriedenheit



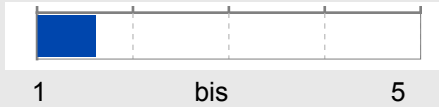
Management Service



erfüllt

Kriterium gemäß TMS-Kriterienkatalog:

Die errechnete Gesamtzufriedenheit, die sich aus dem einfachen arithmetischen Mittel der Bewertungen aller Einzelkriterien ergibt, ist auf einer Skala von 1–5 besser als 2,20.

	Anzahl Merkmale	Mittelwert	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5
alle Merkmale	32	1,61	

Anmerkung:
Die Merkmale der Merkmalsgruppe "Produkt" sind nicht relevant für die Zertifizierung und werden deswegen nicht mitberücksichtigt.

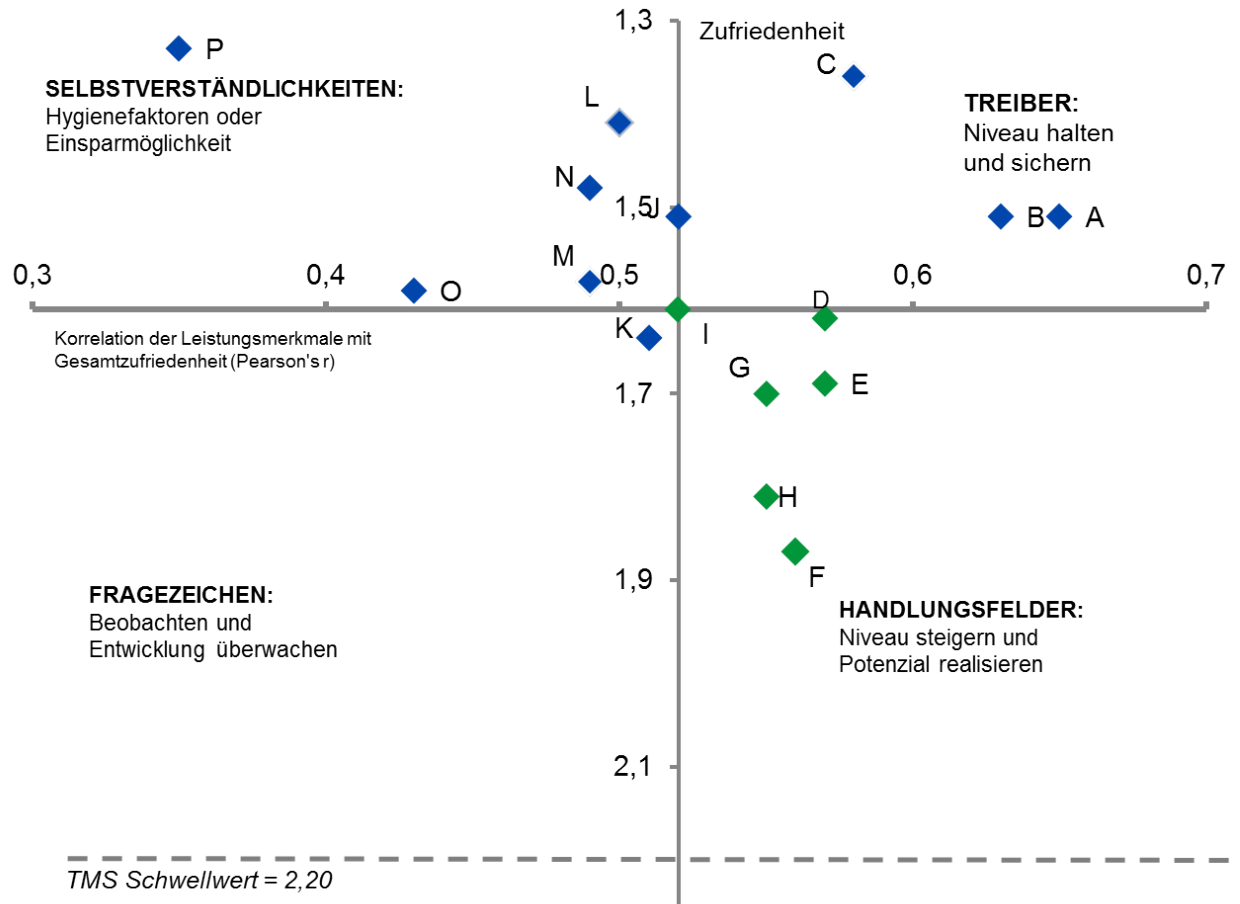
Matrix Bedeutung / Zufriedenheit - Merkmale "Webseite" und "Angebot"



Management Service

● Hinweis ● Feststellung

- A Fachkompetenz (Anfrage für Angebot / Telefon)
- B Verständlichkeit der Erklärungen (Anfrage Angebot / Telefon)
- C Gesprächsatmosphäre (Anfrage für Angebot / Telefon)
- D Handhabung (Webseite)
- E Information ü. angebotene Produkte / Leistungen (Webseite)
- F Informationen Heizen und Energieträger (Webseite)
- G Verständlichkeit der Erklärungen (Anfrage Angebot / Online)
- H Widerspiegeln d. Anforderungen (Anfrage Angebot / Online)
- I Übersichtlichkeit (Webseite)
- J Erreichbarkeit des tel. Service (Anfrage Angebot / Telefon)
- K Navigation durch Heizungsplaner (Anfrage Angebot / Online)
- L Übersichtliche Kostenaufstellung (Angebot)
- M Zufriedenheit Fotobegehung (Fotobegehung)
- N Verständlichkeit des Angebots (Angebot)
- O Individuell passende Auswahl (Anfrage Angebot / Telefon)
- P Wartezeit bis zum Eintreffen des Angebots (Angebot)



Legende:
 Pearson's r: siehe Anhang
 Zufriedenheit: Bewertung auf einer Skala von „1 = vollkommen zufrieden“ bis „5 = unzufrieden“
 Schnittpunkt der Achsen: Mittelwert der erhobenen Gesamtzufriedenheit, (Mindestwert = 2,20) und Mittelwert aller Pearson's r

Hinweis:
 siehe auch Teil 5 (Hinweise und Feststellungen)

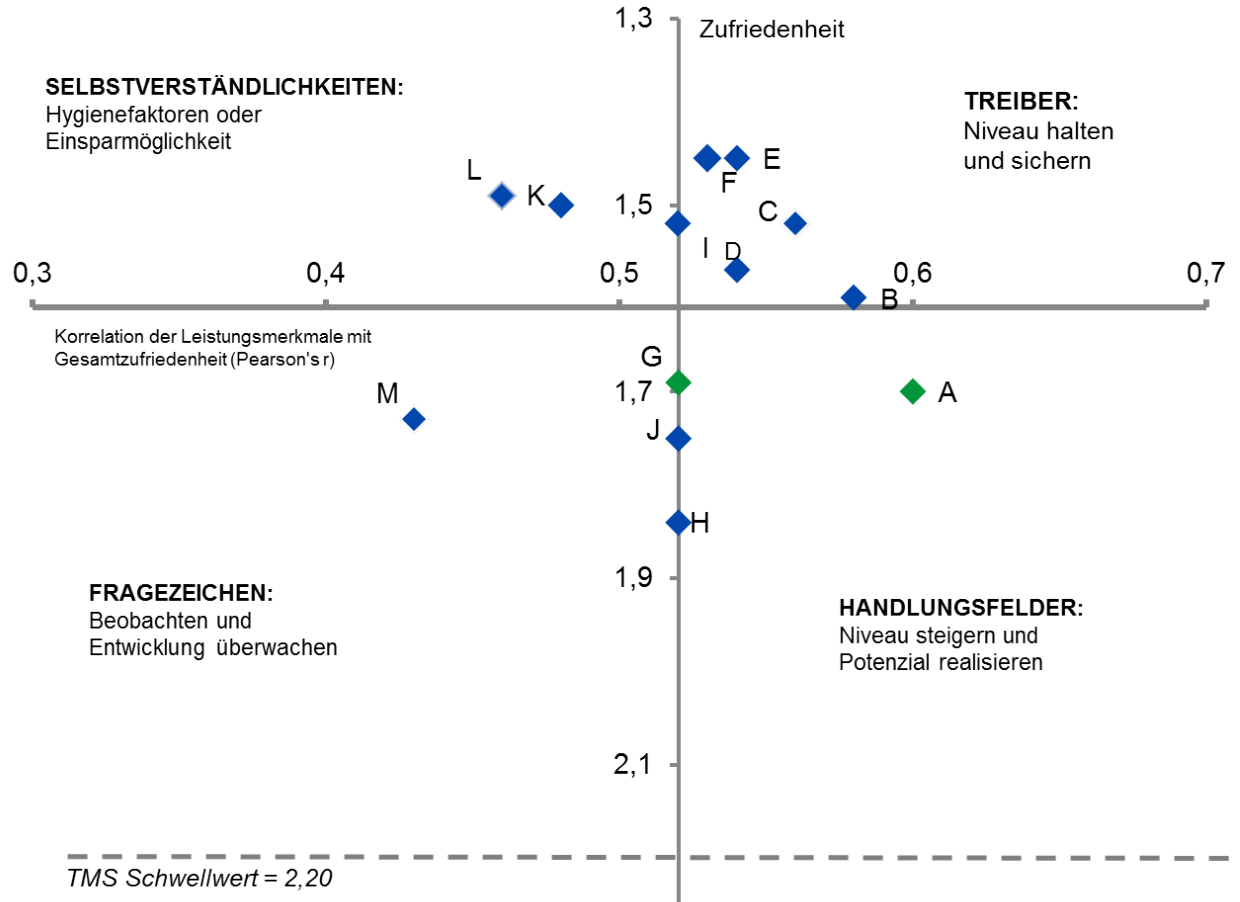
Matrix Bedeutung / Zufriedenheit - Merkmale "Beratung" und "Montage"



Management Service

● Hinweis ● Feststellung

- A Informationsgehalt / Heizungsanlage (Beratung)
- B Fachkompetenz (Beratung)
- C Individuelle Anforderungen und Wünsche (Beratung)
- D Verständlichkeit der tel. Beratung (Beratung)
- E Dauer der Montage (Montage)
- F Gesprächsatmosphäre (Beratung)
- G Informationsgehalt / Angebotspositionen (Beratung)
- H Verfügbarkeit v. Montageterminen (Terminierung)
- I Fachkundige Montage (Montage)
- J Erläuterungen zur Heizungsanlage (Montage)
- K Sauberkeit Arbeitsstätte (Montage)
- L Einhaltung der Montageterminen (Terminierung der Montage)
- M I.gehalt/Förder-/Finanzierungsmöglichkeiten (Beratung)



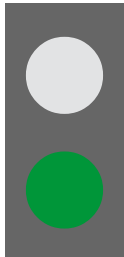
Legende:
 Pearson's r: siehe Anhang
 Zufriedenheit: Bewertung auf einer Skala von
 „1 = vollkommen zufrieden“ bis „5 = unzufrieden“
 Schnittpunkt der Achsen: Mittelwert der erhobenen
 Gesamtzufriedenheit, (Mindestwert = 2,20) und
 Mittelwert aller Pearson's r

Hinweis:
 siehe auch Teil 5 (Hinweise und Feststellungen)

Kriterium Nr. 4: Anteil der Leistungsmerkmale, die dem TMS Grenzwert entsprechen



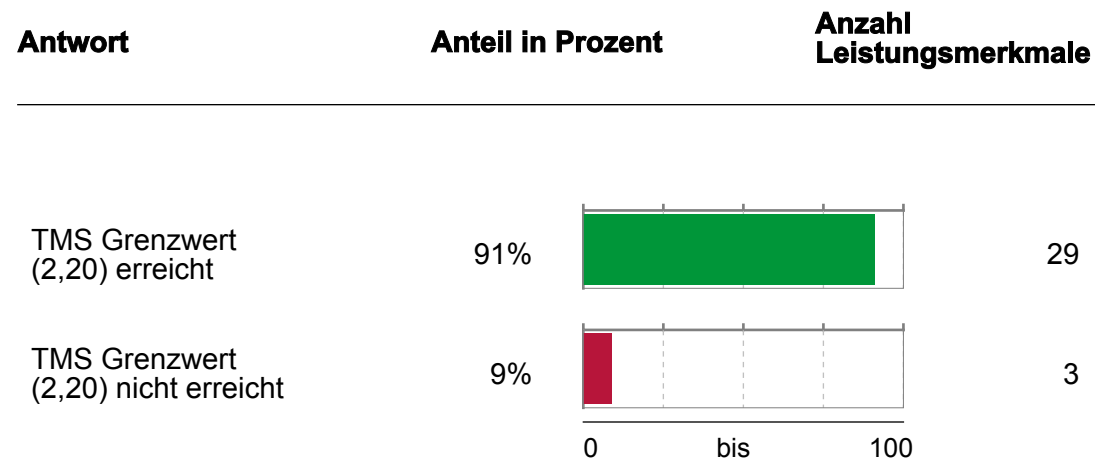
Management Service



erfüllt

Kriterium gemäß TMS-Kriterienkatalog:

70 Prozent der abgefragten Leistungsmerkmale sind auf einer Skala von 1-5 besser als 2,20

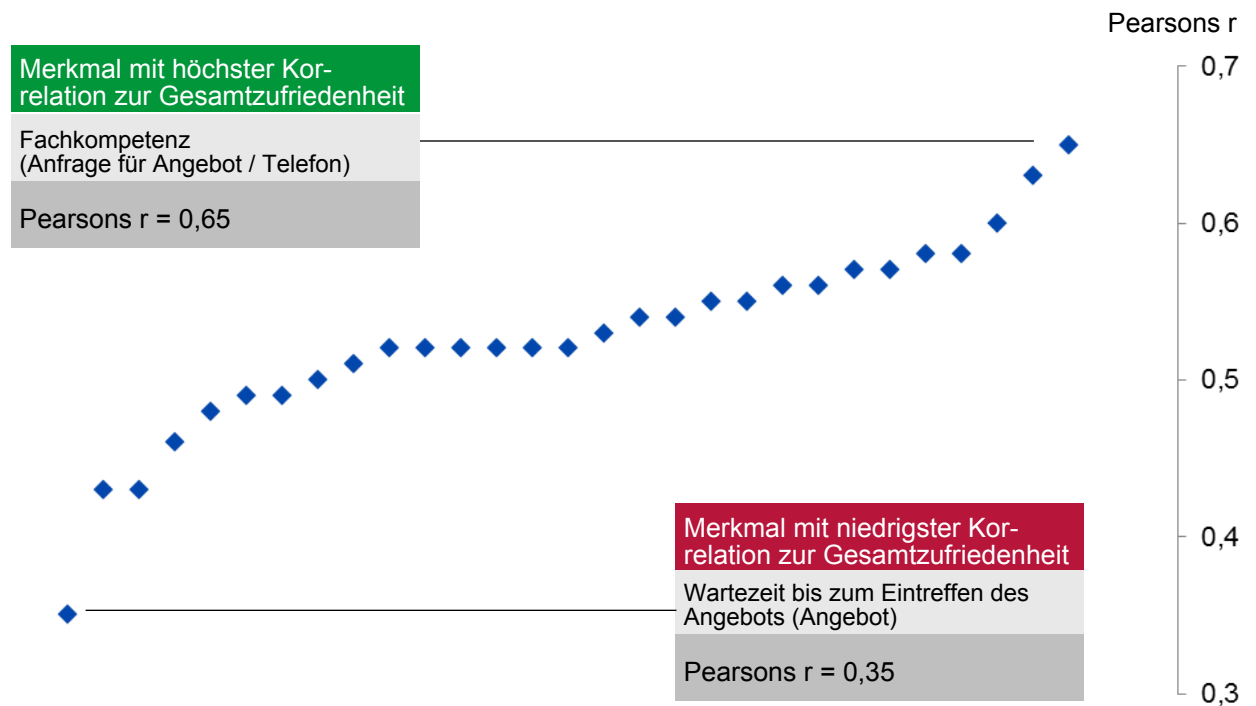


Anmerkung:
 * Die Merkmalsgruppe "Produkte" ist nicht relevant für die Zertifizierung und wird für dieses Kriterium nicht berücksichtigt.

Messung der Korrelation zur Gesamtzufriedenheit

Die Punkte im Chart repräsentieren den Pearsons r (Korrelationskoeffizient) der zertifizierungsrelevanten Leistungsmerkmale in Bezug auf die Gesamtzufriedenheit. Der Pearsons r misst den Zusammenhang zwischen zweier Variablen. Bei einem hohen Pearsons r (nahe 1,0) besteht eine hohe Wahrscheinlichkeit, dass die Variablen in einem direkten Zusammenhang stehen (nähere Erläuterungen zum Pearsons r finden Sie im Anhang).

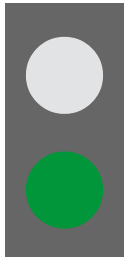
Der Erwartungswert für Leistungsmerkmale mit einem gewissen Bezug zur Gesamtzufriedenheit liegt zwischen 0,3 und 0,8. Wie der Chart zeigt, wurden in der Erhebung zu allen Merkmalen hohe bis sehr hohe Korrelationswerte erzielt.



Kriterium Nr. 5: Weiterempfehlungsbereitschaft



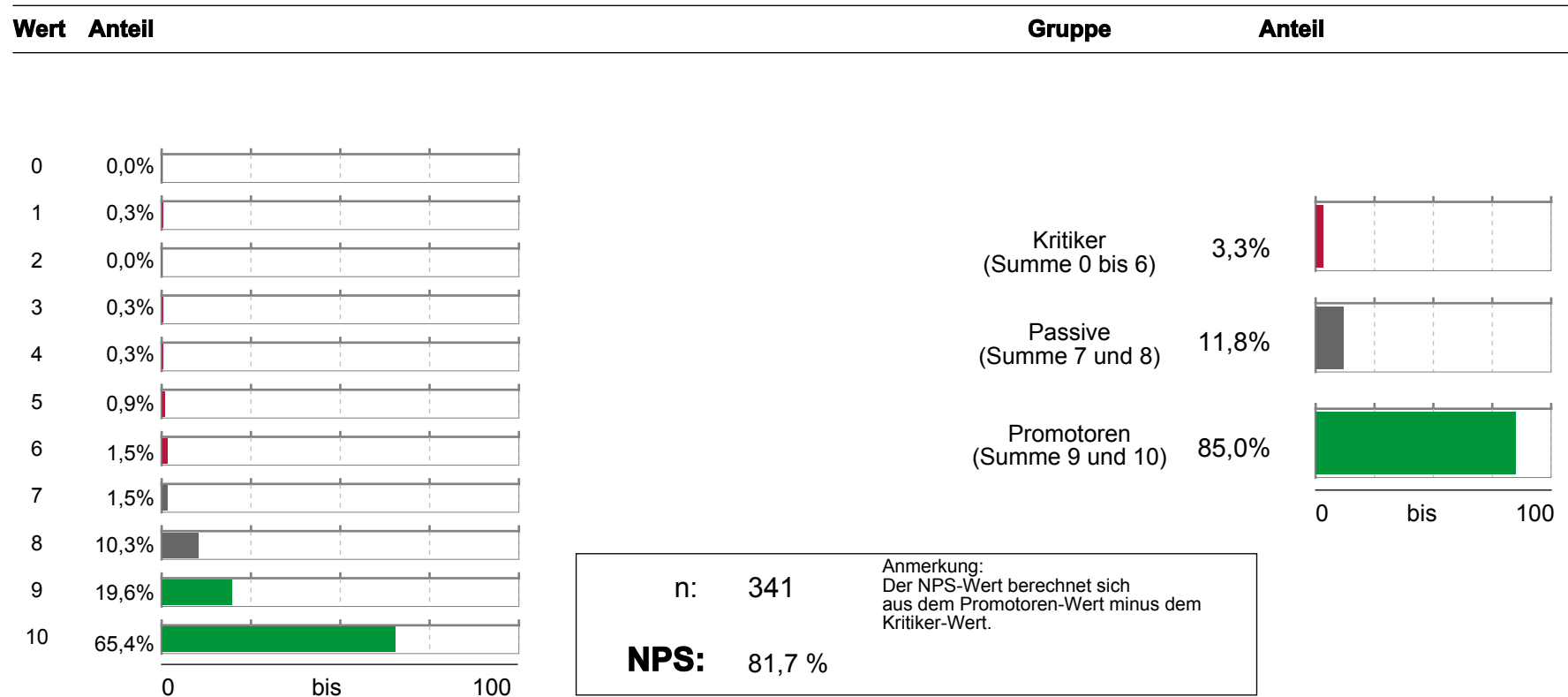
Management Service



erfüllt

Kriterium gemäß TMS-Kriterienkatalog:

Die Anzahl der Kritiker unter den Teilnehmern – gemäß Net Promoter Score – darf 30 % nicht übersteigen. Dabei ergibt sich der relative Anteil der Kritiker aus dem Anteil der Teilnehmer, die auf der elfstufigen Skala des Net Promoter Score die Werte 0 bis 6 wählen.



Übersicht Hinweise, Feststellungen, Abweichungen



Management Service

Alle zertifizierungsrelevanten Kriterien wurden erfüllt.

Hinweise	8
Feststellungen	3
Abweichungen	0



1	Hintergrund der Erhebung
2	Zusammenfassung der Ergebnisse
3	Einzelergebnisse
4	Entwicklung vom 1. Stichtag auf den 2. Stichtag
5	Hinweise, Feststellungen und Abweichungen
6	Anhang

Mittelwerte Leistungsmerkmale (Top / Bottom 5)



Management Service

Top 5

Leistungsmerkmal	Gruppe	Mittelwert
Wartezeit bis zum Eintreffen des Angebots	Angebot	1,33
Gesprächsatmosphäre	Anfrage für Angebot / Telefon	1,36
Übersichtlich Kostenaufstellung	Angebot	1,41
Gesprächsatmosphäre	Beratung	1,45
Verständlichkeit des Angebots	Angebot	1,48

Bottom 5

Leistungsmerkmal	Gruppe	Mittelwert
Informationen Heizen und Energieträger	Webseite	1,87
Verfügbarkeit von Montageterminen	Terminierung der Montage	1,84
Energieeinsparungspotenzial	Produkte	1,82
Wiederspiegeln der Anforderungen	Anfrage für Angebot / Online	1,81
Markenvielfalt	Produkte	1,80

Hinweis:
ohne Beschwerdemanagement

Lesebeispiel für die folgenden Charts



Management Service

Übergeordnete Frage im Fragebogen.

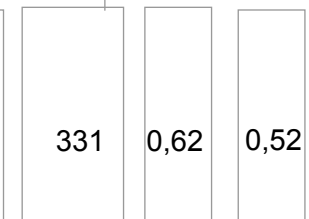
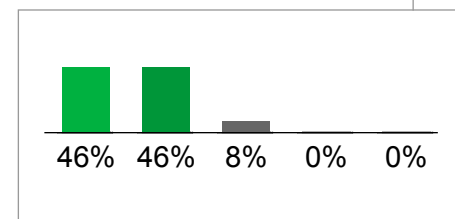
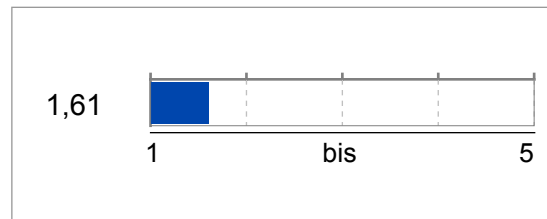
Ihre Kunden haben pro Leistungsmerkmal (Item) die Zufriedenheit bewertet. Die Zufriedenheit wurde auf der Skala „1 = vollkommen zufrieden“ bis „5 = unzufrieden“ bewertet. Die Balken stellen die Verteilung der Zufriedenheitswerte dar, sodass Sie schnell und optisch einen Eindruck über das Verhältnis der Angaben auf der Skala (Ausprägungen 1 bis 5) gewinnen können. In der Summe kann es in Folge von Rundungen zu Abweichungen vom 100%-Gesamtwert geben.

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen der Webseite von Thermondo?

n steht für die Anzahl der gültigen Nennungen bzw. Bewertungen Ihrer Kunden zu dem jeweiligen Item.

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r
		1	2	3	4	5			
Übersichtlichkeit	1,61	46%	46%	8%	0%	0%	331	0,62	0,52

Übersichtlichkeit



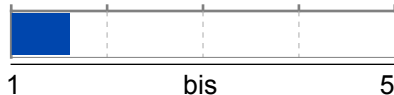
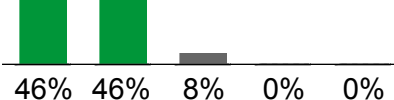
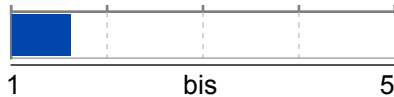
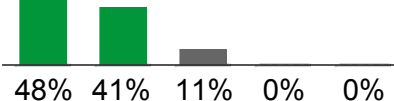
Aspekt, der im Fragebogen von Ihren Kunden zu bewerten war (Item).

Der Mittelwert ist der Durchschnittswert über alle Bewertungen, die Ihre Kunden vorgenommen haben. Der Balken stellt den Mittelwert graphisch dar. Je kleiner der Mittelwert desto größer ist die Zufriedenheit. Mittelwert mit nachgestelltem „!“ stellen Zufriedenheitswerte schlechter als 2,20 dar. Bei den entsprechenden Leistungsmerkmalen wurde der TMS-Mindestwert nicht erreicht.

s steht für Standardabweichung. Die Standardabweichung ist ein Maß, um die Streuung der Angaben Ihrer Kunden um den berechneten Mittelwert darzustellen (siehe auch Anhang).

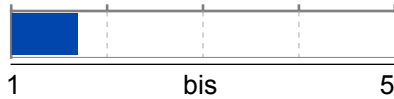
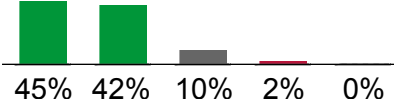
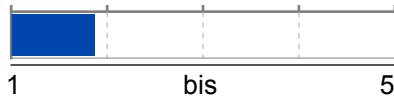
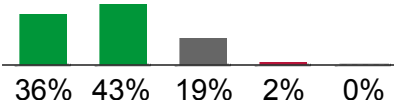
r steht für den Korrelationskoeffizient „r von Pearson“. Dieser ist ein Zusammenhangsmaß für das jeweilige Kriterium und die Gesamtzufriedenheit (siehe auch Anhang).

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen der Webseite von Thermondo?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r		
		1	2	3	4	5					
Übersichtlichkeit	1,61			46%	46%	8%	0%	0%	331	0,62	0,52
Handhabung	1,62			48%	41%	11%	0%	0%	330	0,67	0,57

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen der Webseite von Thermondo?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r		
		1	2	3	4	5					
Information über angebotene Produkte und Leistungen	1,69			45%	42%	10%	2%	0%	328	0,74	0,57
Zusätzliche Informationen rund um die Themen Heizen und Energieträger	1,87			36%	43%	19%	2%	0%	319	0,79	0,56

Legende:

n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,

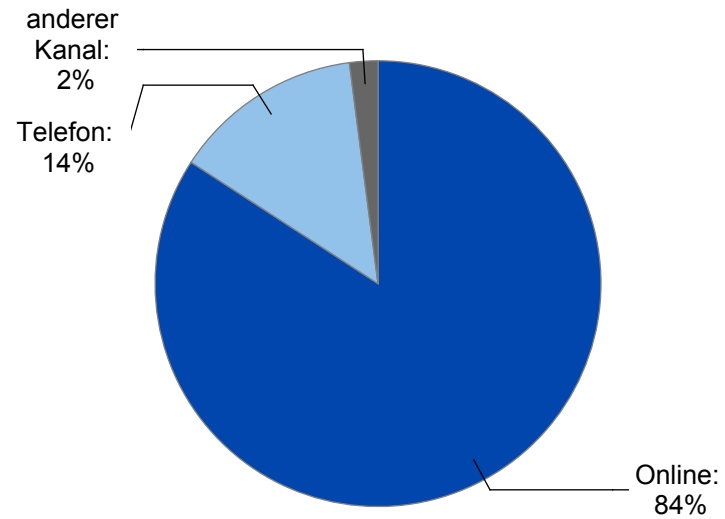
Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Anfrage für ein Angebot



Management Service

Über welchen Kanal erfolgte Ihr Erstkontakt für Ihr individuelles Angebot?

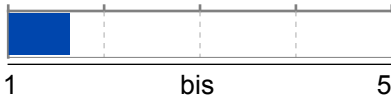
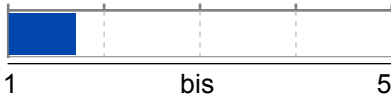
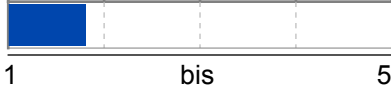


n= 341

Legende:
n = Anzahl der gültigen Nennungen



Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen Ihrer Online-Anfrage für Ihr Angebot?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r	
		1	2	3	4	5				
Navigation durch den Heizungsplaner	1,64		47%	43%	10%	0%	0%	277	0,66	0,51
Verständlichkeit der Erklärungen in den Menüs	1,70		42%	47%	12%	0%	0%	278	0,67	0,55
Widerspiegeln Ihrer individuellen Anforderungen an die Heizungsanlage durch die abgefragten Kriterien	1,81		40%	41%	18%	1%	0%	278	0,77	0,55

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Anfrage für Angebot / Telefon



Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen Ihrer telefonischen Beratung für Ihr Angebot?

Management Service

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r	
		1	2	3	4	5				
Erreichbarkeit des telefonischen Service für ein Angebot	1,51		60%	30%	11%	0%	0%	47	0,69	0,52
Gesprächsatmosphäre	1,36		64%	36%	0%	0%	0%	47	0,49	0,58
Fachkompetenz	1,51		57%	38%	2%	0%	2%	47	0,75	0,65

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Anfrage für Angebot / Telefon



Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen Ihrer telefonischen Beratung für Ihr Angebot?

Management Service

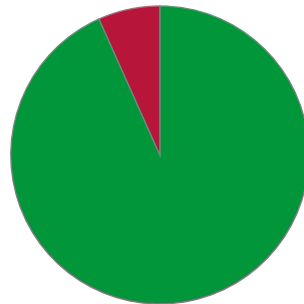
Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r	
		1	2	3	4	5				
Verständlichkeit der Erklärungen	1,51		55%	38%	6%	0%	0%	47	0,62	0,63
Individuell passende Auswahl der Heizungsanlage	1,59		50%	41%	9%	0%	0%	46	0,65	0,43

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Kennen Sie die Möglichkeit der Fotobegehung bei Thermondo?

Nein

7%



329 gültige Nennungen

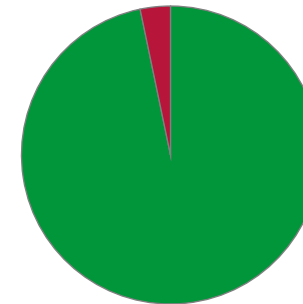
Ja

93%

Haben Sie die Möglichkeit der Fotobegehung genutzt?
(100% = Teilnehmer die die Fotobegehung kennen)

Nein

3%

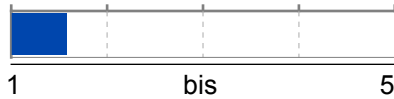
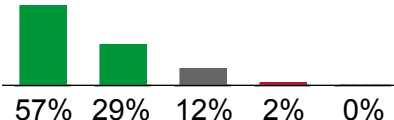


306 gültige Nennungen

Ja

97%

Wie zufrieden waren Sie mit der Fotobegehung?

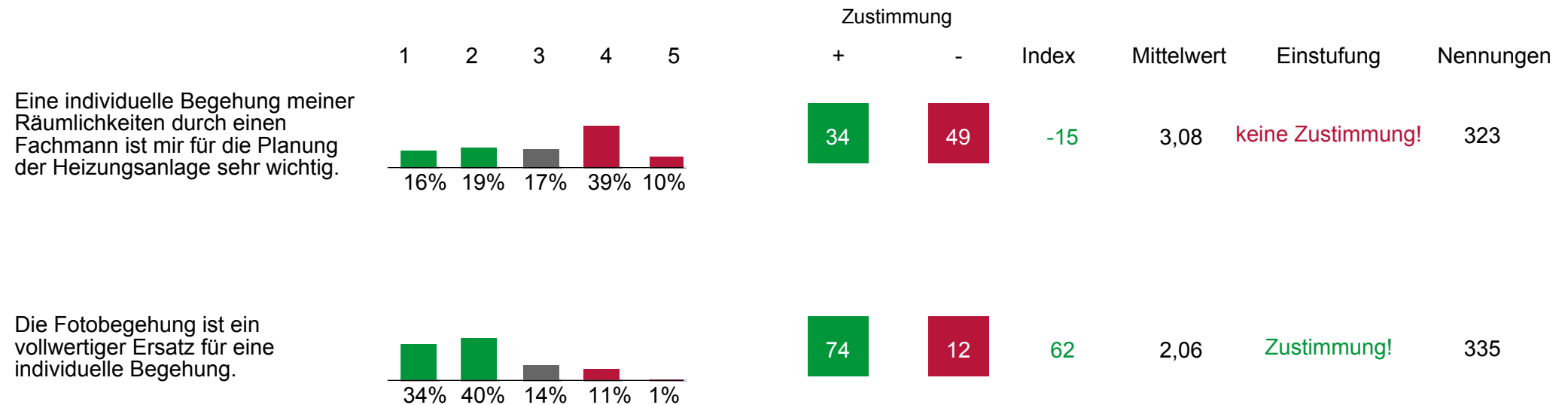
Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r
		1	2	3	4	5			
Zufriedenheit mit der Fotobegehung	1,58			295	0,76	0,49			

Legende:

n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,

Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Inwieweit würden Sie folgenden Aussagen zustimmen?



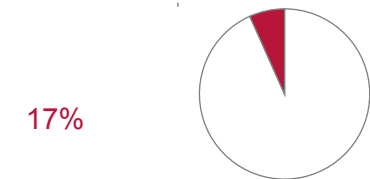
Legende:
 Bewertungsskala: 1 = stimme vollkommen zu, 2 = stimme zu, 3 = stimme eher zu, 4 = stimme weniger zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu
 "Zustimmung +" = "stimme vollkommen zu" + "stimme zu", "Zustimmung -" = "stimme weniger zu" + "stimme überhaupt nicht zu", Index= "Zustimmung +" - "Zustimmung-" (ungerundet)

Inwieweit würden Sie folgenden Aussagen zustimmen?

Teilnehmer, die bereits die Fotobegehung genutzt haben*



Teilnehmer, die die Fotobegehung noch nicht genutzt haben bzw. nicht kennen*



Eine individuelle Begehung meiner Räumlichkeiten durch einen Fachmann ist mir für die Planung der Heizungsanlage sehr wichtig.

Index	Zustimmung		n
	+	-	
-20	32	52	281

Index	Zustimmung		n
	+	-	
17	49	32	31

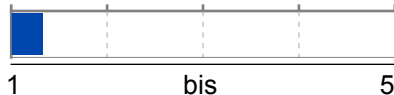
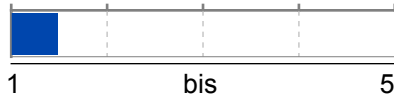
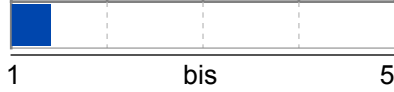
Die Fotobegehung ist ein vollwertiger Ersatz für eine individuelle Begehung.

Index	Zustimmung		n
	+	-	
64	75	11	294

Index	Zustimmung		n
	+	-	
55	69	14	29

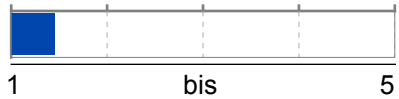
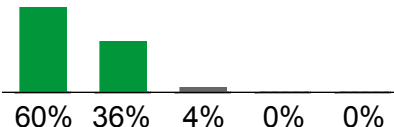
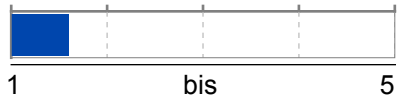
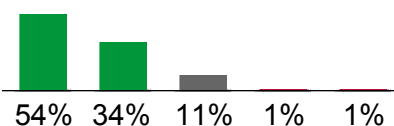
Legende:
 Bewertungsskala: 1 = stimme vollkommen zu, 2 = stimme zu, 3 = stimme eher zu, 4 = stimme weniger zu, 5 = stimme überhaupt nicht zu
 "Zustimmung +" = "stimme vollkommen zu" + "stimme zu", "Zustimmung -" = "stimme weniger zu" + "stimme überhaupt nicht zu", Index= "Zustimmung +" - "Zustimmung-" (ungerundet)
 *Anteil: 100% gleich alle Teilnehmer

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen Ihres individuellen Angebots?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r	
		1	2	3	4	5				
Wartezeit bis zum Eintreffen des Angebots	1,33		72%	24%	4%	1%	0%	342	0,58	0,35
Verständlichkeit des Angebots	1,48		59%	34%	6%	1%	0%	342	0,64	0,49
Übersichtlich Kostenaufstellung	1,41		66%	28%	5%	1%	0%	342	0,63	0,50

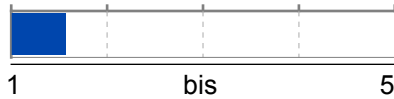
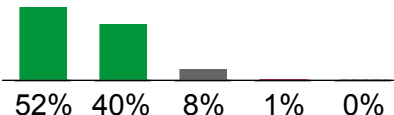
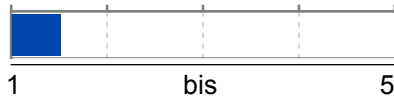
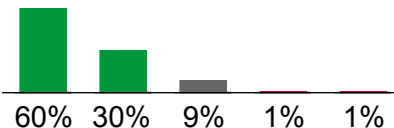
Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen der telefonischen Beratung durch unseren Heizungsspezialisten?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r		
		1	2	3	4	5					
Gesprächsatmosphäre	1,45			60%	36%	4%	0%	0%	338	0,60	0,53
Fachkompetenz	1,60			54%	34%	11%	1%	1%	338	0,76	0,58

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen der telefonischen Beratung durch unseren Heizungsspezialisten?

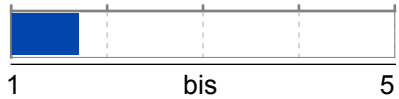
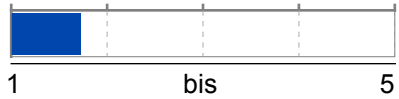
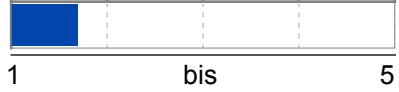
Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r		
		1	2	3	4	5					
Verständlichkeit der telefonischen Beratung	1,57			52%	40%	8%	1%	0%	338	0,66	0,54
Eingehen auf individuelle Anforderungen und Wünsche	1,52			60%	30%	9%	1%	1%	339	0,74	0,56

Legende:

n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,

Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen der telefonischen Beratung durch unseren Heizungsspezialisten?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r	
		1	2	3	4	5				
Informationsgehalt der Beratung zur neuen Heizungsanlage	1,70		45%	41%	13%	0%	0%	338	0,73	0,60
Informationsgehalt der Beratung zu Förder- und Finanzierungsmöglichkeiten	1,73		49%	33%	13%	4%	1%	308	0,88	0,43
Informationsgehalt der Beratung zu den Angebotspositionen und Details	1,69		45%	42%	11%	2%	0%	333	0,73	0,52

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden



Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen zu den Produkten von Thermondo?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r	
		1	2	3	4	5				
Angebotene Markenvielfalt	1,80		42%	39%	16%	3%	0%	333	0,82	0,44
Energieeinsparungspotenziale der angebotenen Anlagen	1,82		38%	44%	16%	2%	0%	316	0,78	0,52
Preis- / Leistungsverhältnis	1,53		57%	34%	9%	0%	0%	341	0,67	0,51

Legende:
n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden
* Die Merkmalsgruppe "Produkte" ist nicht relevant für die Zertifizierung.

Terminierung der Montage



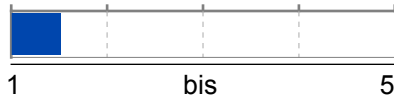
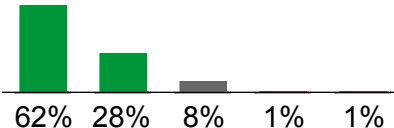
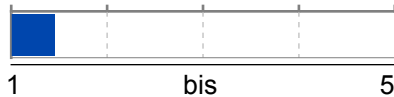
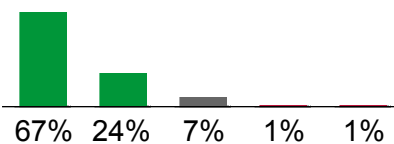
Management Service

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen zur Terminierung der Montage?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r	
		1	2	3	4	5				
Verfügbarkeit von Montageterminen	1,84		46%	31%	16%	4%	2%	341	0,98	0,52
Einhaltung der Montageterminen	1,49		67%	22%	7%	3%	1%	342	0,83	0,46

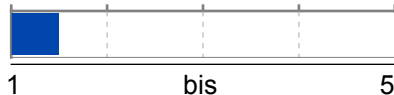
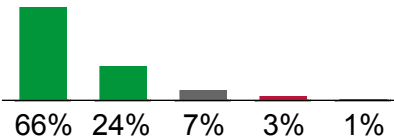
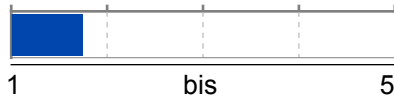
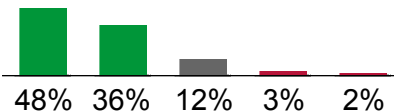
Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen zur Montage?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r
		1	2	3	4	5			
Fachkundige Montag	1,52			341	0,80	0,52			
Dauer der Montage	1,45			341	0,75	0,54			

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen zur Montage?

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	r		
		1	2	3	4	5					
Sauberkeit der Arbeitsstätte nach der Montage	1,50			66%	24%	7%	3%	1%	340	0,82	0,48
Erläuterungen zur Heizungs- anlage durch die Monteure	1,75			48%	36%	12%	3%	2%	334	0,90	0,52

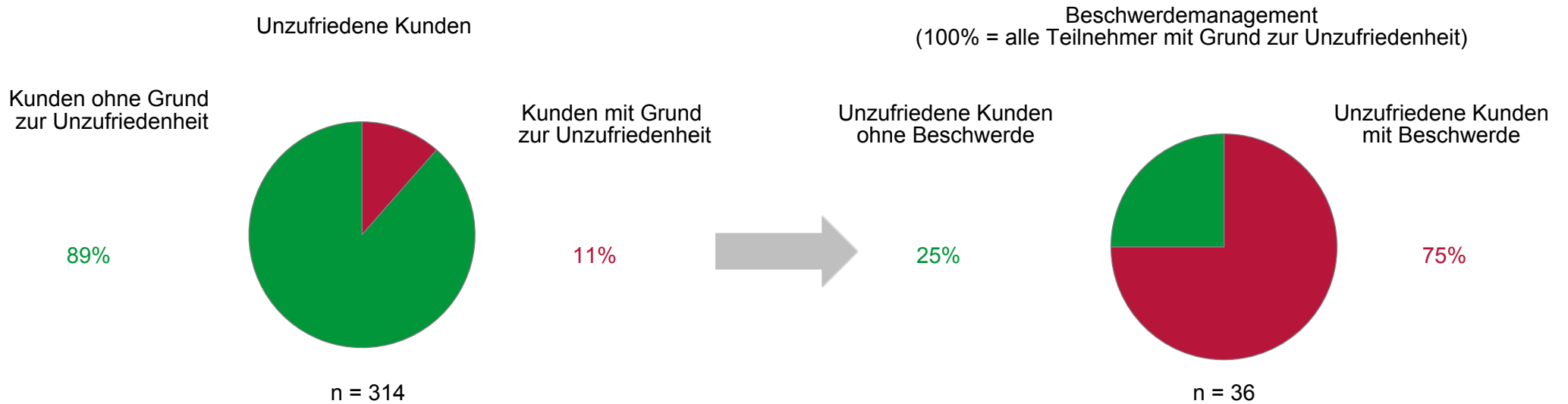
Legende:

n = Anzahl gültiger Angaben, r = Korrelation mit Gesamtzufriedenheit, s = Standardabweichung,

Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

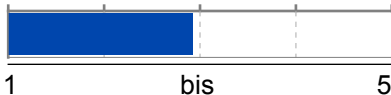
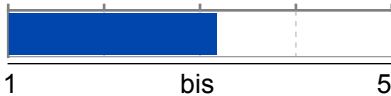



Hatten Sie in den vergangenen 12 Monaten Anlass zur Unzufriedenheit?



Wie zufrieden sind Sie mit den folgenden Leistungsmerkmalen des Beschwerdemanagements von Thermondo?

Management Service

Item	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	Verteilung in Prozent					n	s	
		1	2	3	4	5			
Umgang mit Beschwerden	2,92 !		17%	33%	17%	8%	25%	24	1,47
Bearbeitungsdauer von Beschwerden	3,17 !		13%	33%	8%	17%	29%	24	1,49
Lösung des zugrundeliegenden Problems	2,88 !		25%	21%	17%	17%	21%	24	1,51

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, s = Standardabweichung,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

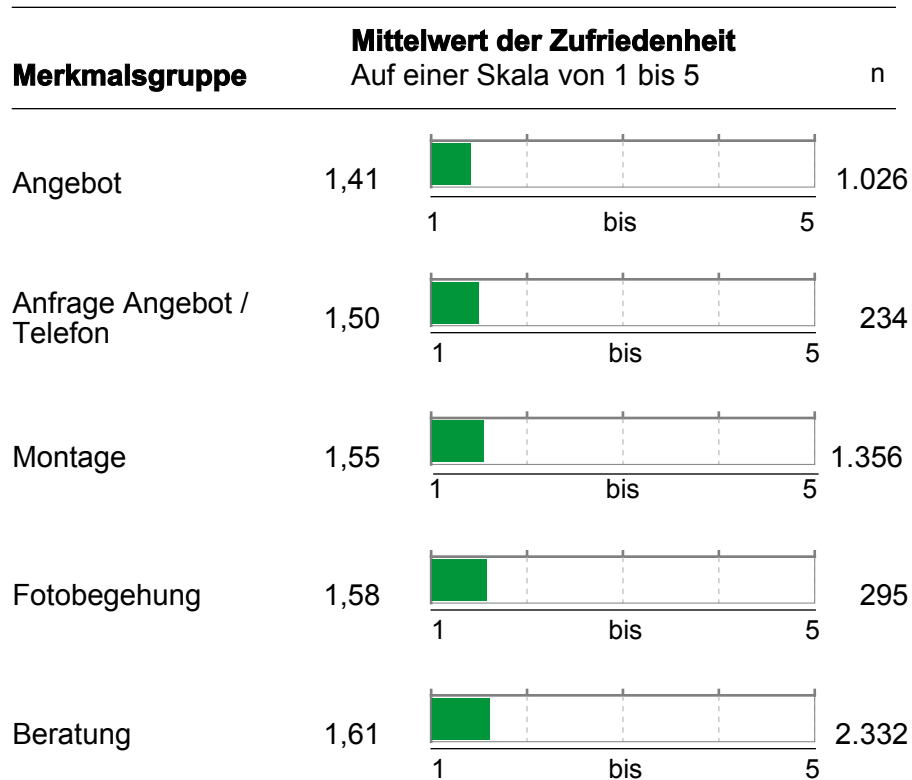
Zufriedenheit nach Merkmalsgruppen



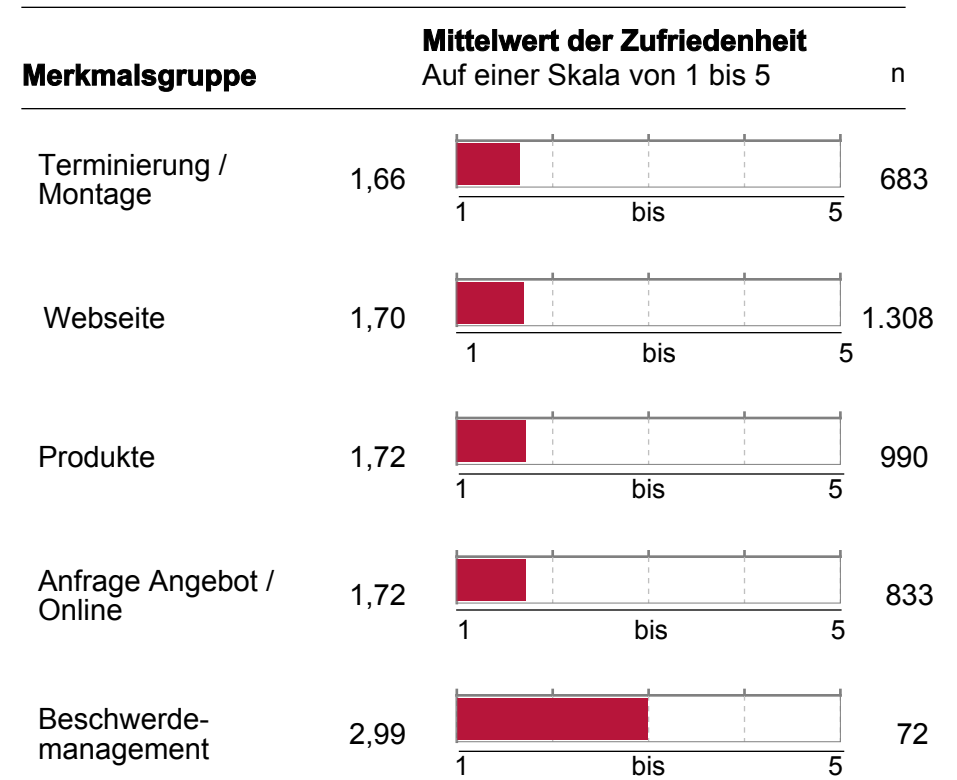
Management Service

Berechnete durchschnittliche Zufriedenheit in der jeweiligen Merkmalsgruppe:

Top 5



Bottom 5



Legende:

n = Anzahl gültiger Angaben

Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Der Mittelwert der Zufriedenheit berechnet sich aus dem Durchschnittswert der jeweiligen Fragegruppe.

Zufriedenheit nach Kontaktpunkt



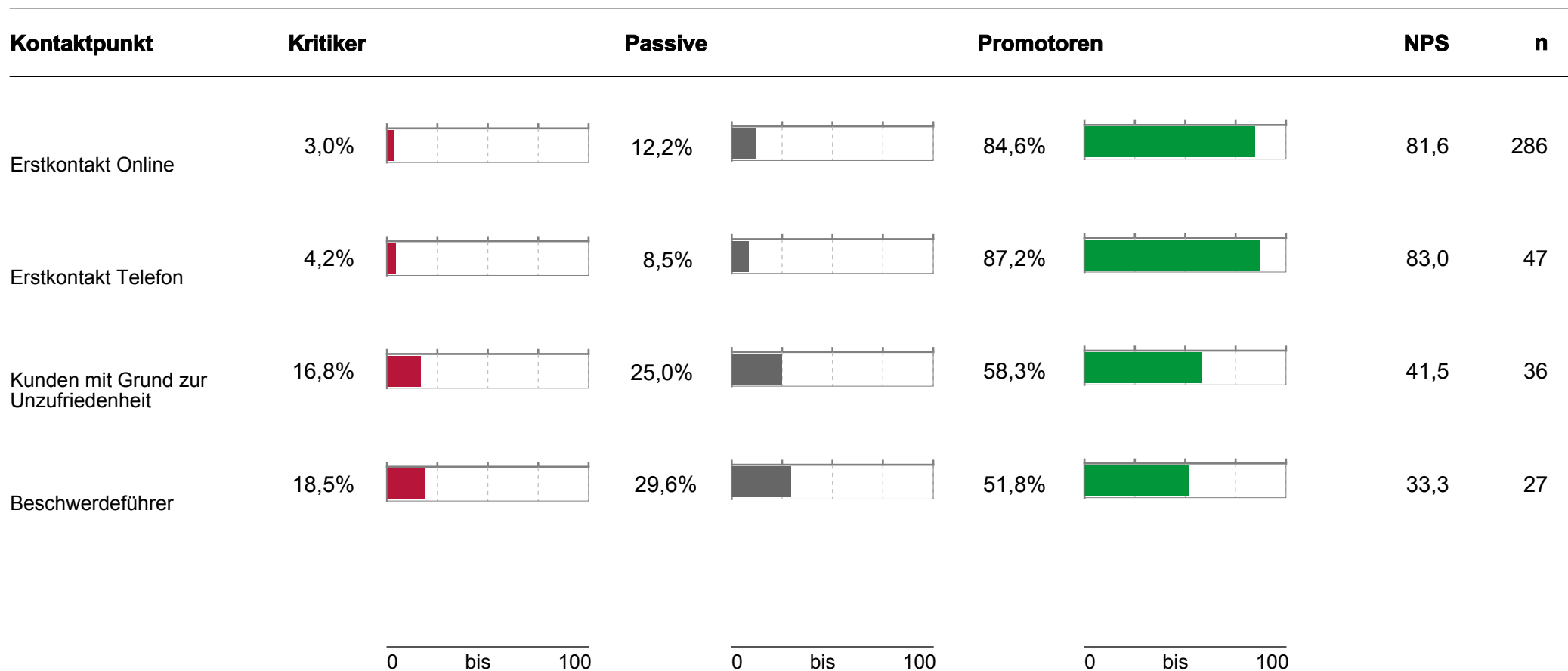
Management Service

Alles in allem: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit Thermondo?

Befragte	mit...				ohne...			
	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	n %		Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	n %			
Erstkontakt Online	1,61	287	84	1,65	54	16		
Erstkontakt Telefon	1,64	47	14	1,61	294	86		
Nutzung Fotobegehung	1,59	296	87	1,76	46	13		
Grund zur Unzufriedenheit	2,19	36	11	1,51	278	89		
Beschwerde (100% = unzufriedene Kunden)	2,33	27	79	1,71	7	21		

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, % = Anteil an allen Befragten mit Angabe zur Gesamtzufriedenheit
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

NPS nach Kontaktpunkt



Legende:
 n = Anzahl aller abgegebenen Bewertungen; Weiterempfehlungsbereitschaft von 0 = unwahrscheinlich bis 10 = äußerst wahrscheinlich; NPS = Net Promoter Score
 Net Promoter © Score ist eine eingetragene Marke von Bain & Company, Inc., Fred Reichheld und Satmetrix Systems, Inc. Erläuterungen zum NPS finden Sie im Anhang.

Gesamtzufriedenheit / Weiterempfehlung

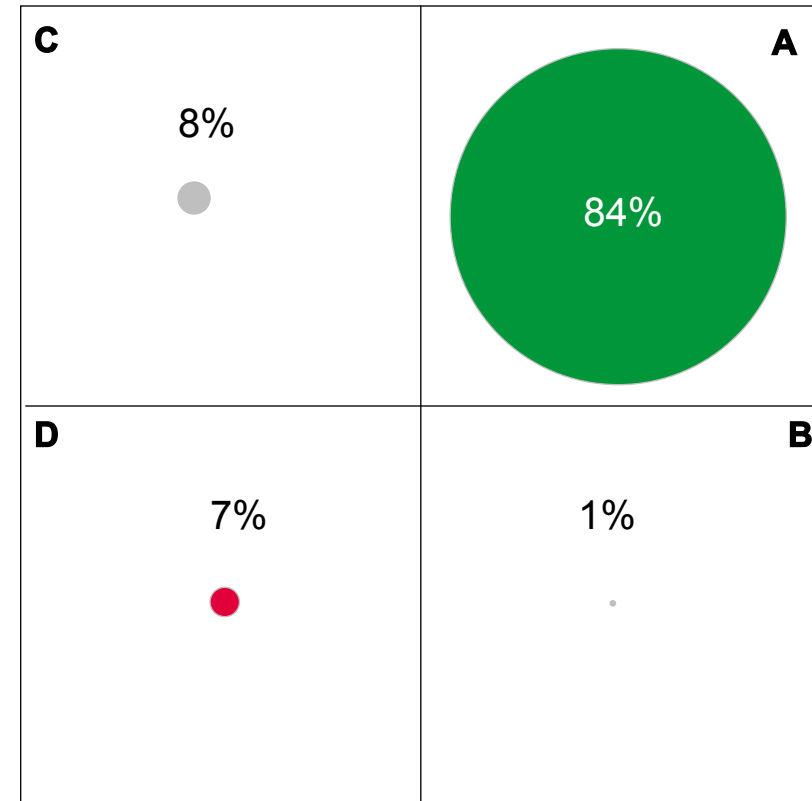


Management Service

A	84% der Kunden geben an, dass sie mit Thermondo sehr zufrieden sind und aktiv weiterempfehlen. Diese Kunden haben ein hohes Maß an Kundenbindung und werden auch auf längere Sicht die Treue halten.
B	1% der Kunden geben an, dass sie mit Thermondo nicht sehr zufrieden sind, aber aktiv weiterempfehlen. Hier besteht die Gefahr eines Wechsels, wenn sich für den Kunden eine bessere Alternative bietet.
C	8% der Kunden geben an, dass sie mit Thermondo sehr zufrieden sind, diese aber nicht aktiv weiterempfehlen. Diese Kunden haben i.d.R ein geringes Maß an Kundenbindung bzw. haben keine Empfänger für eine Empfehlung.
D	7% der Kunden geben an, dass sie mit Thermondo nicht sehr zufrieden sind und nicht aktiv weiterempfehlen. Hier besteht eine sehr hohe Wechselbereitschaft.

sehr zufrieden
bis
vollkommen zufrieden
(Gesamtzufriedenheit:
2 bis 1)

unzufrieden
bis
zufrieden
(Gesamtzufriedenheit:
5 bis 3)



Kritiker / Passive
(Weiterempfehlung:
0 bis 8)

Promotoren
(Weiterempfehlung:
9 bis 10)

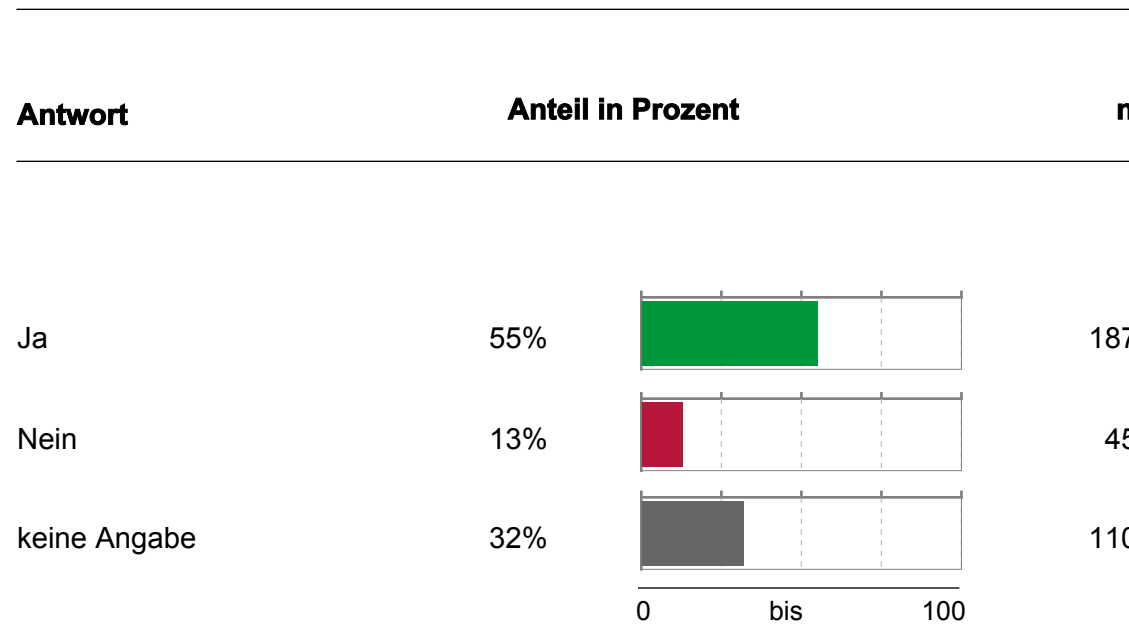
Legende:
x-Achse (Weiterempfehlung "Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ... weiterempfehlen?"): Werte 0 bis 6 = Kritiker, Werte 7 und 8 = Passive, Werte 9 und 10 = Promotoren
y-Achse (Gesamtzufriedenheit "Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit...?"): 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Erlebte positive Überraschung



Management Service

Hat Sie Thermondo in den letzten zwölf Monaten positiv überrascht?


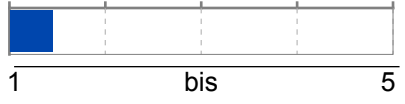
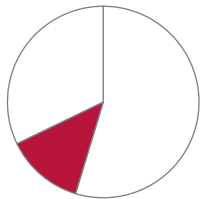
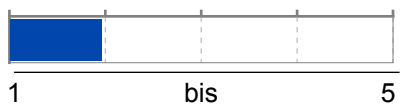
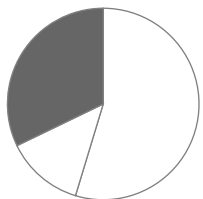



Legende:
n = Anzahl gültiger Angaben

Zufriedenheit nach erlebter positiver Überraschung



Management Service

mit / ohne positiver Überraschung	Anteil*	Mittelwert Auf einer Zufriedenheitsskala von 1 bis 5	n
mit positiver Überraschung	 55%	 1,45	187
ohne positive Überraschung	 13%	 1,96	45
keine Angabe zur erlebten positiven Überraschung	 32%	 1,75	110

Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden
 *100% = alle Teilnehmer mit Angaben zur Gesamtzufriedenheit

Vollkommene Zufriedenheit und positive Überraschung

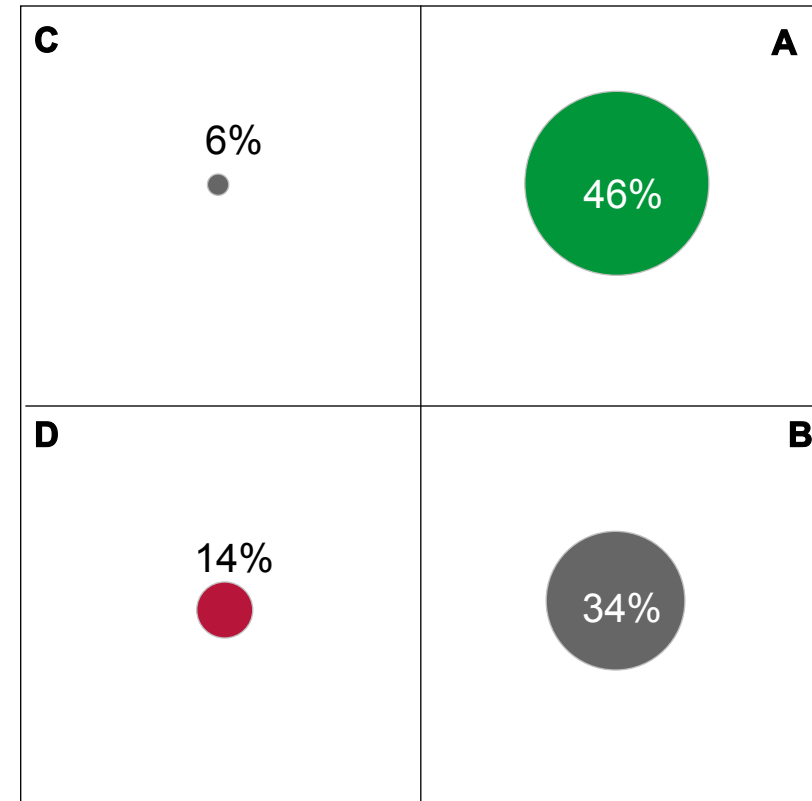


Management Service

A	46% der Kunden geben an, dass sie in den letzten 12 Monaten von Thermondo positiv überrascht wurden und mit Thermondo vollkommen zufrieden sind. U.a durch das positive Erlebnis konnten die Kunden von Thermondo begeistert werden.
B	34% der Kunden geben an, dass sie zwar von Thermondo positiv überrascht wurden, aber nicht vollkommen zufrieden sind. Das positive Erlebnis konnte die Kunden nicht zu 100% für Thermondo begeistern.
C	6% der Kunden geben an, dass sie mit Thermondo vollkommen zufrieden sind, aber nicht positiv durch Thermondo überrascht wurden.
D	14% der Kunden geben an, dass sie mit Thermondo nicht vollkommen zufrieden sind und von Thermondo auch nicht positiv überrascht wurden.

Vollkommen zufrieden?
Ja

Vollkommen zufrieden?
Nein



In den letzten 12 Monaten
positiv überrascht?
Nein

In den letzten 12 Monaten
positiv überrascht?
Ja

Legende:

x-Achse (positive Überraschung "Hat ... Sie in den letzten 12 Monaten positiv überrascht"): Ja/Nein, Teilnehmer ohne Angaben zur positiven Überraschung sind nicht berücksichtigt.
y-Achse (Gesamtzufriedenheit "Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit...?"): 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Kundenbindung und positive Überraschung

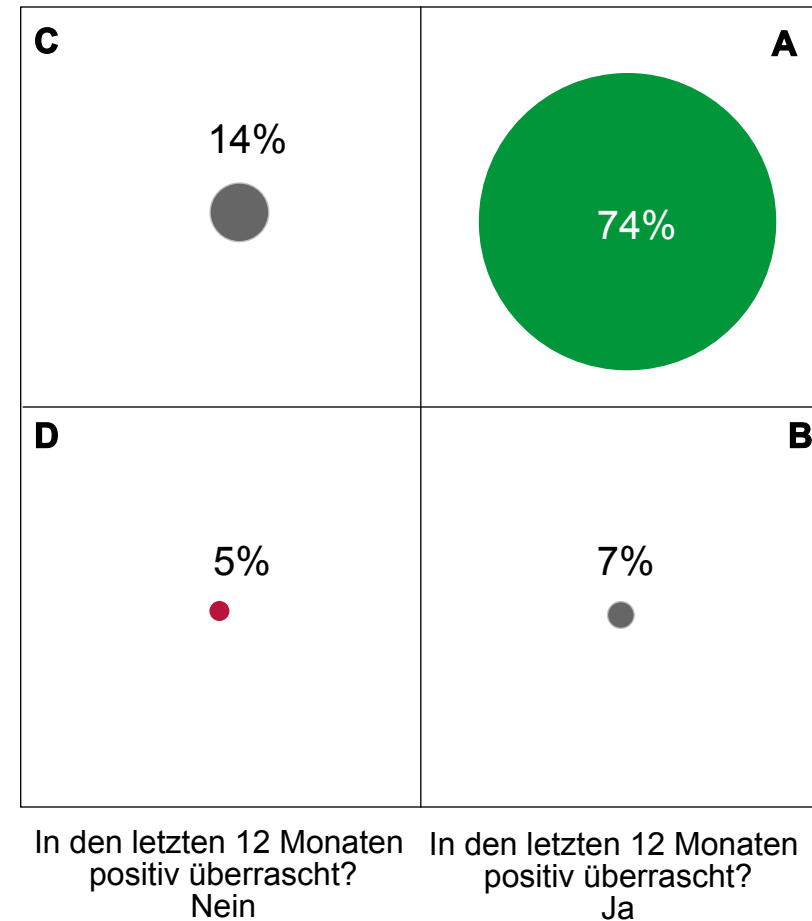


Management Service

A	74% der Kunden geben an, dass sie in den letzten 12 Monaten von Thermondo positiv überrascht wurden und Thermondo aktiv weiterempfehlen. U.a durch das positive Erlebnis wird die Kundenbindung erhöht.
B	7% der Kunden geben an, dass sie zwar von Thermondo positiv überrascht wurden, aber nicht aktiv weiterempfehlen.
C	14% der Kunden geben an, dass sie Thermondo aktiv weiterempfehlen, auch ohne eine positive Überraschung durch Thermondo erlebt zu haben.
D	5% der Kunden geben an, dass sie Thermondo nicht aktiv weiterempfehlen und bisher nicht positiv überrascht wurden.

Promotoren
(Weiterempfehlung:
9 bis 10)

Kritiker / Passive
(Weiterempfehlung:
0 bis 8)




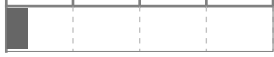







Legende:
x-Achse (positive Überraschung "Hat ... Sie in den letzten 12 Monaten positiv überrascht"): Ja/Nein, Teilnehmer ohne Angaben zur positiven Überraschung sind nicht berücksichtigt.
y-Achse (Weiterempfehlung "Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie ... weiterempfehlen?"): Werte 0 bis 6 = Kritiker, Werte 7 und 8 = Passive, Werte 9 und 10 = Promotoren

NPS nach erlebter positiver Überraschung



Management Service

NPS nach erlebter positiver Überraschung

positive Überraschung	Kritiker	Passive	Promotoren	NPS	n
mit erlebter positiver Überraschung	0,5% 	8,0% 	91,4% 	90,9	187
ohne erlebte positiver Überraschung	13,2% 	11,1% 	75,5% 	62,3	45
keine Angabe zur erlebten positiven Überraschung	3,7% 	18,3% 	78,0% 	74,3	109

Legende:
 n = Anzahl aller abgegebenen Bewertungen; Weiterempfehlungsbereitschaft von 0 = unwahrscheinlich bis 10 = äußerst wahrscheinlich; NPS = Net Promoter Score
 Net Promoter © Score ist eine eingetragene Marke von Bain & Company, Inc., Fred Reichheld und Satmetrix Systems, Inc. Erläuterungen zum NPS finden Sie im Anhang.



1	Hintergrund der Erhebung
2	Zusammenfassung der Ergebnisse
3	Einzelergebnisse
4	Entwicklung vom 1. Stichtag auf den 2. Stichtag
5	Hinweise, Feststellungen und Abweichungen
6	Anhang

Entwicklung seit 1. Stichtag (06.10.2015)



Management Service

	Trend	bis 1. Stichtag	bis 2. Stichtag	Veränderung
Erhobene Gesamtzufriedenheit	↗	1,66	1,61	0,05
NPS	↗	78,5	81,7	3,2

Legende:

n = Anzahl gültiger Angaben,
 Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

Weiterempfehlungsbereitschaft von 0 = unwahrscheinlich bis 10 = äußerst wahrscheinlich

NPS = Net Promoter Score

Net Promoter ® Score ist eine eingetragene Marke von Bain & Company, Inc., Fred Reichheld und Satmetrix Systems, Inc

Erläuterungen zum NPS finden Sie im Anhang.
 1. Stichtag: 06.10.2015, 2. Stichtag: 25.01.2016

Entwicklung seit 1. Stichtag (06.10.2015)



Management Service

Leistungsmerkmale sortiert nach Veränderung der Bewertung (Mittelwerte)

Leistungsmerkmal	Merkmalsgruppe	Trend	bis 1. Stichtag	bis 2. Stichtag	Veränderung
Umgang mit Beschwerden	Beschwerdemanagement	↑	3,15	2,92	0,23
Bearbeitungsdauer	Beschwerdemanagement	↑	3,38	3,17	0,21
Erläuterungen zur Heizungsanlage	Montage	↗	1,83	1,75	0,08
Verständlichkeit der Erklärungen	Anfrage für Angebot / Online	↗	1,77	1,70	0,07
Handhabung	Webseite	↗	1,69	1,62	0,07
Übersichtlichkeit	Webseite	↗	1,68	1,61	0,07
Navigation durch den Heizungsplaner	Anfrage für Angebot / Online	↗	1,70	1,64	0,06
Widerspiegeln der Anforderungen	Anfrage für Angebot / Online	↗	1,86	1,81	0,05
Dauer der Montage	Montage	↗	1,50	1,45	0,05
Fachkundige Montage	Montage	↗	1,57	1,52	0,05
Sauberkeit Arbeitsstätte	Montage	↗	1,55	1,50	0,05

Legende:

Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

1. Stichtag: 06.10.2015, 2. Stichtag: 25.01.2016

Entwicklung seit 1. Stichtag (06.10.2015)



Management Service

Leistungsmerkmale sortiert nach Veränderung der Bewertung (Mittelwerte)

Leistungsmerkmal	Merkmalsgruppe	Trend	bis 1. Stichtag	bis 2. Stichtag	Veränderung
Lösung des zugrundeliegenden Problems	Beschwerdemanagement	↗	2,92	2,88	0,04
Markenvielfalt	Produkte	↗	1,84	1,80	0,04
Zufriedenheit Fotobegehung	Fotobegehung	↗	1,61	1,58	0,03
Übersichtlich Kostenaufstellung	Angebot	↗	1,44	1,41	0,03
Information über Produkte und Leistungen	Webseite	↗	1,71	1,69	0,02
Info. Förder/Finanzierung	Beratung	↗	1,75	1,73	0,02
Informationen Heizen und Energieträger	Webseite	↗	1,88	1,87	0,01
Energieeinsparungspotenzial	Produkte	↗	1,83	1,82	0,01
Verständlichkeit des Angebots	Angebot	→	1,48	1,48	0,00
Wartezeit bis zum Eintreffen des Angebots	Angebot	→	1,33	1,33	0,00
Gesprächsatmosphäre	Anfrage für Angebot / Telefon	→	1,36	1,36	0,00

Legende:

Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

1. Stichtag: 06.10.2015, 2. Stichtag: 25.01.2016

Entwicklung seit 1. Stichtag (06.10.2015)



Management Service

Leistungsmerkmale sortiert nach Veränderung der Bewertung (Mittelwerte)

Leistungsmerkmal	Merkmalsgruppe	Trend	bis 1. Stichtag	bis 2. Stichtag	Veränderung
Informationsgehalt / Angebotspositionen	Beratung	→	1,69	1,69	0,00
Preis- / Leistungsverhältnis	Produkte	→	1,53	1,53	0,00
Fachkompetenz	Beratung	↘	1,59	1,60	-0,01
Informationsgehalt / Heizungsanlage	Beratung	↘	1,69	1,70	-0,01
Gesprächsatmosphäre	Beratung	↘	1,43	1,45	-0,02
Individuell passende Auswahl	Anfrage für Angebot / Telefon	↘	1,57	1,59	-0,02
Verfügbarkeit von Montageterminen	Terminierung der Montage	↘	1,81	1,84	-0,03
Individuelle Anforderungen und Wünsche	Beratung	↘	1,49	1,52	-0,03
Verständlichkeit der telefonischen Beratung	Beratung	↘	1,54	1,57	-0,03
Einhaltung der Montageterminen	Terminierung der Montage	↘	1,46	1,49	-0,03
Verständlichkeit der Erklärungen	Anfrage für Angebot / Telefon	↘	1,43	1,51	-0,08
Erreichbarkeit des telefonischen Service	Anfrage für Angebot / Telefon	↘	1,39	1,51	-0,12
Fachkompetenz	Anfrage für Angebot / Telefon	↘	1,39	1,51	-0,12

Legende:

Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden

1. Stichtag: 06.10.2015, 2. Stichtag: 25.01.2016

Entwicklung seit 1. Stichtag (06.10.2015)



Management Service

Sortiert nach Veränderung

	Trend	bis 1. Stichtag	bis 2. Stichtag	Veränderung
Beschwerdemanagement	↑	3,15	2,99	0,16
Anfrage Angebot / Online	↗	1,78	1,72	0,06
Montage	↗	1,61	1,55	0,06
Webseite	↗	1,74	1,70	0,04
Fotobegehung	↗	1,61	1,58	0,03
Produkte	↗	1,73	1,71	0,02
Angebot	↗	1,42	1,41	0,01
Terminierung / Montage	↘	1,63	1,66	-0,03
Beratung	↘	1,59	1,61	-0,02
Anfrage Angebot / Telefon	↘	1,43	1,50	-0,07

Legende:

n = Anzahl gültiger Angaben,

Zufriedenheit - Bewertungsskala: 1 = vollkommen zufrieden, 2 = sehr zufrieden, 3 = zufrieden, 4 = weniger zufrieden, 5 = unzufrieden;

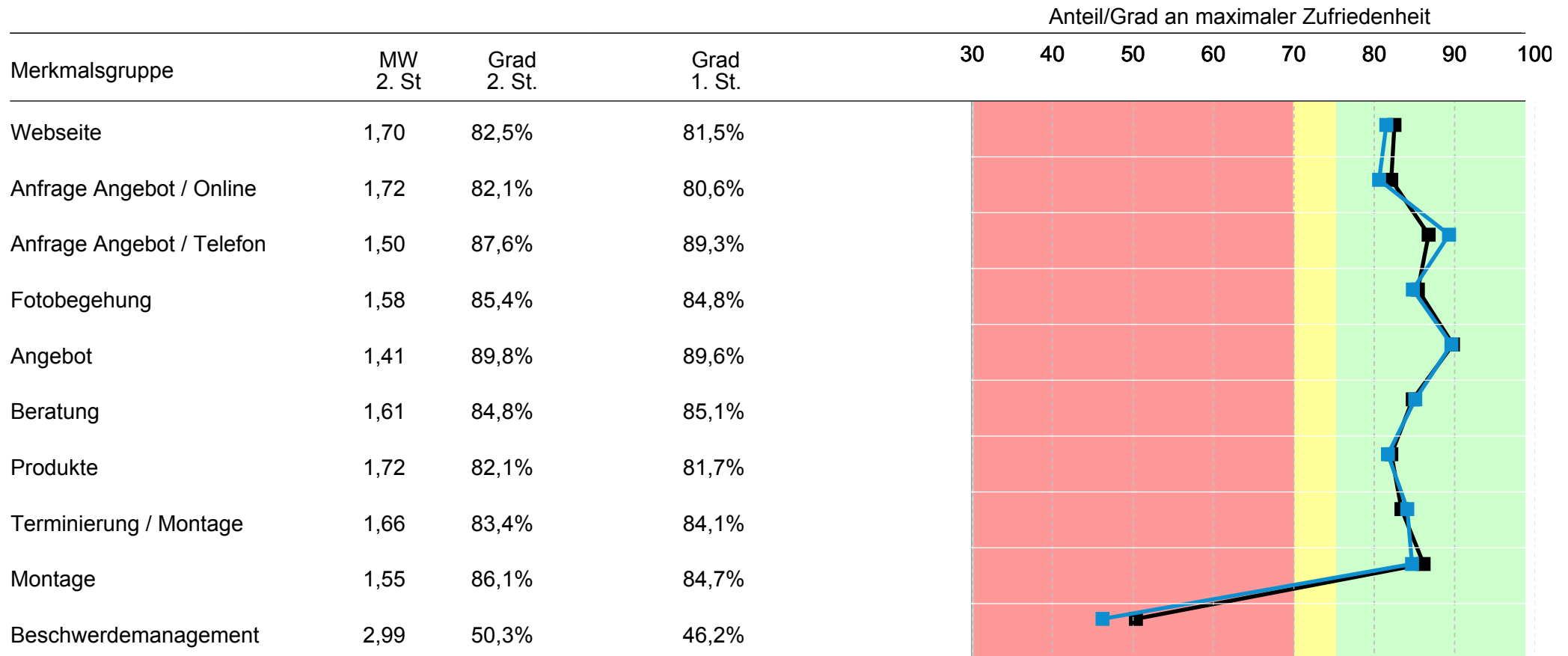
1. Stichtag: 06.10.2015, 2. Stichtag: 25.01.2016

Übersicht Zufriedenheit in den jeweiligen Merkmalsgruppen



Management Service

Vergleich der Ergebnisse bis zum jeweiligen Stichtag



Legende:
 n = Anzahl gültiger Angaben, Grad: Angabe als Anteil an maximaler Zufriedenheit (%); MW = Mittelwert
 Skala: Dargestellt in dem Linienchart ist der Grad der Zufriedenheit in Prozent. Hierzu wurde der erhobene Mittelwert (Skala 1 „vollkommen zufrieden“ bis 5 „unzufrieden“) in Prozentwerte umgerechnet. Dabei entspricht zum Beispiel: 100% = Mittelwert 1,0 70% = Mittelwert 2,2 (TMS-Schwellwert) 50% = Mittelwert 3,0 0% = Mittelwert 5,0
 1. Stichtag (1. St.): 06.10.2015, 2. Stichtag (2. St.): 25.01.2016

1. St. 2. St.



1	Hintergrund der Erhebung
2	Zusammenfassung der Ergebnisse
3	Einzelergebnisse
4	Entwicklung vom 1. Stichtag auf den 2. Stichtag
5	Hinweise, Feststellungen und Abweichungen
6	Anhang



Erläuterungen zur Einordnung

Auf den folgenden Seiten finden Sie die Aufstellung der Leistungsmerkmale, zu denen Ihre Kunden eine Zufriedenheitsbewertung abgegeben haben. Diese Leistungsmerkmale sind auf Basis der Angaben sieben Gruppen zugeordnet. Maßgeblich für die Einteilung ist der jeweilige Mittelwert (Zufriedenheit) und der Korrelationswert „r“ (Zusammenhang) zur erhobenen Gesamtzufriedenheit (Hinweise zur Korrelation finden Sie im Anhang) eines jeden Leistungsmerkmals.

Die sieben Gruppen möchten wir Ihnen gerne zunächst vorstellen:

„Selbstverständlichkeiten“

Kriterien in dieser Gruppe sind Selbstverständlichkeiten für Ihre Kunden. Hier haben Sie auf der einen Seite zwar eine hohe Zufriedenheit erreicht. Die Stärke des Zusammenhangs zwischen der Zufriedenheit dieser Leistungsmerkmale und der Gesamtzufriedenheit ist jedoch unterdurchschnittlich.

„Treiber“

Leistungsmerkmale in dieser Gruppe sind für Ihre Kunden möglicherweise besonders wichtig, da hier ein großer Zusammenhang zur Gesamtzufriedenheit besteht. Zudem sind Sie bei diesen Leistungsmerkmalen bereits besonders gut und haben Werte besser als Ihre erhobene Gesamtzufriedenheit erzielt.
Hier nicht nachlassen!



Erläuterungen zur Einordnung

„Fragezeichen“

Leistungsmerkmale in dieser Gruppe sollten beobachtet werden. Hier wird Ihre Leistung kundenseitig zwar unterhalb der erhobenen Gesamtzufriedenheit bewertet, der Zusammenhang zur Gesamtzufriedenheit ist jedoch ebenfalls unterdurchschnittlich.

„Handlungsfelder“

Leistungsmerkmale aus dieser Gruppe weisen einen überdurchschnittlichen Zusammenhang zur Gesamtzufriedenheit auf. Auf der anderen Seite wird hier jedoch Ihre Leistung schlechter als die erhobene Gesamtzufriedenheit bewertet.



Erläuterungen zur Einordnung

„Hinweise“

Hierunter fallen alle Leistungsmerkmale aus der Gruppe „Ihre Fragezeichen“ mit einem Zufriedenheitswert von schlechter als 2,20 (TMS-Grenzwert) aber besser als 3,50. Ebenso fallen unter „Hinweise“ alle Leistungsmerkmale aus der Gruppe „Ihre Handlungsfelder“ mit einem Zufriedenheitswert besser als 2,20 (TMS-Grenzwert). Die unter „Hinweise“ zusammengefassten Leistungsmerkmale können für Sie wichtige Diskussionspunkte zur Verbesserung Ihrer Servicequalität sein.

„Feststellungen“

Hierunter fallen alle Leistungsmerkmale aus der Gruppe „Ihre Handlungsfelder“, mit einem Zufriedenheitswert schlechter als 2,20 (TMS-Grenzwert) aber besser als 3,50. Leistungsmerkmale, die als Feststellungen markiert sind, sind für Sie primäre Handlungsfelder. In diesen Feldern müssen Maßnahmen zur Qualitätssteigerung eingeleitet werden. Diese Maßnahmen und ihre Umsetzung sind im Falle einer Re-Zertifizierung in zwei Jahren gegenüber der TÜV SÜD Management Service GmbH zu dokumentieren.

„Abweichungen“

Hierunter fallen alle Leistungsmerkmale mit einem Zufriedenheitswert schlechter als 3,50. Leistungsmerkmale, die als Abweichung markiert sind, stellen erheblich Mängel in der bestehenden Servicequalität dar. Aufgrund dieser Mängel kann in der Regel keine Zertifizierung erfolgen.

Für Merkmale des Beschwerdemanagement gilt ein Schwellwert von 3,75.

Zusammenhang zur erhobenen Gesamtzufriedenheit



Management Service

Der Zusammenhang mit der Gesamtzufriedenheit wird durch den Korrelationswert "r" wiedergegeben. Die folgende Übersicht zeigt an, bei welchen Merkmalen die Stärke des Zusammenhangs unterdurchschnittlich, bzw. überdurchschnittlich ist.

Grün = Überdurchschnittlich

Rot = Unterdurchschnittlich

Merkmal	Merkmalsgruppe	r	Merkmal	Merkmalsgruppe	r
Übersichtlichkeit	Webseite	0,52	Gesprächsatmosphäre	Beratung	0,53
Handhabung	Webseite	0,57	Fachkompetenz	Beratung	0,58
Information über Produkte und Leistungen	Webseite	0,57	Verständlichkeit der telefonischen Beratung	Beratung	0,54
Informationen Heizen und Energieträger	Webseite	0,56	Individuelle Anforderungen und Wünsche	Beratung	0,56
Navigation durch den Heizungsplaner	Anfrage für Angebot / Online	0,51	Informationsgehalt / Heizungsanlage	Beratung	0,60
Verständlichkeit der Erklärungen	Anfrage für Angebot / Online	0,55	Info./ Förder-/Finanzierungsmöglichkeiten	Beratung	0,43
Wiederspiegeln der Anforderungen	Anfrage für Angebot / Online	0,55	Informationsgehalt / Angebotspositionenen	Beratung	0,52
Erreichbarkeit des telefonischen Service	Anfrage für Angebot / Telefon	0,52	Verfügbarkeit von Montageterminen	Terminierung der Montage	0,52
Gesprächsatmosphäre	Anfrage für Angebot / Telefon	0,58	Einhaltung der Montageterminen	Terminierung der Montage	0,46
Fachkompetenz	Anfrage für Angebot / Telefon	0,65	Fachkundige Montage	Montage	0,52
Verständlichkeit der Erklärungen	Anfrage für Angebot / Telefon	0,63	Dauer der Montage	Montage	0,54
Individuell passende Auswahl	Anfrage für Angebot / Telefon	0,43	Sauberkeit Arbeitsstätte	Montage	0,48
Zufriedenheit Fotobegehung	Fotobegehung	0,49	Erläuterungen zur Heizungsanlage	Montage	0,52
Wartezeit bis zum Eintreffen des Angebots	Angebot	0,35			
Verständlichkeit des Angebots	Angebot	0,49			
Übersichtlich Kostenaufstellung	Angebot	0,50			

Anmerkung:
die Merkmalsgruppen Beschwerdemanagement und Produkte (nicht relevant für die Zertifizierung) sind nicht berücksichtigt.



	Selbstverständlichkeit	Treiber	Fragezeichen	Handlungsfeld	Hinweis	Feststellung	Abweichung
Webseite							
Übersichtlichkeit				•	•		
Handhabung				•	•		
Information über Produkte und Leistungen				•	•		
Informationen Heizen und Energieträger				•	•		
Anfrage für Angebot / Online							
Navigation durch den Heizungsplaner			•				
Verständlichkeit der Erklärungen				•	•		
Wiederspiegeln der Anforderungen				•	•		



	Selbstverständlichkeit	Treiber	Fragezeichen	Handlungsfeld	Hinweis	Feststellung	Abweichung
Anfrage für Angebot / Telefon							
Erreichbarkeit des telefonischen Service		●			Green	Yellow	Red
Gesprächsatmosphäre		●			Green	Yellow	Red
Fachkompetenz		●			Green	Yellow	Red
Verständlichkeit der Erklärungen		●			Green	Yellow	Red
Individuell passende Auswahl	●				Green	Yellow	Red
Angebot							
Wartezeit bis zum Eintreffen des Angebots	●				Green	Yellow	Red
Verständlichkeit des Angebots	●				Green	Yellow	Red
Übersichtlich Kostenaufstellung	●				Green	Yellow	Red



	Selbstverständlichkeit	Treiber	Fragezeichen	Handlungsfeld	Hinweis	Feststellung	Abweichung
Fotobegehung							
Zufriedenheit Fotobegehung	●						
Beratung							
Gesprächsatmosphäre		●					
Fachkompetenz		●					
Verständlichkeit der telefonischen Beratung		●					
Individuelle Anforderungen und Wünsche		●					
Informationsgehalt / Heizungsanlage				●	●		
Informationsgehalt / Förder-/Finanzierung			●				
Informationsgehalt / Angebotspositionen				●	●		



	Selbstverständlichkeit	Treiber	Fragezeichen	Handlungsfeld	Hinweis	Feststellung	Abweichung
Terminierung der Montage							
Verfügbarkeit von Montageterminen			●		Green	Yellow	Red
Einhaltung der Montageterminen	●				Green	Yellow	Red
Montage							
Fachkundige Montage		●			Green	Yellow	Red
Dauer der Montage		●			Green	Yellow	Red
Sauberkeit Arbeitsstätte	●				Green	Yellow	Red
Erläuterungen zur Heizungsanlage			●		Green	Yellow	Red



Selbstverständlichkeit Treiber Fragezeichen Handlungsfeld Hinweis Feststellung Abweichung

Beschwerdemanagement

Umgang mit Beschwerden
Bearbeitungsdauer von Beschwerden
Lösung des zugrundeliegenden Problems

	•	
	•	
	•	

Hinweis:
Bei Leistungsmerkmalen zum Beschwerdemanagement gilt: Zufriedenheitswerte schlechter 2,20 und besser als 2,5 führen zu Hinweisen. Zufriedenheitswerte schlechter als 2,5 und besser als 3,75 führen zu Feststellungen. Zufriedenheitswerte schlechter als 3,75 führen zu Abweichungen.



Zusammenfassung: Hinweise

Nr. 1 bis Nr. 8	Detail	<p>Leistungsmerkmale:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Übersichtlichkeit (Webseite) 2. Handhabung (Webseite) 3. Information über Produkte und Leistungen (Webseite) 4. Informationen Heizen und Energieträger (Webseite) 5. Verständlichkeit der Erklärungen (Anfrage für Angebot / Online) 6. Widerspiegeln der Anforderungen (Anfrage für Angebot / Online) 7. Informationsgehalt / Heizungsanlage (Beratung) 8. Informationsgehalt / Angebotspositionen (Beratung) 	Hinweise
	Ergebnis	Die aufgezeigten Leistungsmerkmale sind möglicherweise Handlungsfelder. Hier finden sich Ansatzpunkte für eine weitere Verbesserung der Kundenzufriedenheit.	
	Anforderungen	Ursachenanalyse und ggf. Maßnahmenumsetzung	

Hinweise, Feststellungen und Abweichungen



Management Service

Zusammenfassung: Feststellungen

Nr. 9 bis Nr. 11	Detail	Leistungsmerkmale: 9. Umgang mit Beschwerden (Beschwerdemanagement) 10. Bearbeitungsdauer von Beschwerden (Beschwerdemanagement) 11. Lösung des zugrundeliegenden Problems (Beschwerdemanagement)	Feststellung
	Ergebnis	Die aufgezeigten Leistungsmerkmale sind möglicherweise Handlungsfelder. Hier finden sich Ansatzpunkte für eine weitere Verbesserung der Servicequalität.	
	Anforderungen	Ursachenanalyse und Maßnahmenumsetzung mit Dokumentation	



1	Hintergrund der Erhebung
2	Zusammenfassung der Ergebnisse
3	Einzelergebnisse
4	Entwicklung vom 1. Stichtag auf den 2. Stichtag
5	Hinweise, Feststellungen und Abweichungen
6	Anhang

Der Net Promoter Score (NPS) ist ein Index zur Messung der Wahrscheinlichkeit, mit der Kunden ein Produkt, ein Unternehmen oder eine Dienstleistung weiterempfehlen. Berechnet wird der Net Promoter Score durch die Differenz zwischen Promotoren und Kritikern des betreffenden Unternehmens oder Produktes. Gemessen werden die Antworten auf einer Skala von 0 (unwahrscheinlich) bis 10 (äußerst wahrscheinlich). Promotoren sind dabei Kunden, die mit 9 oder 10 antworten. Als Kritiker werden hingegen diejenigen angesehen, die mit 0 bis 6 antworten. Kunden, die mit 7 oder 8 antworten, gelten als „passiv Zufriedene“ und werden bei der Berechnung des NPS nicht herangezogen. Der Net Promoter Score ergibt sich durch die Formel:

$$\text{NPS} = \text{Promotoren}(\%) - \text{Kritiker}(\%)$$

Das Ergebnis kann somit zwischen plus 100 und minus 100 liegen.

„Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Musterunternehmen einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen?“

(Bewertung: 0 = unwahrscheinlich bis 10 = äußerst wahrscheinlich)



Quelle:
Reichheld, F. (2006): Die ultimative Frage, München.
Net Promoter ® Score ist eine eingetragene Marke von Bain & Company, Inc., Fred Reichheld und Satmetrix Systems, Inc.



Eine Standardabweichung misst das durchschnittliche Ausmaß der Abweichung der einzelnen Merkmalswerte von ihrem Mittelwert (arithmetisches Mittel).

Beispiel 1:

Unter 200 Gebrauchtwagen vom Typ VW Golf wird eine Laufleistung pro Jahr von 13.320 km ermittelt. Die Standardabweichung liegt bei $s = 4.653$.

Sachlogisch kann hier die Standardabweichung wie folgt interpretiert werden: Im Mittel streuen die einzelnen jahresdurchschnittlichen Laufleistungen der $n = 200$ Gebrauchtwagen vom Typ VW Golf um 4.653 km um ihren Durchschnittswert von 13.320 km.

Beispiel 2:

Unter 1.000 Kunden wird auf einer 5er Skala ein Zufriedenheitswert zur telefonischen Erreichbarkeit von 1,81 erhoben. Die Standardabweichung liegt bei 0,32.

Sachlogisch kann die Standardabweichung hier wie folgt interpretiert werden: Im Mittel streuen die einzelnen Bewertungen der Kunden zur Zufriedenheit mit der telefonischen Erreichbarkeit um 0,32 um ihren Mittelwert von 1,81.

Die Standardabweichung dient damit der Interpretation der Aussagekraft des erhobenen Mittelwerts.

Quelle: in Anlehnung an Eckstein, P. (2010): Statistik für Wirtschaftswissenschaftler, 2. Auflage, Wiesbaden, S. 119f.



Der Korrelationskoeffizient r von Pearson ist das bekannteste Zusammenhangsmaß für zwei Variablen, die mindestens Intervallskalenniveau haben. Ein Beispiel für eine entsprechende Korrelation wäre die zwischen Lebensalter (in Jahren) und Vermögen (in Euro).

Er kann Werte zwischen -1 und $+1$ annehmen. Bei einem Wert von $+1$ (bzw. -1) besteht ein vollständig positiver (bzw. negativer) linearer Zusammenhang zwischen den betrachteten Merkmalen. Wenn der Korrelationskoeffizient den Wert 0 aufweist, hängen die beiden Merkmale überhaupt nicht linear voneinander ab.

Beispiel:

Zwischen dem Item „Gesamtzufriedenheit“ und dem Item „telefonische Erreichbarkeit“ wird in einer Kundenbefragung mit 800 Teilnehmern ein $r = 0,821$ ermittelt.
Sachlogisch kann dies hier wie folgt interpretiert werden: Wegen $r = 0,821$ besteht in der statistischen Gesamtheit ($n = 800$ Teilnehmer) ein starker gleichläufiger bzw. positiver linearer statistischer Zusammenhang. Demnach haben Kunden mit einer überdurchschnittlichen hohen Zufriedenheit bei „telefonischer Erreichbarkeit“ auch eine überdurchschnittlich hohe Gesamtzufriedenheit bzw. Kunden mit einer unterdurchschnittlichen hohen Zufriedenheit bei „telefonischer Erreichbarkeit“ auch eine unterdurchschnittlich hohe Gesamtzufriedenheit.