Studiensteckbrief zur WELT-Studie „ONLINE-HANDEL 2021“

Untersuchungsobjekte:	1.747 Unternehmen / Anbieter aus 105 unterschiedlichen Branchen
Methode:	Eigeninitiierte und unabhängig von den bewerteten Unternehmen durchgeführte Bevölkerungsumfrage über ein Online-Access-Panel
Befragungszeitraum:	Februar 2021
Stichprobe:	363.379 Verbraucherurteile
Fragestellung:	„Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Kauf von Waren und/oder Dienstleistungen über das Internet bei folgenden Unternehmen/ Anbietern?“
Antwortskala:	„sehr zufrieden (1), zufrieden (2), weder noch (3), eher nicht zufrieden (4), unzufrieden (5) bzw. 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 niedriger (= besser) als der Gesamt-Mittelwert innerhalb der jeweiligen Branche, wird dem Unternehmen eine „Hohe Kundenzufriedenheit“ zugeschrieben. Liegt der Eigenwert zusätzlich niedriger (= noch besser) als der Mittelwert dieser „überdurchschnittlichen“ Gruppe, wird dem Unternehmen eine „Sehr hohe Kundenzufriedenheit“ zugeschrieben. Unternehmen mit dem besten Score erhalten die Auszeichnung „Nr.1 in der Kundenzufriedenheit“

© ServiceValue GmbH