

Zehn Jahre Deutsches Institut für Service-Qualität / Verbrauchertests sorgen für Aufklärung – Service-Experten als Mediendienstleister – Siegel mit hohem Bekanntheitsgrad

Service lässt sich nicht testen – ein Irrtum, wie das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) seit nunmehr genau zehn Jahren beweist. Das Hamburger Marktforschungsinstitut setzt seit jeher auf aktuelle Messverfahren mit standardisierten und objektivierbaren Kriterien.

Das Ergebnis: Über 600 veröffentlichte Studien, die für Transparenz und Verbraucheraufklärung sorgen.

Dienstleister für Presse, Funk und Fernsehen

Als unabhängige Testorganisation führt das Deutsche Institut für Service-Qualität keine Studien für Unternehmen durch. Die Aufträge kommen stattdessen von Medienpartnern des DISQ. Dies geschieht punktuell mit Blick auf eine bestimmte Branche oder ein Branchensegment. Oder aber in Form einer umfassenden Kooperation, wie sie mit dem Nachrichtensender n-tv besteht. Die bereits 2008 gestartete Zusammenarbeit initiierte zahlreiche Tests, über deren Ergebnisse n-tv exklusiv im Programmformat „Ratgeber“ berichtet. Markus Hamer, Geschäftsführer des Deutschen Instituts für Service-Qualität: „Das Beispiel n-tv zeigt wie gleich drei Seiten profitieren können: Das DISQ erhält Aufträge, n-tv valide Untersuchungsergebnisse und der Verbraucher letztlich die Informationen, die er als Entscheidungshilfe benötigt.“

Bekanntheit und Vertrauen gestiegen

Als privatwirtschaftliches Institut kommt das DISQ ohne öffentliche Mittel aus und stützt sich neben den Medienkooperationen auch auf die Lizenzierung des Testsiegels. Das bedeutet: Testsieger bekommen die Möglichkeit, das Siegel zu Werbezwecken einzusetzen – ein Vorgehen, das auch von der Stiftung Warentest praktiziert wird. „Vertrauen ist hier ein wichtiges Kriterium“, so Bianca Möller, Geschäftsführerin der Tochtergesellschaft DISQ Media. „Das Vertrauen der Verbraucher gegenüber dem DISQ-Siegel ist sehr ausgeprägt und steigt seit Jahren kontinuierlich.“ Die Untersuchung Gütesiegelmonitor 2016 des Marktforschungsinstitut Dr. Grieger & Cie. weist ein weiteres Ergebnis aus: Auch der Bekanntheitsgrad ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen – fast jeder zweite Deutsche kennt inzwischen das Siegel des DISQ.

Pressekontakt:

Martin Schechtel
Telefon: +49 (0)40 / 27 88 91 48 - 20
E-Mail: m.schechtel@disq.de

Unternehmen

DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG
Dorotheenstraße 48
22301 Hamburg

Internet: www.disq.de

Über DISQ Deutsches Institut für Service-Qualität GmbH & Co. KG

Das Deutsche Institut für Service-Qualität (DISQ) verfolgt das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern. Das Marktforschungsinstitut mit Sitz in Hamburg führt zu diesem Zweck unabhängige Wettbewerbsanalysen und Kundenbefragungen durch. Rund 1.500 geschulte Tester sind in ganz Deutschland im Einsatz. Die Leitung der Forschungsprojekte, bei denen wissenschaftlich anerkannte Methoden und Service-Messverfahren zum Einsatz kommen, obliegt einem Team aus Soziologen, Ökonomen und Psychologen. Dem Verbraucher liefert das Institut wichtige Anhaltspunkte für seine Kaufentscheidungen. Unternehmen gewinnen wertvolle Informationen für das eigene Qualitätsmanagement. Das Deutsche Institut für Service-Qualität arbeitet im Auftrag von renommierten Print-Medien und TV-Sendern; Studien für Unternehmen gehören nicht zum Leistungsspektrum des DISQ.