

# DOKUMENTATION - Zusammenfassung/Methodik

## Studie: Pizza-Lieferservice 2011



„Mehr Transparenz – mehr Kundennähe“  
Hamburg, 5. Dezember 2011

## UNTERNEHMEN KONTAKT

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

**Adresse:** Dorotheenstraße 48  
22301 Hamburg  
[www.disq.de](http://www.disq.de)

**Ansprechpartner:** Bianca Möller                      Markus Hamer  
040 - 27 88 91 48 12                      040 - 27 88 91 48 11  
[b.moeller@disq.de](mailto:b.moeller@disq.de)                      [m.hamer@disq.de](mailto:m.hamer@disq.de)

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Dokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 250 Euro (zzgl. MwSt.).

# Die Marktforscher

- Das Deutsche Institut für Service-Qualität verfolgt seit seiner Gründung im Juni 2006 das Ziel, die Servicequalität in Deutschland zu verbessern.
- Das Institut führt als Mediendienstleister unabhängige Servicestudien für Verbraucher durch, die von diversen Fach- und Publikumsmedien beauftragt beziehungsweise veröffentlicht werden. Unternehmen können Studien nicht in Auftrag geben.
- Das Hamburger Institut gibt dem Verbraucher Orientierung im Bereich Service und bietet Anhaltspunkte für die Kaufentscheidungen. Das Marktforschungsinstitut prüft unabhängig anhand von aufwändigen Analysen die Servicequalität von Unternehmen und Branchen. Untersucht werden die Serviceleistungen und die Kommunikation mit dem Kunden auf unterschiedlichen Kanälen (zum Beispiel Filiale, Telefon, E-Mail und Website).
- Insgesamt sind rund 1.500 geschulte Tester in ganz Deutschland im Einsatz. Regelmäßig werden Kundenbefragungen durchgeführt. Ein Team aus Ökonomen, Soziologen und Psychologen entwickelt die Testkonzeptionen und wertet die Ergebnisse aus. Um die Wünsche der Verbraucher zu kennen, werden Gruppendiskussionen geführt.
- Auch Unternehmen gewinnen durch die Tests des Instituts wertvolle Informationen für ihr Qualitätsmanagement. Sie erfahren, in welchen Bereichen sie im Vergleich zur Konkurrenz gut aufgestellt sind und wo sie ihren Service noch verbessern können.

# Zusammenfassung (1/4)

Ob klassisch, ausgefallen oder vegetarisch: Pizza gibt es mittlerweile in einer Vielzahl an Variationen. Neben einer großen Produktauswahl werben die Pizza-Lieferdienste mit einer schnellen Lieferung und guter Qualität. Doch bei welchem Pizza-Lieferanten stimmt neben der Produktvielfalt auch der Service?

- Das Deutsche Institut für Service Qualität bewertete im Rahmen einer Marktanalyse vom 15. September bis zum 10. Oktober 2011 die Servicequalität von sechs überregionalen Pizza-Lieferdiensten in den Städten Berlin, Hamburg und München. Für die Studie wurden in jeder Stadt je vier Liefer- und Telefon-Tests pro Unternehmen durchgeführt. Darüber hinaus wurden die Internetseiten der Pizza-Lieferdienste anhand von je zwölf Nutzerbetrachtungen und einer Inhaltsanalyse betrachtet. Insgesamt flossen somit 190 Servicekontakte in die Auswertung ein.
- Zusätzlich erfolgte eine Bewertung der Produktauswahl und Preise. Hierzu wurden die verschiedenen Angebote der Unternehmen und die Preise der Produkte für jede Stadt am gleichen Tag erhoben.
- Die Servicequalität in der Branche war durchweg gut. Unterschiede gab es hingegen beim Angebot. Sowohl die Vielfalt der angebotenen Produkte als auch die Preisgestaltung variierte zwischen den Lieferdiensten.
- Überregionaler Testsieger der Studie „**Pizza-Lieferservice 2011**“ wurde **Hallo Pizza**. Dahinter platzierten sich **Joey's** und **Call a Pizza**.

## Zusammenfassung (2/4)

In folgender Tabelle sind die Gesamtsieger (regional und überregional) sowie die Sieger der einzelnen Teilbereiche (Service und Angebot) dargestellt:

	Testsieger	Service	Angebot
<b>Berlin</b>	Hallo Pizza	Call a Pizza	Joey's
<b>Hamburg</b>	Hallo Pizza	Hallo Pizza	Blizzera
<b>München</b>	Blizzera	Blizzera	Joey's
<b>Gesamt</b>	Hallo Pizza	Hallo Pizza	Joey's

## Zusammenfassung (3/4)

- Den bundesweit besten Service bot **Hallo Pizza**. Das Unternehmen zeichnete sich durch freundliche Mitarbeiter und eine schnelle Lieferzeit aus.
- Beim Angebot schnitt **Joey's** im überregionalen Vergleich am besten ab. Die Preise waren bei diesem Lieferdienst am günstigsten und die Produktauswahl vielfältig.
- Testsieger in Berlin und Hamburg wurde **Hallo Pizza**, dank der gelungenen Kombination aus Service und Angebot. Kurze Lieferzeiten, frische und schmackhafte Pizzen, größte Vielfalt an Speisen sowie freundlicher Telefonservice zeichneten das Unternehmen aus.
- Das beste Gesamtergebnis in München erzielte **Blizzera**. Der Lieferdienst überzeugte durch seinen guten Service. Telefonische Anfragen wurden nach geringer Wartezeit kompetent beantwortet. Freundliche Angestellte, schmackhafte Pizzen zur günstigen Preisen sowie eine große Auswahl an Speisen und Pizzaböden rundeten das positive Gesamtbild ab.

# Zusammenfassung (4/4)

- Die analysierten Pizza-Lieferdienste präsentierten im Gesamtergebnis eine gute Serviceleistung. Servicequalität am Telefon war insgesamt gut, doch nicht alle Fachfragen konnten beantwortet werden. Hierzu zählten insbesondere Fragen zu den Allergenen, Bio-Produkten oder dem Analogkäse.
- Positiv war die durchschnittliche Lieferzeit von 32 Minuten, je nach Unternehmen und Stadt zeigten sich jedoch Unterschiede.
- Lediglich 52 Prozent der im Test gelieferten Pizzen wurden als schmackhaft bewertet. Fehlende Frische oder Würze, zu fettige oder als solche nicht zu schmeckende Hauptzutaten waren ursächlich dafür.
- Fast alle Pizzen wurden zumindest warm ausgeliefert, knapp die Hälfte sogar noch heiß.
- Pizza-Services liefern nicht nur Pizzen aus. Es werden ebenfalls Pasta, Salat, Pizzabrötchen, Baguette und andere Gerichte angeboten.

# Die besten Unternehmen (1/2)

- Im bundesweiten Vergleich ging **Hallo Pizza** als Testsieger hervor und wurde damit „Bester Pizza-Lieferservice überregional 2011“. Das Unternehmen hatte im bundesweiten Vergleich den besten Service und wurde Gesamtsieger in Berlin und Hamburg. In der Hauptstadt zeichnete sich der Lieferservice durch die beste telefonische Kontaktqualität aus. Die Fragen der Testanrufer wurden nicht nur freundlich, sondern auch kompetent beantwortet. In Hamburg hatte das Unternehmen durch die geringe Lieferdauer von durchschnittlich nur 16 Minuten die beste Lieferqualität. Die Pizzen waren zudem frisch und schmackhaft. Defizite wies allerdings der Internetauftritt auf, dem beispielsweise eine Postleitzahlen-Suche fehlte. Beim Angebot schnitt Hallo Pizza als zweitbestes Unternehmen ab. Der Lieferservice bot neben klassischer Pizza auch andere Speisen wie zum Beispiel Wraps oder Chicken Nuggets. Preislich lagen die Produkte in Berlin und Hamburg unter den Top 3.
- Den zweiten Rang belegte **Joey's**. Der Lieferservice überzeugte mit dem bundesweit besten Angebot. In allen Städten gab es einen sechsständigen Mittagstisch sowie Kindermenüs und kostenlose Zutaten. Pizzen und Desserts waren außerdem zu kleinen Preisen zu haben. Im Servicebereich bestach vor allem der Internetauftritt des Unternehmens, welcher zugleich der beste in der Studie war. Die Seite bot beispielsweise umfangreiche Informationen zu Käse- und Schinkenimitaten. Telefonische Anfragen beantworteten die Mitarbeiter stets freundlich, vollständig und korrekt. Beim Liefer-Test überzeugten die guten Lieferzeiten sowie die appetitliche Optik und der Geschmack der Pizzen.

## Die besten Unternehmen (2/2)

- **Call a Pizza** positionierte sich auf dem dritten Rang. In allen Städten erreichte der Lieferservice eine Top-3-Position. In Berlin hatte das Unternehmen die beste Lieferqualität. Die Pizzen machten nicht nur einen appetitlichen Eindruck sondern waren auch schmackhaft. Auf telefonische Anfragen reagierten die Mitarbeiter freundlich und beantworteten diese stets vollständig und korrekt. Der Internetauftritt war der zweitbeste der Studie und rundete die gute Serviceleistung ab. Hier waren umfangreiche Funktionen wie beispielsweise eine Postleitzahlen-Suche oder eine Speisekarte zum Herunterladen zu finden. Beim Angebot konnte sich Call a Pizza hingegen nicht gegen die Mitbewerber durchsetzen. Die Preise in allen drei Städten gehörten zu den höchsten und die dafür gebotene Produktauswahl war am geringsten.
- Testsieger in München wurde **Blizzera**. Der Lieferservice überzeugte in München durch seinen guten Service. Telefonische Anfragen wurden nach geringer Wartezeit kompetent von den Mitarbeitern beantwortet. Die Lieferqualität war durch die Freundlichkeit der Angestellten bei der Auslieferung sowie die schmackhaften Pizzen gekennzeichnet. Die Stärken im Bereich Angebot waren die günstigen Pizzapreise sowie eine vielfältige Auswahl an Speisen und Pizzaböden

# Inhaltsverzeichnis

Die folgenden Seiten sind ein Auszug. Die Gesamtdokumentation unterliegt einer Schutzgebühr in Höhe von 250 Euro (zzgl. MwSt.).

	<b>Seite</b>
<b>1. Zielsetzung</b>	<b>14</b>
<b>2. Untersuchungsumfang</b>	<b>15</b>
<b>3. Serviceanalyse</b>	<b>19</b>
3.1 Lieferqualität	20
3.2 Telefon	23
3.3 Internet	26
3.4 Ergebnis Serviceanalyse	32
<b>4. Angebot</b>	<b>50</b>
4.1 Produktauswahl	51
4.2 Preise	53
4.3 Ergebnis Angebot	55
<b>5. Gesamtergebnis</b>	<b>64</b>
5.1 Gesamtergebnis regional	65
5.2 Gesamtergebnis überregional	77
<b>6. Reaktionen</b>	<b>82</b>

# 1. Zielsetzung

Glaubt man der Vielzahl an Flyern und Prospekten, so gibt es dutzende gute Pizza-Lieferdienste, die besonders schnell ausliefern und über ein schmackhaftes Angebot verfügen. Doch welcher Pizza-Service bietet neben günstigen Preisen und einem vielfältigen Angebot auch einen guten Service?

Um diese Frage beantworten zu können, wurden vom 15. September bis zum 10. Oktober 2011 auf Basis von Service- und Produkttests sechs überregionale Pizza-Lieferdienste unter die Lupe genommen. Neben Angebotsvielfalt und Preisen standen der Service am Telefon sowie die Lieferqualität und der Internetauftritt der Unternehmen im Fokus der Analyse:

- Bei welchem Lieferdienst werden telefonische Anfragen freundlich und kompetent beantwortet?
- Welches Unternehmen liefert so schnell wie am Telefon angekündigt?
- Welcher Pizza-Lieferservice kann preislich überzeugen?
- Bei welchem Unternehmen gibt es das vielfältigste Angebot?

## 2. Untersuchungsumfang (1/4)

Im Rahmen dieser Studie wurden sechs Pizza-Lieferdienste untersucht, die in mindestens zwei der drei größten Städten Berlin, Hamburg und München vertreten sind und deren Liefergebiet einen Großteil der Stadtbezirke abdeckt. Nicht berücksichtigt wurden Liefergebiete, die in den umliegenden Gemeinden oder Großstädten lagen. Der Untersuchungszeitraum reichte vom 15. September bis 10. Oktober 2011. Das Untersuchungspanel bestand aus folgenden Unternehmen:

- Blizzera
- Call a Pizza
- Hallo Pizza
- Joey's Pizza
- Pizza Max
- Smiley's

## 2. Untersuchungsumfang (2/4)

Die regionale Aufteilung der analysierten Unternehmen stellt sich wie folgt dar:

### **Berlin (4 Anbieter)**

- Call a Pizza
- Hallo Pizza
- Joey's Pizza
- Pizza Max

### **Hamburg (6 Anbieter)**

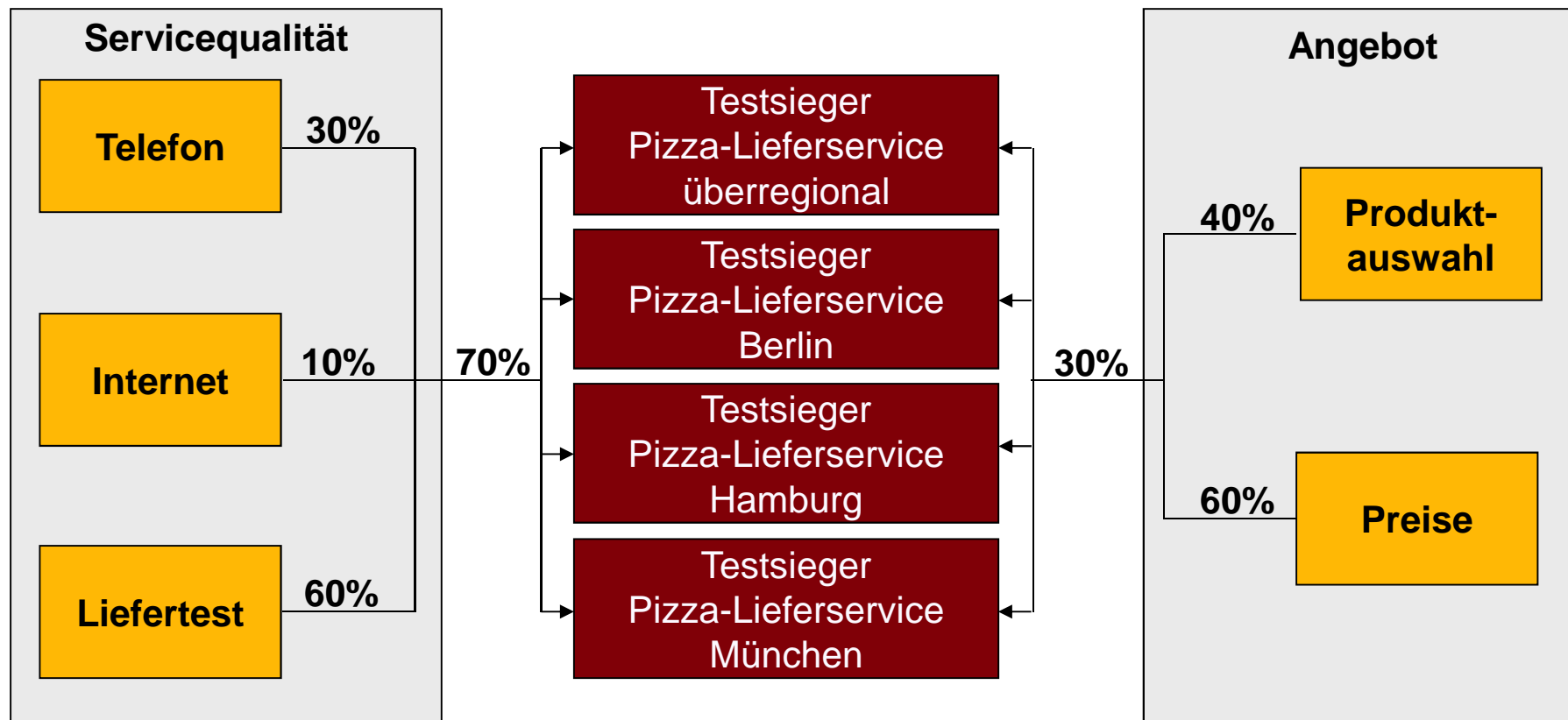
- Blizzera
- Call a Pizza
- Hallo Pizza
- Joey's Pizza
- Pizza Max
- Smiley's

### **München (4 Anbieter)**

- Blizzera
- Call a Pizza
- Joey's Pizza
- Smiley's

## 2. Untersuchungsumfang (3/4)

Zur Bestimmung des Testsiegers erfolgte die Zusammenführung der Teilbereiche nach folgendem Schema:



## 2. Untersuchungsumfang (4/4)

Die Durchführung der Analyse erfolgte in zwei Teilbereichen. Im ersten Teil wurde eine umfassende Serviceanalyse durchgeführt, bei der die Lieferqualität und die Kontaktqualität per Telefon untersucht wurde. Zusätzlich wurde der Internetauftritt der Anbieter analysiert. Um valide Ergebnisse zu erhalten, setzte sich die detaillierte Untersuchung des Service wie folgt zusammen:

- 56 (4 Tests pro Stadt pro Unternehmen) Analysen der Lieferqualität
- 56 (4 Tests pro Stadt pro Unternehmen) Analysen der telefonischen Kontaktqualität
- 6 (6 x 1) Inhaltsanalysen der Homepages
- 72 (12 x 6) Betrachtungen der Websites durch ausgewählte Internetnutzer

In der Summe ergaben sich dadurch 190 Servicekontakte zu den Pizza-Lieferdiensten. Darüber hinaus gab es eine Bewertung der Produktauswahl sowie eine Preisanalyse. Hierzu wurde unter anderem überprüft, ob ein vorab definiertes Angebot, wie beispielsweise ein Mittagsangebot, vorhanden und wie hoch der Preis für bestimmte Produkte war. Die Erhebung erfolgte für jede Stadt am gleichen Tag.

# 3. Serviceanalyse

Die unterschiedlichen Kontaktkanäle der Serviceanalyse wurden anhand folgender Kategorien getestet und entsprechend gewichtet:

<b>Lieferqualität</b>	<b>100,0%</b>
■ Lieferdauer	30,0%
■ Zustellungsqualität	70,0%
<b>Telefon</b>	<b>100,0%</b>
■ Aktivitätsgrad	30,0%
■ Kompetenzgrad	35,0%
■ Kommunikationsqualität	35,0%
<b>Internet</b>	<b>100,0%</b>
■ Inhaltsanalyse	50,0%
■ Nutzerbetrachtung	50,0%

## 3.1 Lieferqualität

### Vorgehensweise (1/2)

- Im Rahmen des Liefertests wurden im Zeitraum vom 21. September bis 4. Oktober 2011 bei jedem Unternehmen vier Bestellungen pro Stadt aufgegeben.
- Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurden alle Unternehmen jeweils an genau demselben Tag zur selben Uhrzeit getestet. Beispielsweise fand die erste Testwelle in Hamburg bei allen Unternehmen am gleichen Wochentag um 14 Uhr statt. So hatten alle Unternehmen die gleichen Grundvoraussetzungen für die Lieferung.
- Zwei der Bestellungen erfolgten zur Normalzeit (Montag bis Freitag zwischen 14 und 17 Uhr) und zwei weitere zur Stoßzeit (Montag bis Freitag zwischen 12 und 14 Uhr sowie 18 bis 20 Uhr).
- Je zwei der Bestellungen wurden telefonisch ausgelöst und zwei weitere online initiiert.
- Bei mehreren Standorten in der gleichen Stadt wurde stets die Filiale ausgewählt, die zur jeweiligen Lieferadresse am nächsten lag. Dabei verteilten sich die Lieferorte, wenn möglich, über das gesamte Stadtgebiet. Berücksichtigt wurden dabei ausschließlich solche Lieferadressen, die im Auslieferungsgebiet der jeweiligen Filiale lagen.

## 3.1 Lieferqualität

### Vorgehensweise (2/2)

- Geordert wurde immer eine Pizza Margherita und ein Extra (z.B. Salami, Champignons, Paprika etc.), das verrutschen konnte. Dabei wurde stets die günstigste Pizza bis zum Erreichen des Mindestbestellwertes gewählt. War es nicht möglich nur mit der ausgewählten Pizza den Mindestbestellwert zu erreichen, wurden zusätzlich Getränke bestellt.

## 3.1 Lieferqualität

### Kriteriengewichtung

Die Analyse und Bewertung der durchgeführten Telefonate erfolgte anhand folgender Kategorien und Gewichtungen:

<b>Lieferqualität</b>	<b>100,0%</b>
<b>Lieferdauer</b>	<b>30,0%</b>
■ Lieferung innerhalb einer Stunde	5,0%
■ Lieferdauer in Minuten	15,0%
■ Abweichung genannte/tatsächliche Lieferdauer	10,0%
<b>Zustellungsqualität</b>	<b>70,0%</b>
■ Korrekte Bestellausführung	10,0%
■ Korrekte Rechnung	10,0%
■ Optik (Wurst/Käse verrutscht, Deckel klebte fest etc.)	10,0%
■ Temperatur (heiß, warm, kalt)	10,0%
■ Geschmack (verbrannter Teig, Frische, etc.)	15,0%
■ Freundlichkeit des Mitarbeiters	7,5%
■ Erscheinungsbild des Mitarbeiters	7,5%

## 3.2 Telefon

### Vorgehensweise und Rollenspiele

Im Rahmen von telefonischen Anfragen wurde jeder Pizza-Lieferdienst im Zeitraum vom 20. September bis zum 10. Oktober 2011 in jeder Stadt vier Mal kontaktiert. In jeder Stadt haben die Testanrufer, wenn möglich, vier unterschiedliche Filialen unter der Ortsnummer kontaktiert, die auf der Website aufgeführt war.

Jeder Lieferdienst wurde dabei zu den gleichen Themen befragt, ohne dass Bestellungen aufgegeben wurden. Die telefonischen Anfragen hatten folgende Inhalte:

- Analogkäse und Bioprodukte
- Vegane Pizzen und Zahlungsmöglichkeiten
- Aktionsprodukte und Menüs
- Allergie und Variation der Pizzaböden

## 3.2 Telefon

### Kriteriengewichtung (1/2)

Die Analyse und Bewertung der durchgeführten Telefonate erfolgte anhand folgender Kategorien und Gewichtungen:

<b>Telefon</b>	<b>100,0%</b>
<b>Aktivitätsgrad</b>	<b>30,0%</b>
■ Anteil der zustande gekommene Gespräche (im Erstkontakt)	10,0%
■ Durchschnittliche Wartezeit	10,0%
■ Wöchentliche Erreichbarkeit in Stunden	5,0%
■ Anteil der Gespräche, die in 20 Sekunden angenommen wurden	5,0%
<b>Kompetenzgrad</b>	<b>35,0%</b>
■ Strukturierte und vollständige Darstellung	10,0%
■ Richtigkeit der Aussagen	10,0%
■ Individualität der Beratung	10,0%
■ Glaubwürdigkeit des Beraters	5,0%

## 3.2 Telefon

### Kriteriengewichtung (2/2)

<b>Kommunikationsqualität</b>	<b>35,0%</b>
■ Einheitliche Meldeformel	3,5%
■ Akustische Verständlichkeit	3,5%
■ Inhaltliche Verständlichkeit	5,0%
■ Freundlichkeit	5,0%
■ Namensansprache	4,0%
■ Positive Verabschiedung	5,0%
■ Aktive Gesprächsführung	4,0%
■ Gesprächsatmosphäre	5,0%

## 3.3 Internet

### Vorgehensweise (1/2)

Ein weiterer Bestandteil der Serviceanalyse war die Bewertung der Internetauftritte der Pizza-Lieferdienste. Die Beurteilung der Qualität der Website erfolgte zum einen durch eine detaillierte Inhaltsanalyse und zum anderen durch die Bewertung von zwölf Testnutzern. Beide Analysebestandteile flossen jeweils zur Hälfte in die Bewertung des Internetauftritts ein:

<b>Internet</b>	<b>100,0%</b>
■ <b>Inhaltsanalyse</b>	<b>50,0%</b>
■ <b>Nutzerbetrachtung</b>	<b>50,0%</b>

Die Analyse der Internetseiten fand deutschlandweit und nicht regional bezogen statt, da jede Website aus jeder Region in der gleichen Weise einsehbar ist.

## 3.3 Internet

### Vorgehensweise (2/2)

Es wurden folgende Internetseiten eingehend analysiert:

- Blizzera <http://www.blizzera.de/>
- Call a Pizza <http://www.call-a-pizza.de/>
- Hallo Pizza <http://www.hallopizza.de/>
- Joey's <http://www.joeys.de/>
- Pizza Max <http://www.pizzamax.de/>
- Smiley's <http://www.smileys.de/>

## 3.3 Internet

### Inhaltsanalyse – Kriteriengewichtung (1/3)

Im Rahmen der Inhaltsanalyse wurden im Zeitraum vom 15. bis 20. September 2011 die angebotenen Kontaktinformationen sowie das Informationsangebot und der Zugriff darauf analysiert. Die Bewertung erfolgte anhand folgender Kategorien und Gewichtungen:

<b>Kontaktinformationen</b>	<b>20,0%</b>
<b>Umfang Kontaktinformationen</b>	<b>15,0%</b>
■ Telefon	1,5%
■ Hinweis auf telefonische Erreichbarkeit	1,5%
■ Rückruf-Funktion	3,0%
■ E-Mail	1,5%
■ Kontaktformular	1,5%
■ Postanschrift	2,0%
■ Explizite Beschwerdemöglichkeit genannt	4,0%
<b>Zugriff auf Kontaktinformationen</b>	<b>5,0%</b>
■ Anzahl Klicks bis zur ersten Kontaktmöglichkeit	2,5%
■ Anzahl Klicks bis zur Kontaktmöglichkeit Telefon	2,5%

## 3.3 Internet

### Inhaltsanalyse – Kriteriengewichtung (2/3)

<b>Allgemeine Informationen</b>	<b>30,0%</b>
<b>Umfang allgemeiner Informationen</b>	<b>20,0%</b>
■ AGB/Rechtliches	4,0%
■ Sitemap	3,0%
■ FAQ/Hilfefunktion	3,5%
■ Newsletter	3,0%
■ Suchfunktion	3,0%
■ Glossar/Lexikon	3,5%
<b>Zugriff auf allgemeine Informationen</b>	<b>10,0%</b>
■ Anzahl Klicks bis zu den FAQ	5,0%
■ Anzahl Klicks bis zu den AGB/Rechtliches	5,0%

## 3.3 Internet

### Inhaltsanalyse – Kriteriengewichtung (3/3)

<b>Spezielle Informationen</b>	<b>50,0%</b>
<b>Umfang spezieller Informationen</b>	<b>35,0%</b>
■ Übersicht Standorte/Suchfunktion (z.B. Karte)	5,0%
■ Postleitzahlen-Suche	5,0%
■ Angabe Liefergebiete pro Filiale	2,5%
■ Preisrechner für Kombinationen von Zutaten/Belägen	5,0%
■ Download Speisekarte	5,0%
■ Angabe Farb-, Geschmacks-, Zusatzstoffe	5,0%
■ Informationen zu Käse- und Schinkenimitaten	5,0%
■ Informationen zu Allergenen	2,5%
<b>Zugriff auf spezielle Informationen</b>	<b>15,0%</b>
■ Anzahl Klicks bis Angabe Liefergebiete	5,0%
■ Anzahl Klicks bis Auswahl weiterer Zutaten	5,0%
■ Anzahl Klicks bis Gesamtpreis (eine Pizza aus Standardsortiment + ein Getränk)	5,0%

## 3.3 Internet

### Nutzerbetrachtung - Kriteriengewichtung

Im Rahmen der Nutzerbetrachtung wurden zwölf Tester nach einer kurzen Eingewöhnungsphase gebeten, sich verschiedene Bereiche des jeweiligen Internetauftritts der Pizza-Lieferdienste anzuschauen und diese zu bewerten. Dabei sollten sowohl positive als auch negative Eindrücke geäußert werden. Die Bewertungen wurden in der Zeit vom 19. bis zum 30. September 2011 durchgeführt und erfolgten anhand folgender Kategorien und Gewichtungen:

<b>Nutzerbetrachtung</b>	<b>100,0%</b>
<b>Bedienungsfreundlichkeit</b>	<b>50,0%</b>
■ Einfache und intuitive Navigation	16,7%*
■ Übersichtlichkeit des Internetauftritts	16,7%*
■ Optisch ansprechender Gesamteindruck	16,7%*
<b>Inhalte</b>	<b>50,0%</b>
■ Strukturierung der Inhalte	16,7%*
■ Verständlichkeit der Inhalte	16,7%*
■ Umfang der Inhalte	16,7%*

\* Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben.

## 3.4 Ergebnis Serviceanalyse Berlin (2/6)

Folgende Qualitätsurteile wurden für die Ergebnisse im Bereich Serviceanalyse an die Pizza-Liefersdienste vergeben:

	Serviceanalyse Berlin 100,0%		
	Punkte*	Rang	Qualitätsurteil
Call a Pizza	77,9	1	gut
Hallo Pizza	77,3	2	
Joey's	74,8	3	
Pizza Max	69,8	4	befriedigend

80,0 bis 100,0 Punkte => sehr gut

70,0 bis 79,9 Punkte => gut

60,0 bis 69,9 Punkte => befriedigend

40,0 bis 59,9 Punkte => ausreichend

0,0 bis 39,9 Punkte => mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede auf der zweiten oder dritten Nachkommastelle verursacht.

## 3.4 Ergebnis Serviceanalyse Hamburg (2/6)

Folgende Qualitätsurteile wurden für die Ergebnisse im Bereich Serviceanalyse an die Pizza-Liefersdienste vergeben:

	Serviceanalyse Hamburg 100,0%		
	Punkte*	Rang	Qualitätsurteil
Hallo Pizza	78,0	1	gut
Joey's	76,4	2	
Call a Pizza	75,7	3	
Pizza Max	73,2	4	
Smiley's	72,8	5	
Blizzera	67,3	6	befriedigend

80,0 bis 100,0 Punkte => sehr gut

70,0 bis 79,9 Punkte => gut

60,0 bis 69,9 Punkte => befriedigend

40,0 bis 59,9 Punkte => ausreichend

0,0 bis 39,9 Punkte => mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede auf der zweiten oder dritten Nachkommastelle verursacht.

## 3.4 Ergebnis Serviceanalyse München (2/6)

Folgende Qualitätsurteile wurden für die Ergebnisse im Bereich Serviceanalyse an die Pizza-Liefersdienste vergeben:

	Serviceanalyse München 100,0%		
	Punkte*	Rang	Qualitätsurteil
Blizzera	74,2	1	gut
Joey's	73,6	2	
Call a Pizza	73,3	3	
Smiley's	73,2	4	

80,0 bis 100,0 Punkte => sehr gut

70,0 bis 79,9 Punkte => gut

60,0 bis 69,9 Punkte => befriedigend

40,0 bis 59,9 Punkte => ausreichend

0,0 bis 39,9 Punkte => mangelhaft

\* Punkte auf einer Skala von 0 bis 100 (100 Punkte sind maximal erreichbar). Durch Auf- und Abrundungen können sich Rundungsdifferenzen ergeben, welche keinen Einfluss auf das Gesamtergebnis haben. Unterschiedliche Ränge trotz gleicher Punktzahl werden durch Unterschiede auf der zweiten oder dritten Nachkommastelle verursacht.

## 4. Angebot

Am 28. und 29. September 2011 fand die Bewertung des Angebots der sechs Unternehmen statt. Das Gesamtangebot setzte sich dabei aus den Preisen verschiedener Standardprodukte sowie der Produktauswahl zusammen.

Die Bewertung für beide Kriterien erfolgte auf Basis der Informationen, die auf den Internetseiten der Pizza-Lieferdienste zu finden waren. Dazu wurden im ersten Schritt pro Unternehmen und pro Stadt wenn möglich vier Filialen ausgewählt. Speziell für diese Filialen wurden in einem zweiten Schritt die Produktauswahl und Preisgestaltung bewertet und miteinander verglichen. Die Kriterien wurden wie folgt gewichtet:

<b>Angebot</b>	<b>100,0%</b>
■ Produktauswahl	40,0%
■ Preise	60,0%

# 4.1 Produktauswahl

## Vorgehensweise

Bei der Bewertung der Produktauswahl wurde unter anderem überprüft, ob spezielle Angebote bei den Pizza-Lieferdiensten erhältlich waren. Hierzu zählten beispielsweise das Angebot von kostenlosen Zutaten, Kindermenüs oder Bio-Produkten. Die Anzahl an verschiedenen Speisen, Getränken und Pizza-Böden stellte ein weiteres Bewertungskriterium dar. Vorab wurde genau definiert, welche Vielfalt angeboten werden musste, um die volle Punktzahl zu erhalten:

- **Speisen:** Pizza, Pasta, Salat, Pizzabrötchen, Aufläufe, Burger, Croque/Baguette, Fingerfood / Chicken Wings / Chicken Nuggets, Wraps
- **Getränke:** Softdrinks, Saft, Bier, Wein
- **Desserts:** Tiramisu, Eis, Muffins, Donuts
- **Pizzagrößen:** Klein, Mittel, Groß, Party/ Family
- **Pizzavariationen:** Classic Boden (dünn), American-Style (dicker Boden), Käse im Rand, Vollkorn Teig

Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, erfolgte die Erhebung der Produkte für alle Städte und alle Unternehmen am gleichen Tag.

# 4.1 Produktauswahl

## Kriteriengewichtung

Die Bewertung der Produktauswahl erfolgte anhand folgender Kategorien und Gewichtungen:

<b>Produktauswahl</b>	<b>40,0%</b>
<b>Spezielle Angebote</b>	<b>15,0%</b>
■ Kostenlose Zutaten (Soßen, Kräuter, Belag)	2,0%
■ Anzahl Stunden Mittagstisch	5,0%
■ Angebot Bio-Produkte	4,0%
■ Angebot Kinder-Menü	4,0%
<b>Angebotsvielfalt</b>	<b>25,0%</b>
■ Speisen	10,0%
■ Getränke	5,0%
■ Desserts	5,0%
■ Anzahl unterschiedlicher Pizzagrößen	2,5%
■ Anzahl verschiedener Pizzavariationen	2,5%

## 4.2 Preise

### Vorgehensweise

Im Rahmen des Preistests wurden für die jeweils vier Filialen pro Unternehmen und Stadt Mindestbestellwerte, Preise für festgelegte Pizzen, Salate, Getränke und Desserts erhoben. Um Preisunterschiede zwischen den einzelnen Filialen eines Unternehmens auszugleichen, wurden Mittelwerte gebildet. Die Preise wurden ausschließlich auf Basis des regulären Angebots erhoben.

Da die Unternehmen unterschiedliche Pizzagrößen anboten, erfolgte gegebenenfalls eine Hochrechnung der durchschnittlichen Pizzapreise auf eine einheitliche Pizzagröße von 26cm Durchmesser. War kein Angebot hinsichtlich der vordefinierten Pizzen vorhanden, so wurde diese selbst zusammengestellt (Grundpizza + vorgegebene Zutaten).

Für die Ermittlung der Salat-Preise wurde stets der günstigste bereits zusammengestellte Salat als Grundlage der Bewertung gewählt.

Der Getränkepreis basierte auf dem günstigsten alkoholfreiem 1 Liter-Getränk.

Die Preisermittlung des Desserts erfolgte auf Basis von 500ml Eis.

Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, erfolgte die Erhebung der Preise für alle Städte und alle Unternehmen am gleichen Tag.

## 4.2 Preise

### Kriteriengewichtung

Die Bewertung der Preise erfolgte anhand folgender Kategorien und Gewichtungen:

<b>Preise</b>	<b>60,0%</b>
■ Durchschnittlicher Mindestbestellwert	15,0%
■ Salat	5,0%
■ Getränk (1 Liter, alkoholfrei)	5,0%
■ Dessert (500ml Eis)	5,0%
■ Pizzen (ø 26cm)	30,0%
■ Salami und Käse	7,5%
■ Thunfisch und Zwiebel	7,5%
■ Schinken und Ananas	7,5%
■ Vegetarisch (mindestens vier Gemüsesorten)	7,5%

## 5. Gesamtergebnis

Um den jeweiligen Gesamtsieger zu ermitteln, wurden die Ergebnisse der beiden Teilbereiche Service und Angebot mit folgenden Gewichtungen zusammengeführt:

<b>Gesamtergebnis</b>	<b>100,0%</b>
■ Service	70,0%
■ Angebot	30,0%

Um die Punkte der Angebots- und der Serviceanalyse zusammenführen zu können, wurden die Ergebnisse der zwei Teilbereiche folgendermaßen normiert: Das Unternehmen mit dem besten Ergebnis erhielt den Wert 100, das Unternehmen mit dem schlechtesten Ergebnis erhielt den Wert 0. Die übrigen Unternehmen wurden entsprechend ihrer relativen Leistung zwischen 0 und 100 bewertet.

## 5.1 Gesamtergebnis regional Berlin (2/4)

Nachfolgend wird das Gesamtergebnis in Berlin aufgeführt. Beide Teilergebnisse wurden hier zu einem Gesamtergebnis zusammengeführt:

	Gesamtergebnis Pizza-Lieferservice Berlin		Serviceanalyse Berlin		Angebot Berlin	
	100,0%		70,0%		30,0%	
	gesamt	Rang	normiert*	Rang	normiert*	Rang
Hallo Pizza	74,3	1	93,5	2	29,6	3
Joey's	73,4	2	62,1	3	100,0	1
Call a Pizza	70,0	3	100,0	1	0,0	4
Pizza Max	17,7	4	0,0	4	59,1	2

\* Normierte Werte: Das Unternehmen mit dem besten Ergebnis erhielt den Wert 100, das Unternehmen mit dem schlechtesten Ergebnis erhielt den Wert 0. Die übrigen Unternehmen wurden entsprechend ihrer relativen Leistung dazwischen eingeordnet.

## 5.1 Gesamtergebnis regional Hamburg (2/4)

Nachfolgend wird das Gesamtergebnis in Hamburg aufgeführt. Beide Teilergebnisse wurden hier zu einem Gesamtergebnis zusammengeführt:

	Gesamtergebnis Pizza-Lieferservice Hamburg		Serviceanalyse Hamburg		Angebot Hamburg	
	100,0%		70,0%		30,0%	
	normiert*	Rang	normiert*	Rang	normiert*	Rang
Hallo Pizza	96,6	1	100,0	1	88,8	3
Joeys	89,0	2	85,2	2	97,8	2
Call a Pizza	55,1	3	78,8	3	0,0	6
Smileys	50,6	4	51,4	5	48,8	4
Pizza Max	47,4	5	55,3	4	28,9	5
Blizzera	30,0	6	0,0	6	100,0	1

\* Normierte Werte: Das Unternehmen mit dem besten Ergebnis erhielt den Wert 100, das Unternehmen mit dem schlechtesten Ergebnis erhielt den Wert 0. Die übrigen Unternehmen wurden entsprechend ihrer relativen Leistung dazwischen eingeordnet.

## 5.1 Gesamtergebnis regional München (2/3)

Nachfolgend wird das Gesamtergebnis in München aufgeführt. Beide Teilergebnisse wurden hier zu einem Gesamtergebnis zusammengeführt:

	Gesamtergebnis Pizza-Lieferservice München		Serviceanalyse München		Angebot München	
	100,0%		70,0%		30,0%	
	gesamt	Rang	normiert*	Rang	normiert*	Rang
<b>Blizzera</b>	83,8	1	100,0	1	46,0	3
<b>Joey's</b>	57,4	2	39,2	2	100,0	1
<b>Smiley's</b>	15,2	3	0,0	4	50,7	2
<b>Call a Pizza</b>	9,0	4	12,8	3	0,0	4

\* Normierte Werte: Das Unternehmen mit dem besten Ergebnis erhielt den Wert 100, das Unternehmen mit dem schlechtesten Ergebnis erhielt den Wert 0. Die übrigen Unternehmen wurden entsprechend ihrer relativen Leistung dazwischen eingeordnet.

## 5.2 Gesamtergebnis überregional (1/5)

Um ein überregionales Gesamtergebnis zu berechnen, wurden die Ergebnisse aus den drei Städten zusammengefügt. Die nachfolgend dargestellten Punkte für den Teilbereich Service, ergaben sich für jedes Unternehmen aus den Mittelwerten der Service-Punkte der zwei bzw. drei Städte, in denen die Unternehmen vertreten waren.

Die Punkte für den Angebotsbereich berechneten sich aus den Durchschnittswerten der Preis- und Produktangaben in den einzelnen Städten. So wurde zum Beispiel der Mittelwert für die Kosten einer Salami-Pizza in Berlin, Hamburg und München für jedes Unternehmen evaluiert und anschließend normiert, d.h. im Verhältnis zu den Durchschnittswerten der anderen Unternehmen gesetzt.

Um die Teilbereiche mit den überregionalen Punkten zusammenführen zu können, wurden die Punkte ebenfalls normiert: Das Unternehmen mit dem besten Ergebnis erhielt den Wert 100, das Unternehmen mit dem schlechtesten Ergebnis erhielt den Wert 0. Die übrigen Unternehmen wurden entsprechend ihrer relativen Leistung zwischen 0 und 100 bewertet.

## 5.2 Gesamtergebnis überregional (3/5)

Nachfolgend wird das überregionale Gesamtergebnis aufgeführt. Die Teilergebnisse beim Service und beim Angebot wurden hier zusammengeführt:

	Gesamtergebnis Pizza-Lieferservice überregional		Serviceanalyse überregional		Angebot überregional	
	100,0%		70,0%		30,0%	
	normiert*	Rang	normiert*	Rang	normiert*	Rang
Hallo Pizza	97,6	1	100,0	1	92,0	2
Joeys	71,5	2	59,3	3	100,0	1
Call a Pizza	50,3	3	71,8	2	0,0	6
Smileys	31,7	4	32,4	4	29,9	5
Blizzera	21,2	5	0,0	6	70,8	3
Pizza Max	20,9	6	11,5	5	42,8	4

\* Normierte Werte: Das Unternehmen mit dem besten Ergebnis erhielt den Wert 100, das Unternehmen mit dem schlechtesten Ergebnis erhielt den Wert 0. Die übrigen Unternehmen wurden entsprechend ihrer relativen Leistung dazwischen eingeordnet.