

**2. WEILER  
KUNDENSPIEGEL**

**Platz 1**

**BRANCHENSIEGER**

**Untersucht: 9 APOTHEKEN**

**95,8% Durchschnittlicher Zufriedenheitsgrad**

**Freundlichkeit: 97,8% (Platz 1)**

**Beratungsqualität: 97,3% (Platz 1)**

**Sonderleistungen: 92,4% (Platz 1)**

Kundenbefragung: 03/2012

Befragte (Apotheken)= 753 von N (Gesamt) = 902

---

**MF Consulting Dipl.-Kfm. Dieter Grett**  
**[www.kundenspiegel.de](http://www.kundenspiegel.de) Tel: 09901/948601**

## **Wichtige Anmerkung zu den Werbe- und Vermarktungsrechten:**

Bitte halten Sie sich aus wettbewerbsrechtlichen Gründen unbedingt an die inhaltlichen Vorgaben des vorliegenden Siegels um wettbewerbsrechtliche Schwierigkeiten mit Mitbewerbern zu vermeiden. Die MF Consulting übernimmt für die wettbewerbsrechtliche Umsetzung dieses Untersuchungsergebnisses, insbesondere durch inhaltliche und/oder grobe graphische Veränderungen des Siegels, keine Haftung. Sie erwerben bei uns lediglich die Werbe- und Vermarktungsrechte des Kundenspiegels.

### **Das Siegel berücksichtigt:**

1. ... die regionale Begrenzung der Marktuntersuchung
2. ... den belegten Gesamtumfang des werbenden Unternehmens
3. ... die Zahl der untersuchten Unternehmen/Mitbieter (Kein Anspruch auf Vollständigkeit)
4. ... den (durchschnittlichen) Zufriedenheitsgrad (Prozentsatz) über die bei der Auszeichnung berücksichtigten Beurteilungskriterien (Leistungsmerkmale) = **Gesamtbeurteilung**
5. ... die getesteten Beurteilungskriterien, der belegte Rang und den Kundenzufriedenheitsgrad in %.
6. ... das Erstveröffentlichungsdatum der Untersuchungsergebnisse.
7. ... die sog. Fehlertoleranz der Ergebnisse, die sich auf Grund der vorliegenden Stichprobengröße ergibt.
8. ... Die branchenspezifische Stichprobengröße und die Gesamtstichprobengröße
9. ... Die Quelle der Untersuchung für interessierte Verbraucher als Fundstelle, die Homepage und die Telefonnummer unter der die Studienergebnisse von jedermann leicht angefordert und somit eingesehen bzw. geprüft werden können. Dies muß gegeben sein!!

### **Das Auszeichnungssiegel ist längstens drei Jahre insbesondere bis zur Erstellung eines aktuellen Kundenspiegels gültig.**

Diese neun Inhaltspunkte müssen in dem Beurteilungssiegel enthalten sein, um nach wettbewerbsrechtlichen Gesichtspunkten als einwandfrei zu gelten. Es dürfen aus genanntem Grund zum eigenen Schutz vor wettbewerbsrechtlichen Streitigkeiten (Abmahnungen) keine inhaltlichen und/oder graphischen Veränderungen des Siegels zu Werbezwecken vorgenommen werden.

Bei Veränderungen des Siegels übernehmen wir keinerlei Gewähr.

### **Weitere wichtige Punkte wurden von der MF Consulting Dieter Grett beachtet:**

- **Neutralität** (Kundenspiegel wurde nicht im Auftrag von beteiligten Unternehmen erstellt)
- **Objektivität** (bzw. subjektive Beurteilung nur durch die Meinung der Probanden)
- **Sachkundigkeit** (Die MF Consulting D. Grett arbeitet mit in der Praxis gängigen Marktforschungsinstrumenten)
- **Quelle:** Rechtsanwaltskanzlei der MF Consulting Dieter Grett. Allgemeine Empfehlungen zur Werbung mit Umfrageergebnissen der lokalen Kundenspiegel, **siehe Beilage**

## **Empfehlungen und Richtlinien der MF Consulting Dipl.-Kfm. Dieter Grett - "Regionale Kundenspiegel" - zur Werbung mit Untersuchungsergebnissen**

### **Franchise-System:**

Konzeption: MF Consulting Dipl.-Kfm. Dieter Grett, Hengersberg/ Deggendorf;

System-Mitglieder: MF Consulting Dipl.-Kfm. Dieter Grett, Hengersberg/Deggendorf  
MF Consulting Dipl.-Kfm. Marc Loibl, Deggendorf

---

Die MF Consulting Dieter Grett- Lokale Kundenspiegel - erwartet von einer lauterer Werbung und werblichen Aussagen mit ihren Untersuchungsergebnissen sowie von den dafür Verantwortlichen, dass insbesondere folgende Grundsätze eingehalten werden.

1. Die Verwendung von Untersuchungsergebnissen der MF Consulting - Lokale Kundenspiegel- darf keine falschen Vorstellungen über die vorgenommene Beurteilung der Anbieter entstehen lassen. Dazu gehört,
    - dass die Aussagen in der Werbung, die sich auf die Untersuchungsergebnisse beziehen, von anderen Aussagen des Werbenden abgegrenzt sind.
    - dass die Aussagen der MF Consulting- Lokale Kundenspiegel- vom Werbenden nicht mit eigenen Worten umschrieben werden.
    - dass die Terminologie der Bewertungsskala nicht auch bei solchen Werbeaussagen verwendet wird, die sich nicht auf die Untersuchungsergebnisse der MF Consulting- lokaler Kundenspiegel- beziehen.
    - dass günstige Einzelaussagen nicht isoliert angegeben werden, wenn andere Aussagen weniger günstig für den Werbenden oder veröffentlichenden Anbieter sind.
    - dass sich die Aussagen nur auf Ergebnisse des Werbenden beziehen und die Werbung die Branchenzuordnung sowie die Anzahl der im Vergleich ausgewiesenen Anbieter enthält.
  2. Die Untersuchung darf nicht mit Betriebsstätten oder Anbieter in Zusammenhang gebracht werden, für die sie nicht gilt. Dies heißt u.a.
    - bei mehreren Betriebsstätten des Werbenden muß für den Leser der Werbung immer deutlich sein für welche klar definierte Betriebsstätte die Auszeichnung des Kundenspiegels gilt. Für die Kennzeichnung der eindeutigen Betriebsstätte in der Werbung mit dem Kundenspiegel ist das werbende Unternehmen verantwortlich.
    - dass die Anbietergegebenheiten sich seit der Veröffentlichung der Untersuchung nicht in Merkmalen geändert hat, die Gegenstand der Untersuchung waren.
  3. Die Untersuchung darf nicht durch eine neuere Untersuchung (frühestens nach drei Jahren) oder eine erhebliche Veränderung der Marktverhältnisse überholt sein.
  4. Die Angaben über die Untersuchungsergebnisse müssen leicht und eindeutig nachprüfbar sein. Dazu gehört, daß in der Werbung Titel und Monat/Jahr der Herausgabe, der Name unserer Firma und unsere Kontakttelefonnummer angegeben werden, wo die Untersuchungsberichte leicht von jeder interessierten Person angefordert werden können.
  5. Der Rang der verwendeten Beurteilung muss insbesondere dann erkennbar gemacht werden, wenn bessere Qualitätsurteile für andere Anbieter vergeben worden sind. Bei allen Vergleichen muß der Werbende auf die Werte verweisen und die Untersuchungskriterien angeben.
  6. Der Werbende trägt die rechtlichen Konsequenzen seiner Werbung, insbesondere bei inhaltlicher und/oder grober graphischer Veränderung des Auszeichnungssiegels, ausschließlich selbst. Der Werbende akzeptiert unsere allgemeinen Geschäftsbedingungen aus dem Bestellschein.
- 

**MF Consulting Dieter Grett für „regionale Kundenspiegel“, 2010.**

**Seit 2003 als eingetragene Marke von Dieter Grett beim deutschen Patent- und Markenamt, München; Markennummer: 302 59 066**