



CPQI
Cisco Partner Quality Index

ANALYSE DER UMFRAGEERGEBNISSE METHODE UND AUSWERTUNGSSZENARIEN (BENUTZERLEITFADEN)

Cisco Public SLED - 2026

Dieses Dokument ist vertraulich.

Version: 0.91

Verfasser: Dr. Ralf Korell



Inhaltsverzeichnis

A1	Zweck und Zielgruppe	4
A2	Zugang und Anmeldung	4
A2.1	Seite aufrufen	4
A2.2	Anmeldung	4
A2.3	Seitenaufbau nach dem Login	4
A3	Filttereinstellungen	5
A3.1	Mindestanzahl Antworten pro Partner (Stichprobenumfang)	5
A3.2	Survey-Auswahl	6
A3.3	Gruppenfilter (Manager / Nicht-Manager / Alle)	6
A3.4	Abteilungsbaum	7
A3.5	Analyse starten	8
A4	Survey-Fraud-Detection	8
A4.1	Der Normalfall: Keine Auffälligkeiten	8
A4.2	Auffälligkeiten vorhanden	8
A4.3	Panel aufklappen	9
A4.4	Die drei Indikatoren	10
A4.4.1	IP-Duplikate (Severity 3 - Rot)	10
A4.4.2	Straightlining (Severity 2 - Orange)	10
A4.4.3	Extreme Scores (Severity 1 - Gelb)	10
A4.5	Sortierung der Liste	11
A4.6	Bewertungen ausschließen	11
A4.7	Ausschlüsse zurücksetzen	12
A5	Ergebnisdarstellung: Das Partner Score Ranking	12
A5.1	Aufbau der Tabelle	12
A5.2	Sortierung und Rangfolge	14
A5.3	Legende	14
A6	Die Partner-Bilanz (Diverging Bar Chart)	15
A6.1	Das Prinzip	15
A6.2	Der rote Balken (links): Strategisches Defizit	15
A6.3	Der grüne Balken (rechts): Strategischer Wertbeitrag	15
A6.4	Interpretation der Balkenverhältnisse	15
A6.5	Die Anzahl der Themen (Zahl in Klammern)	16
A7	Partner-Archetypen als Orientierung	16



A7.1	Der Solide (Langer grüner Balken, kurzer oder kein roter Balken).....	16
A7.2	Der Spezialist (Kurzer bis mittlerer grüner Balken, kein roter Balken).....	17
A7.3	Der Strategie ohne Execution (Beide Balken lang).....	17
A7.4	Der Konflikt (Unterschiedliche Bewertung je nach Perspektive)	17
A8	Die IPA-Matrix (Scatterplot).....	17
A8.1	Matrix öffnen.....	17
A8.2	Aufbau der Matrix	18
A8.3	Die vier Quadranten	18
A8.4	Tooltip-Informationen.....	19
A8.5	Matrix schließen	19
A9	Insight-Icons im Detail	19
A9.1	NPS - Net Promoter Score (Megaphon-Symbol)	19
A9.2	Kommentare (Sprechblasen-Symbol).....	20
A9.3	Handlungsbedarf (Warn-Dreieck).....	21
A9.4	Bewertungsunterschied (Blitz-Symbol)	22
A10	Daten exportieren.....	23
A10.1	Export-Button.....	23
A10.2	Was wird exportiert?.....	23
A10.3	Dateiname und Format	23
A11	DSGVO-Informationen	24
11.1	24
A12	Typischer Analyse-Workflow	24
A13	Häufige Fragen	26

A1 Zweck und Zielgruppe

Das Analyse-Dashboard dient der systematischen Auswertung der CPQI-Erhebungsdaten. Es richtet sich an Analysten und Entscheider, die auf Basis der gesammelten Bewertungen strategische Handlungsempfehlungen für die Zusammenarbeit mit Cisco-Vertriebspartnern ableiten wollen.

Das Dashboard beantwortet drei Kernfragen:

- Welche Partner liefern den größten strategischen Wertbeitrag?
- Wo bestehen Defizite, die aktives Management erfordern?
- Wo gibt es Wahrnehmungsunterschiede zwischen Führungskräften und operativen Teams?

A2 Zugang und Anmeldung

A2.1 Seite aufrufen

Das Analyse-Dashboard wird über den URL /score_analyse.html aufgerufen.

Die vollständige Adresse lautet (Stand: Februar 2026):

https://3iw49xthj5blmf7n.myfritz.net/score_analyse.html

A2.2 Anmeldung

Das Dashboard ist passwortgeschützt. Unmittelbar nach dem Laden der Seite erscheint ein modales Anmeldefenster, das den gesamten Hintergrund abdunkelt. In der Mitte befindet sich ein einzelnes Passwort-Eingabefeld.

Gib das Passwort ein und klicke auf "Anmelden" oder drücke die Eingabetaste. Bei erfolgreichem Login verschwindet das Fenster und die Analyse-Oberfläche wird sichtbar. Bei falschem Passwort erscheint eine rote Fehlermeldung unterhalb des Eingabefeldes.

Hinweis: Die Sitzung bleibt aktiv, solange der Browser geöffnet ist.

A2.3 Seitenaufbau nach dem Login

Nach erfolgreicher Anmeldung siehst Du die Analyse-Oberfläche. Sie besteht aus folgenden Bereichen, von oben nach unten:

- **Header:** CPQI-Logo (links), Titel "CPQI - Score Analyse" (Mitte), DSGVO-Icon (rechts)

Das DSGVO Icon ist als einziges dieser Elemente klickbar und öffnet ein Informationsfenster zur Implementierung der DSGVO-Konformität von CPQI mit einem Link zur ausführlichen Dokumentation (PDF-Datei)

- **Filterbereich:** Survey-Auswahl, Gruppenfilter, Abteilungsbaum, Mindestanzahl-Slider



- **Buttons:** "Analysieren" und "Export nach Excel"
- **Ergebnisbereich:** Erscheint erst nach Klick auf "Analysieren"

The screenshot shows the CPQI Score Analyse interface. At the top, there's a header with the CPQI logo and a bar chart icon. Below the header, a sub-header reads "CPQI - Score Analyse" and "Darstellung und Untersuchung des Partner Quality Indexes". A circular seal is on the right.

Below the sub-header, a slider is set to "5" with the label "Mindestanzahl Antworten pro Partner: 5 (Minimaler Stichprobenumfang)".

On the left, a dropdown menu titled "Survey(s):" lists "Demo-Survey II", "Demo-Survey (Archetypen)", "PUBLIC & CPSG Survey Frühjahr 2026", and "Demo-Survey (Fraud)".

On the right, a question "Welche Gruppe möchtest Du analysieren?" has a radio button selected for "Alle".

In the center, a hierarchical tree view under "Abteilung(en):" shows:

- Cisco Deutschland (6)
 - CPSG (0)
 - Public (6)
 - Federal (2)
 - Defense (0)
 - Multicloud (1)
 - Sovereignty (1)
 - Healthcare (0)
 - SLED (3)
 - SLED-Mitte (2)
 - SLED-NW (1)
 - SLED-South (0)

At the bottom, there are two buttons: "Analysieren" (highlighted in blue) and "Export nach Excel".

At the very bottom right, it says "Dr. Ralf Korell, 2026".

Analyse-Dashboard nach dem Login – Header und Filterbereich

A3 Filtereinstellungen

Bevor Du eine Analyse starten kannst, müssen die Filter konfiguriert werden. Sie bestimmen, welche Daten in die Berechnung einfließen. Alle Filter wirken kumulativ - sie schränken die Datenbasis gemeinsam ein.

A3.1 Mindestanzahl Antworten pro Partner (Stichprobenumfang)

Ganz oben im Filterbereich befindet sich ein Schieberegler mit der Beschriftung "Mindestanzahl Antworten pro Partner". Der aktuelle Wert wird rechts neben dem Label in Fettschrift angezeigt (Standardwert: 5).

Dieser Filter bestimmt, wie viele Einzelbewertungen ein Partner mindestens erhalten haben muss, damit er im Ergebnis erscheint. Partner mit weniger Bewertungen werden komplett aus der Analyse ausgeblendet.

Schiebe den Regler nach links (Minimum: 1), um auch Partner mit wenigen Bewertungen einzubeziehen. Schiebe ihn nach rechts (Maximum: 20), um nur Partner mit einer robusten Datenbasis anzusehen.



Empfehlung: Für eine erste explorative Analyse kann der Wert auf 1 gesetzt werden, um das vollständige Bild zu sehen. Für belastbare Aussagen sollte der Wert bei mindestens 3-5 liegen.

Mindestanzahl Antworten pro Partner: **5**
(Minimaler Stichprobenumfang)

Mindestanzahl-Slider mit Wert 5

A3.2 Survey-Auswahl

Links im Filterbereich befindet sich ein Auswahlfeld mit der Beschriftung "Survey(s)":. Hier werden alle verfügbaren Erhebungskampagnen aufgelistet.

Die aktuell aktive Survey ist beim Laden der Seite automatisch vorausgewählt. Du kannst:

- Eine einzelne Survey auswählen (Klick)
- Mehrere Surveys gleichzeitig auswählen (Strg + Klick bzw. Cmd + Klick auf Mac)

Wenn Du mehrere Surveys auswählst, werden die Daten aller gewählten Surveys zusammengefasst. Dies ermöglicht einen zeitlichen Vergleich über mehrere Erhebungszeiträume hinweg.

Wichtig: Bei Auswahl einer einzelnen Survey werden im Abteilungsbaum rechts die Teilnehmerzahlen pro Abteilung angezeigt (z.B. "Public Sector (12)"). Bei Mehrfachauswahl entfällt diese Anzeige.

A3.3 Gruppenfilter (Manager / Nicht-Manager / Alle)

Rechts neben der Survey-Auswahl befindet sich der Gruppenfilter mit der Frage "Welche Gruppe möchtest Du analysieren?" und drei Radio-Buttons:

- Alle (Standard): Alle Bewertungen fließen ein, unabhängig von der Rolle des Bewerters.
- Nur Manager: Nur Bewertungen von Teilnehmern mit Führungsverantwortung.
- Nur Nicht-Manager: Nur Bewertungen von operativen Mitarbeitern ohne Führungsverantwortung.

Durch den gezielten Wechsel zwischen "Nur Manager" und "Nur Nicht-Manager" werden Wahrnehmungsunterschiede sichtbar:

- Bewertet das Management einen Partner deutlich besser als das Team?
- Oder umgekehrt: Schätzt das Team die operative Zusammenarbeit, während das Management keinen strategischen Wert sieht?

Tipp: Führe die Analyse dreimal durch - einmal mit "Alle", einmal mit "Nur Manager", einmal mit "Nur Nicht-Manager". Vergleiche die Rangfolge und die Balkenlängen. Auffällige Verschiebungen deuten auf den Archetyp "Konflikt" hin (siehe Kapitel Archetypen).



A3.4 Abteilungsbaum

Unterhalb der Survey- und Gruppenauswahl befindet sich der Abteilungsbaum. Er zeigt die Organisationsstruktur als hierarchischen Baum mit Checkboxen und aufklappbaren Ebenen.

Die Struktur umfasst bis zu vier Ebenen:

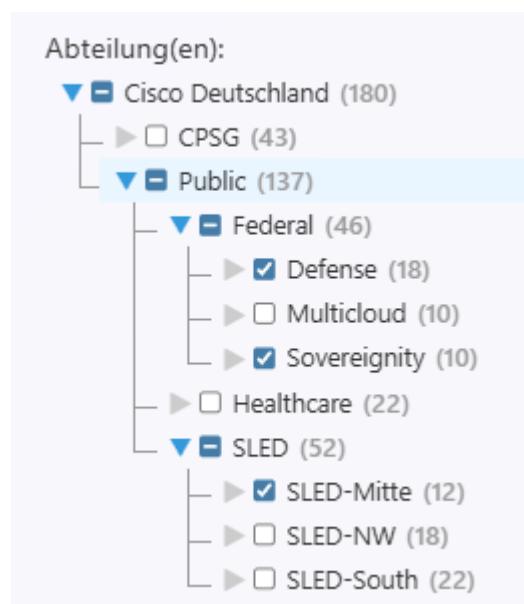
- Root-Ebene (z.B. "Cisco Deutschland")
- Organisation (z.B. "Public Sector", "CPSG")
- Bereich (z.B. "SLED", "Federal")
- Team (z.B. "SLED South", "Defense")

Bedienung:

- Klick auf den Pfeil (Chevron) vor einem Knoten klappt dessen Unterebenen auf oder zu.
- Klick auf die Checkbox wählt den Knoten und alle seine Unterknoten aus.
- Teilweise Auswahl wird durch eine gefüllte Checkbox mit Strich angezeigt: Nicht alle Unterknoten sind ausgewählt.

Teilnehmerzahlen: Bei Auswahl einer einzelnen Survey erscheint hinter jedem Abteilungsnamen in Klammern die Anzahl der Teilnehmer aus dieser Abteilung, z.B. "SLED South (22)". Abteilungen mit null Teilnehmern werden ausgegraut dargestellt: "(0)".

Hinweis: Die Abteilungsauswahl wirkt rekursiv. Wenn Du "Public Sector" auswählst, werden automatisch alle untergeordneten Bereiche und Teams einbezogen. Du kannst aber auch gezielt einzelne Teams auswählen, um die Analyse auf eine spezifische Organisationseinheit einzuschränken.



Abteilungsbaum mit aufgeklappten Ebenen und Teilnehmerzahlen



A3.5 Analyse starten

Unterhalb des Abteilungsbaums befinden sich zwei Buttons:

- "Analysieren" (blau, primär): Startet die Berechnung mit den aktuellen Filtereinstellungen.
- "Export nach Excel" (grau, inaktiv): Wird erst nach einer erfolgreichen Analyse aktiv.

Klicke auf "Analysieren", um die Berechnung zu starten.

Voraussetzung: Mindestens eine Survey und mindestens eine Abteilung müssen ausgewählt sein. Andernfalls erscheint eine Fehlermeldung.

A4 Survey-Fraud-Detection

Nach dem Klick auf "Analysieren" erscheint als erstes Ergebnis das Fraud-Detection-Panel - noch vor der eigentlichen Ranking-Tabelle. Es ist ein Qualitätssicherungswerkzeug, das Bewertungen identifiziert, die auf eventuelle Manipulation oder nachlässiges Ausfüllen (in der Fraud-Forschung als "*Satisficing*" bezeichnet) hindeuten.

A4.1 Der Normalfall: Keine Auffälligkeiten

Im Idealfall - und das ist der häufigste Fall - erscheint an dieser Stelle lediglich ein grüner Kasten mit der Meldung:

"Survey-Fraud-Detection: Keine Auffälligkeiten"

Das bedeutet: Die Qualitätsprüfung hat keine verdächtigen Muster in den Bewertungsdaten gefunden. In diesem Fall hat das Fraud-Detection-Panel keine weitere Funktion, außer genau diese Information zur Verfügung zu stellen und Du kannst zum Ranking (Kapitel 5) übergehen.



The screenshot shows a user interface for survey fraud detection. At the top, there are navigation icons (back, forward, search) and a filter button labeled "SLED-South (0)". Below this is a row of two buttons: "Analysieren" (blue, active) and "Export nach Excel" (gray, inactive). A green rectangular box contains the text "Survey-Fraud-Detection: Keine Auffälligkeiten". At the bottom, a blue link reads "Grünes Fraud-Detection-Panel: Keine Auffälligkeiten".

A4.2 Auffälligkeiten vorhanden

Wenn die Qualitätsprüfung Indikationen findet, erscheint statt des grünen Kastens ein aufklappbarer roter Kasten mit der Zusammenfassung:

"Survey-Fraud-Detection: X Indikationen, Y Bewertungen"



Dabei ist X die Anzahl der auffälligen Einträge (bzw. Cluster bei IP-Duplikaten) und Y die Gesamtzahl der betroffenen Einzelbewertungen.

Rechts neben der Überschrift befindet sich ein orangefarbener "i"-Beacon, der eine ausführliche Hilfe zur Fraud-Detection öffnet.

Wichtig: Die Indikationen sind Hinweise, keine Urteile. Die Entscheidung über den Ausschluss liegt beim Analysten. Nicht jede Auffälligkeit ist Manipulation - aber jede verdient einen zweiten Blick.

The screenshot shows the Fraud-Detection panel with the following details:

- Panel title: SLED-South (22)
- Action buttons: Analysieren, Export nach Excel
- Summary message: ► Survey-Fraud-Detection: 8 Indikationen, 23 Bewertungen
- Information icon: i

Rotes Fraud-Detection-Panel im zusammengeklappten Zustand mit Indikationen

A4.3 Panel aufklappen

Klicke auf die Kopfzeile des Fraud-Detection-Panels. Der Pfeil (Chevron) dreht sich nach unten und der Inhalt wird sichtbar. Im geöffneten Zustand siehst Du:

- Oben: Aktions-Buttons ("Alle auswählen", "Auswahl aufheben", "Markierte ausschließen")
- Darunter: Die Liste der Indikationen, sortiert nach Schweregrad

The screenshot shows the Fraud-Detection panel in expanded state with the following details:

- Panel title: ▼ Survey-Fraud-Detection: 8 Indikationen, 23 Bewertungen
- Action buttons: Alle auswählen, Auswahl aufheben, Markierte ausschließen
- Information icon: i
- List of findings (each row has a checkbox):

<input type="checkbox"/>	IP + Muster	13× gleiche IP	13× Häufung identischer Bewertungen: Score 5	CPSG
<input type="checkbox"/>	IP-Duplikat	3× gleiche IP	Public	
<input type="checkbox"/>	IP-Duplikat	2× gleiche IP	Defense	
<input type="checkbox"/>	Auffällig	Häufung identischer Bewertungen: 100% Score 5	#516 · Healthcare · Manager	
<input type="checkbox"/>	Auffällig	Häufung identischer Bewertungen: 100% Score 5	#517 · Healthcare · Team	
<input type="checkbox"/>	Auffällig	Häufung identischer Bewertungen: 100% Score 1	#546 · Defense · Team	
<input type="checkbox"/>	Hinweis	Häufung identischer Bewertungen: 100% Score 3	#567 · Multicloud · Team	
<input type="checkbox"/>	Hinweis	Häufung identischer Bewertungen: 100% Score 3	#566 · Multicloud · Team	

Fraud-Detection-Panel im aufgeklappten Zustand mit Indikationsliste

A4.4 Die drei Indikatoren

Jede Zeile in der Fraud-Liste repräsentiert eine Auffälligkeit. Die Schwere wird durch farbige Badges gekennzeichnet:

A4.4.1 IP-Duplikate (Severity 3 - Rot)

Badge: "IP + Muster" (rot) oder "IP-Duplikat" (rot)

Bedeutung: Mehrere Bewertungen stammen von derselben IP-Adresse innerhalb einer Survey.

IP-Duplikate werden als Cluster dargestellt: Eine einzelne Zeile fasst alle Bewertungen derselben IP zusammen. Die Anzeige zeigt:

- Wie viele Bewertungen aus diesem Cluster stammen (z.B. "3x gleiche IP")
- Ob zusätzlich Straightlining-Muster vorliegen (z.B. "2x Häufung identischer Bewertungen: Score 5")
- Die Abteilung(en) der betroffenen Bewertungen

Interpretation: Wenn mehrere Bewertungen von derselben IP kommen UND identische Höchstbewertungen vergeben, ist die Wahrscheinlichkeit einer Manipulation hoch. Wenn die Profile unterschiedlich sind (verschiedene Partner, verschiedene Scores), kann es sich um ein Büro mit mehreren Mitarbeitern hinter derselben IP handeln.

A4.4.2 Straightlining (Severity 2 - Orange)

Badge: "Auffällig" (orange)

Bedeutung: Alle Performance-Kriterien wurden mit demselben Wert bewertet (Standardabweichung = 0). In der Forschung als "Straightlining" oder "Nondifferentiation" bekannt.

Die Anzeige zeigt:

- Den Anteil identischer Bewertungen (z.B. "100% Score 5")
- Die Teilnehmer-ID, Abteilung und Rolle (Manager/Team)

Interpretation: Durchgängig Score 5 für alle Kriterien eines Partners deutet auf unkritisches "Alles-gut-Klicken" hin. Durchgängig Score 1 kann auf Frustbewertung oder Manipulation hindeuten. Score 5 wird als auffälliger eingestuft als Score 1, da das positive Verzerren eines Partners (z.B. durch den Partner selbst) wahrscheinlicher ist als systematische Abwertung.

Hinweis: Durchgängig Score 3 ("alles Mittelwert") wird als Sonderfall mit niedrigerer Severity behandelt und als "Hinweis" (grau) statt "Auffällig" angezeigt, da Score 3 auch eine bewusste "keine Meinung"-Entscheidung sein kann.

A4.4.3 Extreme Scores (Severity 1 - Gelb)

Badge: "Auffällig" (gelb)



Bedeutung: Durchgängig Extremwerte (nur 1 oder nur 5) ohne die zusätzliche Auffälligkeit eines IP-Duplikats.

Interpretation: Kann durchaus legitim sein - manche Bewerter haben eine polarisierende Wahrnehmung. Ist aber prüfenswert, insbesondere wenn andere Indikatoren hinzukommen.

A4.5 Sortierung der Liste

Die Indikationen sind nach Schweregrad sortiert:

1. Severity 3 (IP-Duplike) zuoberst
2. Severity 2 (Straightlining) in der Mitte
3. Severity 1 (Extreme Scores) unten

Innerhalb der gleichen Severity-Stufe werden Score-5-Einträge vor Score-1-Einträgen sortiert, da positives Verzerren häufiger vorkommt als negatives.

A4.6 Bewertungen ausschließen

Das Fraud-Detection-Panel bietet Werkzeuge, um auffällige Bewertungen aus der Analyse auszuschließen. Der Workflow:

Schritt 1 - Sichten:

Klappe das Panel auf und verschaffe Dir einen Überblick. Die Severity-Badges zeigen die Gewichtung der Indikation.

Schritt 2 - Auswählen:

Setze Häkchen bei den Bewertungen, die Du ausschließen möchtest. Jede Zeile hat links eine Checkbox.

Hilfs-Buttons:

- "Alle auswählen": Setzt bei allen Zeilen ein Häkchen (nur bei nicht bereits ausgeschlossenen).
- "Auswahl aufheben": Entfernt alle Häkchen.

Schritt 3 - Ausschließen:

Klicke auf den Button "X Bewertungen ausschließen" (wobei X die Anzahl der markierten Bewertungen zeigt). Der Button ist erst aktiv, wenn mindestens eine Checkbox gesetzt ist.

Was dann passiert:

- Die ausgeschlossenen Zeilen werden visuell durchgestrichen und ausgegraft.
- Das Panel klappt automatisch zusammen.
- Die Kopfzeile zeigt die Anzahl der Ausschlüsse an: "... (2 Bewertungen ausgeschlossen)".



- Das Scoring wird automatisch ohne die ausgeschlossenen Bewertungen neu berechnet.
- Die Ranking-Tabelle aktualisiert sich sofort.

Schritt 4 - Ergebnis vergleichen:

Beobachte, wie sich das Ranking verändert. Wenn ein Partner mehrere Plätze verschiebt, war der Einfluss der ausgeschlossenen Bewertungen signifikant - und der Ausschluss vermutlich berechtigt.

A4.7 Ausschlüsse zurücksetzen

Der Button "Alle Ausschlüsse zurücksetzen" erscheint, sobald mindestens eine Bewertung ausgeschlossen wurde. Ein Klick darauf:

- Hebt alle Ausschlüsse auf
- Entfernt die Durchstreichung aller Zeilen
- Berechnet das Scoring mit der vollständigen Datenbasis neu

Nichts geht verloren - alle Ausschlüsse sind jederzeit reversibel.

▼ Survey-Fraud-Detection: 8 Indikationen, 23 Bewertungen (14 Bewertungen ausgeschlossen)

[Alle auswählen](#) [Auswahl aufheben](#) [Markierte ausschließen](#) [Alle Ausschlüsse zurücksetzen](#)

Indikation	Details	Partner	
<input type="checkbox"/> IP + Muster	13x gleiche IP	13x Häufung identischer Bewertungen: Score 5	EPSG
<input type="checkbox"/> IP-Duplikat	3x gleiche IP	Public	
<input type="checkbox"/> IP-Duplikat	2x gleiche IP	Defense	
<input type="checkbox"/> Auffällig	Häufung identischer Bewertungen: 100% Score 5	#516 · Healthcare · Manager	
<input type="checkbox"/> Auffällig	Häufung identischer Bewertungen: 100% Score 5	#517 · Healthcare · Team	
<input type="checkbox"/> Auffällig	Häufung identischer Bewertungen: 100% Score 1	#546 · Defense · Team	
<input type="checkbox"/> Hinweis	Häufung identischer Bewertungen: 100% Score 3	#567 · Multicloud · Team	
<input type="checkbox"/> Hinweis	Häufung identischer Bewertungen: 100% Score 3	#566 · Multicloud · Team	

Fraud-Panel nach Ausschluss: durchgestrichene Zeilen und aktualisierte Kopfzeile

A5 Ergebnisdarstellung: Das Partner Score Ranking

Unterhalb des Fraud-Detection-Panels erscheint das Kernstück des Dashboards: die Partner Score Ranking-Tabelle.

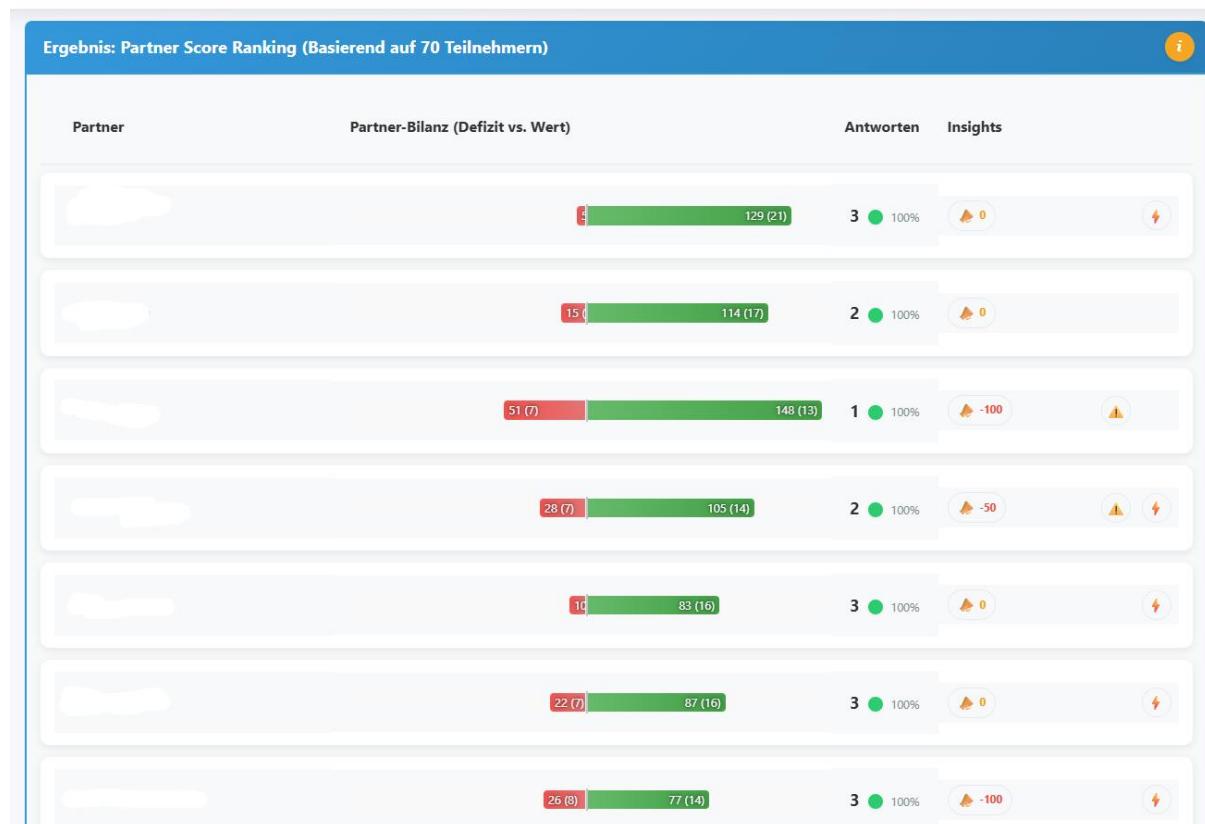
A5.1 Aufbau der Tabelle

Die Tabelle hat eine Kopfzeile mit der Überschrift "Ergebnis: Partner Score Ranking (Basierend auf X Teilnehmern)", wobei X die Gesamtzahl der in die Analyse einbezogenen Teilnehmer angibt. Rechts neben der Überschrift befindet sich ein orangefarbener "i"-Beacon, der eine ausführliche Lesehilfe öffnet (siehe Kapitel 7).



CPQI - Score Analyse

Darstellung und Untersuchung des Partner Quality Indexes



Partner Score Ranking-Tabelle mit mehreren Partnern

Die Tabelle hat vier Spalten:

Spalte 1 - Partner:

Der Name des Partners. Der Name ist als klickbarer Link dargestellt (mit einem kleinen Pfeil-Symbol). Ein Klick öffnet die IPA-Matrix für diesen Partner (siehe Kapitel 8).

Spalte 2 - Partner-Bilanz (Defizit vs. Wert):

Das Herzstück der Visualisierung. Ein zweigeteilter Balken (Diverging Bar Chart), der die Bilanz der Zusammenarbeit darstellt. Details in Kapitel 6.

Spalte 3 - Antworten:

Zwei Informationen nebeneinander:

- Links: Die Anzahl der Einzelbewertungen für diesen Partner (fettgedruckt).
- Rechts: Ein kleines Kreisdiagramm (Awareness-Pie), das die Datenqualität anzeigt. Der Prozentwert gibt an, wie viele der möglichen Kriterien tatsächlich bewertet wurden (also nicht auf "N/A" belassen wurden). Farben: Grün (ab 80%), Gelb (50-79%), Rot (unter 50%).

Spalte 4 - Insights:

Bis zu vier Icons, die auf Auffälligkeiten hinweisen:

-  NPS (Megaphon)
-  Kommentare (Sprechblase, klickbar)
-  Handlungsbedarf (Warn-Dreieck, klickbar)
-  Divergenz (Blitz, klickbar)

Die drei klickbaren Icons öffnen ein Detail-Modal
Ausführliche Beschreibung in Kapitel 9.

A5.2 Sortierung und Rangfolge

Die Partner sind absteigend nach ihrem Gesamt-Score sortiert. Der Partner mit dem höchsten strategischen Wertbeitrag (längster grüner Balken relativ zum roten) steht oben. Der Partner mit dem schlechtesten Verhältnis steht unten.

Wichtig: Die Rangfolge ist nicht statisch. Sie ändert sich, wenn Du:

- den Gruppenfilter wechselst (Manager vs. Team können völlig verschiedene Rankings ergeben),
- die Abteilung einschränkst (regionale Unterschiede werden sichtbar),
- Bewertungen über die Fraud-Detection ausschließt (eventuell manipulierte Daten verzerren das Bild).

A5.3 Legende

Unterhalb der Tabelle befindet sich eine kompakte Legende, die alle Insight-Icons (s.o.) erklärt:

- NPS: Net Promoter Score - Weiterempfehlungsbereitschaft
- Kommentar(e) verfügbar: Allgemeine oder spezifische Kommentare vorhanden
- Handlungsbedarf: Strategisch wichtige Kriterien werden schlecht erfüllt
- Bewertungsunterschied: Manager-Team-Konflikt - Divergente Bewertung

 NPS  Kommentar(e) verfügbar  Handlungsbedarf  Bewertungsunterschied

[Legende unterhalb der Ranking-Tabelle](#)



A6 Die Partner-Bilanz (Diverging Bar Chart)

A6.1 Das Prinzip

Anstatt eines einfachen Durchschnittswerts zeigt die Partner-Bilanz eine Gegenüberstellung von Schwächen und Stärken. Sie beantwortet die Frage: "Ist dieser Partner unter dem Strich eher eine Belastung oder ein Wertbeitrag?"

Der Balken wächst von einer neutralen Mittellinie (0) in zwei Richtungen:

A6.2 Der rote Balken (links): Strategisches Defizit

Der rote Balken zeigt die Summe aller negativen Leistungen, gewichtet nach Wichtigkeit. Je länger dieser Balken nach links reicht, desto mehr bremst der Partner die strategischen Ziele.

Entstehung: Der Balken entsteht, wenn ein Partner in Kriterien, die der Bewertungsgruppe wichtig sind (Importance 4-5), schwach abschneidet (Performance 1-2). Die Gewichtung sorgt dafür, dass eine schlechte Leistung in einem unwichtigen Kriterium kaum ins Gewicht fällt, während die gleiche schlechte Leistung in einem strategisch kritischen Kriterium den roten Balken deutlich verlängert.

Die Zahl im Balken: Die Zahl zeigt den kumulierten Score-Wert, die Zahl in Klammern die Anzahl der Kriterien, die zum roten Balken beitragen.

Beispiel: "42 (7)" bedeutet: Sieben Kriterien sind negativ bewertet, der kumulierte gewichtete „Scha-den“ beträgt 42 Punkte.

A6.3 Der grüne Balken (rechts): Strategischer Wertbeitrag

Der grüne Balken zeigt die Summe aller positiven Leistungen, gewichtet nach Wichtigkeit. Je länger dieser Balken nach rechts reicht, desto mehr zahlt der Partner auf die strategischen Ziele ein.

Entstehung: Analog zum roten Balken, aber für gute Performance (4-5) in wichtigen Kriterien.

Die Zahl im Balken: Gleiche Logik wie beim roten Balken.

Beispiel: "68 (12)" bedeutet: Zwölf Kriterien sind positiv bewertet, der kumulierte gewichtete Wert-beitrag beträgt 68 Punkte.

A6.4 Interpretation der Balkenverhältnisse

- Langer grüner Balken, kein oder kurzer roter Balken: Starker Partner. Breit aufgestellt, wenige Schwächen. Pflegen und ausbauen.
- Langer roter Balken, kein oder kurzer grüner Balken: Problempartner. Mehr Belastung als Wertbei-trag. Akuter Gesprächsbedarf.
- Beide Balken lang: Ambivalenter Partner. Strategisch stark, aber mit operativen Schwächen (oder umgekehrt). Gezielte Verbesserung der Schwachstellen lohnt sich.



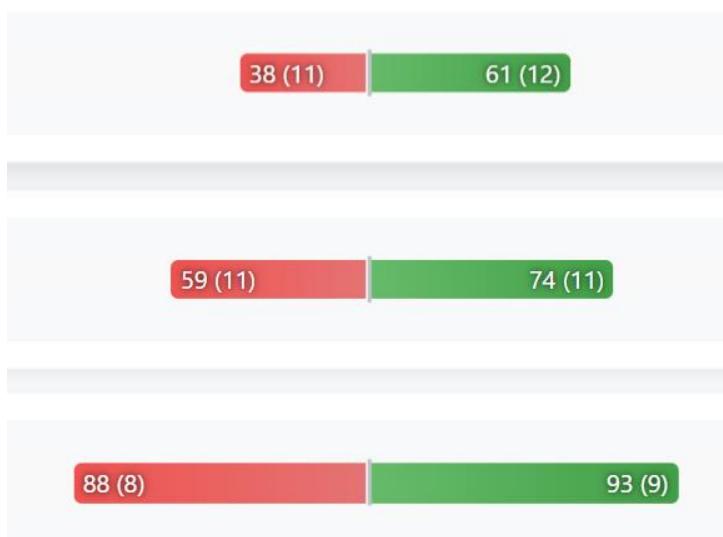
- Beide Balken kurz: Unauffälliger Partner. Weder besonders gut noch besonders schlecht. Wenig strategische Relevanz.

Siehe hierzu auch A7, Partnerarchetypen weiter unten.

A6.5 Die Anzahl der Themen (Zahl in Klammern)

Die Zahl in Klammern neben dem Score-Wert verrät, wie breit oder fokussiert das Urteil ist:

- Hohe Anzahl (z.B. 12): Die Stärke oder Schwäche zieht sich durch viele Bereiche. Das ist ein systematisches Muster, kein Einzelfall.
- Niedrige Anzahl (z.B. 3): Das Ergebnis konzentriert sich auf wenige Felder. Der Partner ist in einem begrenzten, aber klar definierten Bereich positiv oder negativ aufgefallen.



Beispiele eines Diverging Bar Chart mit Score-Werten und Themenanzahl

A7 Partner-Archetypen als Orientierung

Die Lesehilfe (erreichbar über den "i"-Beacon neben der Tabellenüberschrift) beschreibt fünf typische Partner-Profile, die als Orientierungsrahmen dienen. Diese Archetypen helfen, die Balkenmuster schnell einzuordnen:

A7.1 Der Solide (Langer grüner Balken, kurzer oder kein roter Balken)

Das ist der Wunschpartner. Stark ausgeprägte grüne Seite über viele Kriterien hinweg bei wenig oder keinem Rot. Hoher Score, hohes Potenzial, hohe Loyalität. Dieser Partner zahlt breit und verlässlich auf die strategischen Ziele ein. Die Zusammenarbeit funktioniert - und zwar nicht nur punktuell, sondern in der Fläche.

Handlungsempfehlung: Pflegen, wertschätzen, ausbauen.



A7.2 Der Spezialist (Kurzer bis mittlerer grüner Balken, kein roter Balken)

Kein Flächenspieler, aber dort, wo er antritt, ist er exzellent. Wenige Kriterien mit hoher Importance, in denen er herausragend abschneidet - und keine Schwächen. Typisch für technologiefokussierte Spezialistenpartner. Der grüne Balken ist nicht der längste, aber er ist frei von rotem Gegengewicht.

Handlungsempfehlung: Ein wertvoller Partner in seinem Segment. Seinen Fokusbereich schützen und ggf. vorsichtig ausweiten.

A7.3 Der Strategie ohne Execution (Beide Balken lang)

Ein Partner mit zwei Gesichtern. Strategisch brillant - die grüne Seite ist beeindruckend. Gleichzeitig zeigt die ebenso ausgeprägt rote Seite, dass es im operativen Bereich erhebliche Schwächen gibt.

Handlungsempfehlung: Nicht trennen (dafür ist das Grün zu wertvoll), sondern die spezifischen roten Blocker gezielt identifizieren und weg-managen. Der Klick auf den Partnernamen (IPA-Matrix, Kapitel 8) zeigt genau, welche Kriterien betroffen sind.

7.4 Der Sanierungsfall (Langer roter Balken, kurzer oder kein grüner Balken)

Dieser Partner verursacht deutlich mehr strategische Belastung, als er Wertbeitrag liefert. In den Bereichen, die der Gruppe wichtig sind, bleibt er systematisch hinter den Erwartungen zurück - nicht nur punktuell, sondern strukturell.

Handlungsempfehlung: Strukturiertes Gespräch über die Zusammenarbeit ist dringend angeraten, bevor sich die Defizite weiter verfestigen.

A7.4 Der Konflikt (Unterschiedliche Bewertung je nach Perspektive)

Dieser Archetyp fällt nicht durch die Balkenlänge auf, sondern durch eine Diskrepanz zwischen Management- und Team-Bewertung. Er wird am Divergenz-Symbol (Blitz-Icon) im Ranking sichtbar.

Zwei Szenarien:

- Das Management ist begeistert, aber das Team sagt: "Der liefert nicht."
- Umgekehrt: Das Team schätzt die operative Zusammenarbeit, aber das Management sieht keinen strategischen Mehrwert.

Handlungsempfehlung: Den Gruppenfilter (Kapitel 3.3) nutzen und zwischen "Nur Manager" und "Nur Nicht-Manager" wechseln. Die unterschiedlichen Rankings machen die Perspektiven transparent.

A8 Die IPA-Matrix (Scatterplot)

A8.1 Matrix öffnen

Ein Klick auf den Partnernamen in der Ranking-Tabelle öffnet ein modales Fenster mit der IPA-Matrix (Importance-Performance Analysis) für diesen Partner.

Die Matrix ist ein Streudiagramm (Scatterplot), das alle Bewertungskriterien als blaue Punkte in einem zweidimensionalen Koordinatensystem darstellt.



18. Verlässlichkeit & Liefertreue (I: 3.9 / P: 4)

[IPA-Matrix mit Datenpunkten für einen einzelnen Partner](#)

A8.2 Aufbau der Matrix

- Horizontale Achse (x): Leistung (Performance). Links = schlecht, rechts = gut.
- Vertikale Achse (y): Wichtigkeit (Importance). Unten = unwichtig, oben = sehr wichtig.
- Mittellinie horizontal: Trennt wichtige von unwichtigen Kriterien.
- Mittellinie vertikal: Trennt gute von schlechter Leistung.
- Jeder blaue Punkt: Ein Bewertungskriterium mit seinen Durchschnittswerten.

A8.3 Die vier Quadranten

Die beiden Mittellinien teilen die Matrix in vier Quadranten:

Quadrant oben links - "Konzentrieren!" (rot beschriftet):



Wichtig, aber schlecht erfüllt. Das sind die kritischen Handlungsfelder. Diese Kriterien haben hohe Bedeutung für die Bewertungsgruppe, aber der Partner schneidet hier schwach ab. Jeder Punkt in diesem Quadranten ist ein strategisches Risiko.

Quadrant oben rechts - "Weiter so" (grün beschriftet):

Wichtig und gut erfüllt. Das sind die Stärken des Partners in strategisch relevanten Bereichen. Diese Kriterien tragen zum grünen Balken in der Ranking-Tabelle bei. Hier ist der Partner auf dem richtigen Weg.

Quadrant unten links - "Niedrige Prio" (grau beschriftet):

Unwichtig und schlecht. Zwar ist die Leistung schwach, aber da die Kriterien für die Bewertungsgruppe wenig relevant sind, besteht kein dringender Handlungsbedarf.

Quadrant unten rechts - "Overkill?" (grau beschriftet):

Unwichtig, aber gut. Der Partner investiert möglicherweise Ressourcen in Bereiche, die für die Organisation keine hohe Priorität haben. Kein Problem, aber Potenzial für Ressourcen-Umverteilung.

A8.4 Tooltip-Informationen

Wenn Du den Mauszeiger über einen blauen Punkt bewegst, erscheint unterhalb der Matrix ein Tooltip mit dem Namen des Kriteriums und den exakten Durchschnittswerten für Importance (I) und Performance (P) – dieser Punkt wird dabei rot.
(s. Grafik oben, roter Punkt bei 18- Verlässlichkeit und Liefertreue (I:3,9 / P:4)). - - dieses Kriterium liegt im Quadranten "Weiter So" und ist hat keinen Handlungsbedarf.

A8.5 Matrix schließen

Klicke auf das X-Symbol rechts oben im Modal-Fenster oder klicke außerhalb des Fensters auf den abgedunkelten Hintergrund.

A9 Insight-Icons im Detail

In der Spalte "Insights" rechts in der Ranking-Tabelle können bis zu vier Icons pro Partner erscheinen. Jedes Icon signalisiert eine bestimmte Auffälligkeit und ist klickbar.

A9.1 NPS - Net Promoter Score (Megaphon-Symbol)

Symbol: 📣 Megaphon-Emoji mit einem Zahlenwert und Vorzeichen (z.B. "+67" oder "-25")

Farbe des Werts: Abhängig vom NPS-Score

- Grün (über +70): Promoter-Bereich - der Partner wird aktiv weiterempfohlen
- Gelb (+31 bis +70): Passiver Bereich - zufrieden, aber nicht begeistert
- Orange (0 bis +30): Grenzbereich - mehr passive als aktive Unterstützer



- Rot (unter 0): Detractor-Bereich - mehr Kritiker als Fürsprecher

Der NPS ist ein weltweit etablierter Standard zur Messung der Loyalität. Er berechnet sich aus dem Anteil der Promotoren (Bewertung 9-10 auf einer 0-10-Skala) abzüglich des Anteils der Detraktoren (Bewertung 0-6). Der Wert reicht von -100 (alle sind Kritiker) bis +100 (alle sind Fürsprecher).

Der NPS ist NICHT klickbar - er wird direkt in der Tabelle angezeigt und benötigt kein Detail-Modal, da der Wert selbsterklärend ist.

A9.2 Kommentare (Sprechblasen-Symbol)

Symbol: Sprechblasen-Emoji mit einer Zahl (z.B. "3")

Bedeutung: Es liegen Freitext-Kommentare für diesen Partner vor.

Klick-Aktion: Öffnet ein Modal mit allen Kommentaren.

Das Modal zeigt zwei Feedback Kategorien, (eine oder beide – je nach Vorkommen):

Allgemeines Feedback: Freitextkommentare, die der Bewerter im Kopfbereich der Partnerbewertung abgegeben hat (Feld "Generelles Feedback"). Diese Kommentare beziehen sich auf die Zusammenarbeit insgesamt.

Gruppe	Anzahl	Ø Note	Ø Frequenz (1-4)
Manager	1	2.6	4.0
Team	1	2.4	3.0
Gesamt (Gewichtet)	2	2.0	3.5

* Hinweis: 'Gesamt' ist gewichtet nach Frequenz. (Note 1-5 Skala).

Allgemeines Feedback

- Wir müssen reden.

Kommentar-Modal mit allgemeinem und spezifischem Feedback

Spezifisches Feedback: Kommentare, die an einzelne Kriterien "angehängt" wurden. Diese erscheinen, wenn der Bewerter einen Extremwert (1 oder 5) vergeben und das daraufhin eingeblendete Kommentarfeld genutzt hat. Jeder spezifische Kommentar wird mit dem Kriteriumsnamen, der Importance (I) und der Performance (P) angezeigt.



Gruppe	Anzahl	Ø Note	Ø Frequenz (1-4)
Manager	0	null	null
Team	2	3.1	4.0
Gesamt (Gewichtet)	2	3.0	4.0

* Hinweis: 'Gesamt' ist gewichtet nach Frequenz. (Note 1-5 Skala).

Spezifisches Feedback

1. Strategisches Alignment & Cisco Mindshare (I:3.7/P:4.5)

- Unisys ist gut strategisch ausgerichtet!

Kommentar-Modal mit spezifischem Feedback

Oberhalb der Kommentare wird eine Struktur-Tabelle eingeblendet, die zeigt, wie sich die Bewertergruppe zusammensetzt (Anzahl Manager vs. Team, Durchschnittsnoten, Durchschnittsfrequenz).

A9.3 Handlungsbedarf (Warn-Dreieck)

Symbol: Gelbes Warn-Dreieck

Bedeutung: Mindestens ein Kriterium erfüllt die Action-Item-Bedingung: Importance ≥ 4 UND Performance ≤ 2 . Das heißt: Ein strategisch wichtiges Thema wird vom Partner schlecht erfüllt.

Klick-Aktion: Öffnet ein Modal mit einer Tabelle aller betroffenen Kriterien.

Die Tabelle zeigt drei Spalten:

- Kriterium: Name des betroffenen Bewertungskriteriums
- Wichtigkeit: Durchschnittliche Importance (immer ≥ 4.0)
- Performance: Durchschnittliche Performance (immer ≤ 2.0 , in roter Fettschrift)

Jede Zeile in dieser Tabelle repräsentiert ein konkretes, strategisch kritisches Defizit. Diese Liste eignet sich direkt als Grundlage für ein strukturiertes Gespräch mit dem Partner.

Oberhalb der Tabelle wird ebenfalls die Bewerter-Struktur angezeigt.

Gruppe	Anzahl	Ø Note	Ø Frequenz (1-4)
Manager	1	3.2	3.0
Team	1	2.9	3.0
Gesamt (Gewichtet)	2	3.0	3.0

* Hinweis: 'Gesamt' ist gewichtet nach Frequenz. (Note 1-5 Skala).

Kriterium	Wichtigkeit	Performance
19. Reaktionsgeschwindigkeit & Agilität	4.0	2.0
20. Operational Excellence (Booking & Backoffice)	4.0	1.0

Handlungsbedarfs-Modal mit kritischen Kriterien

A9.4 Bewertungsunterschied (Blitz-Symbol)

Symbol: ⚡ Blitz-Emoji

Bedeutung: Signifikante Diskrepanz zwischen der Bewertung durch Manager und der Bewertung durch das Team. Der Schwellenwert liegt bei einer Differenz von > 2.0 Punkten (auf der 1-5-Skala) in mindestens einem Kriterium.

Klick-Aktion: Öffnet ein Modal mit einer Tabelle der divergierenden Kriterien.

Voraussetzung: Das Blitz-Symbol erscheint nur, wenn sowohl mindestens ein Manager als auch mindestens ein Nicht-Manager den Partner bewertet hat. Bei reiner Manager- oder reiner Team-Bewertung kann keine Divergenz berechnet werden.

Die Tabelle zeigt vier Spalten:

- Kriterium: Name des Bewertungskriteriums
- Manager Durchschnitt: Durchschnittliche Performance-Bewertung der Manager (blaue Schrift)
- Team Durchschnitt: Durchschnittliche Performance-Bewertung des Teams (blaue Schrift)
- Delta: Absolute Differenz zwischen Manager und Team

Interpretation: Ein hohes Delta zeigt, dass Manager und Team den Partner in diesem Kriterium völlig unterschiedlich wahrnehmen. Mögliche Ursachen:

- Manager hat anderen Kontakt zum Partner als das operative Team
- Unterschiedliche Erwartungen auf verschiedenen Hierarchieebenen
- Informationsasymmetrie zwischen Führung und Basis

Oberhalb der Tabelle wird die Bewerter-Struktur angezeigt, die die Anzahl der Manager und Team-Mitglieder transparent macht.



Signifikante Abweichungen:

Gruppe	Anzahl	Ø Note	Ø Frequenz (1-4)
Manager	1	3.2	3.0
Team	1	2.9	3.0
Gesamt (Gewichtet)	2	3.0	3.0

* Hinweis: 'Gesamt' ist gewichtet nach Frequenz. (Note 1-5 Skala).

Kriterium	Manager Ø	Team Ø	Delta
13. Dedizierter Personaleinsatz	5.0	2.0	3.0

Divergenz-Modal mit Manager-Team-Vergleich

A10 Daten exportieren

A10.1 Export-Button

Der Button "Export nach Excel" wird aktiv (blau), sobald eine Analyse erfolgreich durchgeführt wurde. Vor der ersten Analyse ist er ausgegraut und nicht klickbar.

A10.2 Was wird exportiert?

Der Export erzeugt eine CSV-Datei (kommagetrennt, UTF-8 mit BOM für korrekte Umlaute in Excel) mit folgenden Spalten:

- Partner: Name des Partners
- Score: Gesamtscore
- Positiv: Positiver Score-Anteil (grüner Balken)
- Negativ: Negativer Score-Anteil (roter Balken)
- Awareness: Datenqualität in Prozent
- Kriterium: Name des Bewertungskriteriums
- Wichtigkeit: Durchschnittliche Importance
- Performance: Durchschnittliche Performance

Die Datei enthält eine Zeile pro Partner-Kriterium-Kombination. Das bedeutet: Wenn 5 Partner jeweils 24 Kriterien haben, enthält die Datei 120 Datenzeilen plus Kopfzeile.

A10.3 Dateiname und Format

Die Datei wird automatisch heruntergeladen mit dem Namen:



partner_score_export_JJJJ-MM-TT.csv

(Wobei JJJJ-MM-TT das aktuelle Datum ist.)

Das CSV-Format verwendet Semikolon als Trennzeichen (Excel-kompatibel für die DACH-Region), Dezimalkomma statt Dezimalpunkt, und Texte in Anführungszeichen.

Tipp: Die exportierte Datei eignet sich für Pivot-Analysen in Excel, um z.B. Kriterien über alle Partner hinweg zu vergleichen oder eigene Visualisierungen zu erstellen.

A11 DSGVO-Informationen

11.1 DSGVO-Icon im Header

Rechts oben im Header befindet sich ein DSGVO-Icon. Ein Klick darauf öffnet ein Info-Modal mit einer Zusammenfassung der Datenschutz-Maßnahmen:

- Welche Daten werden gespeichert (Bewertungen, Abteilung, IP-Hash)
- Welche Daten werden NICHT gespeichert (kein Name, keine Email, keine Cookies)
- Technische Maßnahmen (HTTPS, CSRF, IP-Anonymisierung)
- **Link zum vollständigen Security-Konzept** als PDF-Download

A12 Typischer Analyse-Workflow

Für eine vollständige Partneranalyse empfiehlt sich folgender Ablauf:

Schritt 1: Überblick verschaffen

- Survey auswählen (aktive Survey ist vorausgewählt)
- Alle Abteilungen ausgewählt lassen
- Gruppenfilter auf "Alle" belassen
- Mindestanzahl auf 1 setzen
- "Analysieren" klicken
- Das Ranking zeigt das Gesamtbild aller Partner

Schritt 2: Datenqualität prüfen

- Fraud-Detection-Panel prüfen (Kapitel 4)
- Wenn grün ("Keine Auffälligkeiten"): Weiter mit Schritt 3

- Wenn Indikationen vorhanden: Panel öffnen, sichten, ggf. ausschließen
- Veränderung im Ranking beobachten

Schritt 3: Top- und Flop-Partner identifizieren

- Die oberen Partner im Ranking sind die stärksten Wertbeiträger
- Die unteren Partner haben das schlechteste Verhältnis
- Auf die Balkenlängen achten: Langer grüner Balken = breite Stärke, langer roter Balken = breite Schwäche

Schritt 4: Handlungsbedarf prüfen

- Bei Partnern mit Warn-Dreieck: Klick auf das Icon zeigt die konkreten Defizite
- Bei Partnern mit Blitz-Icon: Klick zeigt die Manager-Team-Divergenz
- Bei Partnern mit Sprechblase: Klick zeigt qualitative Kommentare

Schritt 5: Perspektivenwechsel

- Analyse wiederholen mit "Nur Manager"
- Analyse wiederholen mit "Nur Nicht-Manager"
- Verschiebungen in der Rangfolge notieren
- Partner mit starker Verschiebung = Archetyp "Konflikt"

Schritt 6: Regionale Analyse

- Abteilungsbaum nutzen, um nach Regionen oder Teams zu filtern
- Werden Partner regional unterschiedlich wahrgenommen?
- Gibt es Teams mit besonders positiver oder negativer Einschätzung?

Schritt 7: Detailanalyse

- Auf Partnernamen klicken für IPA-Matrix
- Quadranten-Verteilung analysieren
- Punkte im Quadranten "Konzentrieren!" identifizieren
- Tooltip nutzen für exakte Kriteriumsnamen und Werte

Schritt 8: Ergebnisse sichern

- "Export nach Excel" für die Rohdaten
- Screenshots der Ranking-Tabelle und relevanter Matrizen für Präsentation



A13 Häufige Fragen

Frage: Warum erscheint ein Partner nicht in der Ergebnisliste?

Antwort: Der Partner hat weniger Bewertungen als der eingestellte Mindestwert. Reduziere den Slider "Mindestanzahl Antworten" oder prüfe, ob die gewählte Abteilung überhaupt Bewertungen für diesen Partner enthält.

Frage: Was bedeutet die graue Meldung "Keine Partner mit genügend Bewertungen"?

Antwort: Kein einziger Partner erreicht die eingestellte Mindestanzahl. Schiebe den Slider weiter nach links.

Frage: Warum ändert sich das Ranking, wenn ich den Gruppenfilter wechsle?

Antwort: Manager und Team bewerten Partner oft unterschiedlich. Die Differenz zeigt, ob die Wahrnehmung auf Entscheider-Ebene mit der operativen Realität übereinstimmt.

Frage: Was ist der Unterschied zwischen dem NPS-Wert und dem Score-Balken?

Antwort: Der NPS misst die allgemeine Weiterempfehlungsbereitschaft (eine einzige Frage). Der Score-Balken aggregiert die gewichtete Performance über alle Einzelkriterien. Beides sind komplementäre Perspektiven: Der NPS zeigt das "Bauchgefühl", der Score die analytische Gesamtsicht.

Frage: Kann ich eine Analyse rückgängig machen?

Antwort: Die Analyse ändert keine Daten - sie liest nur. Du kannst jederzeit mit neuen Filtern eine neue Analyse starten. Auch Fraud-Ausschlüsse sind jederzeit zurücksetzbar.

Frage: Warum sehe ich beim NPS keine Zahl, obwohl der Partner bewertet wurde?

Antwort: Der NPS wird nur angezeigt, wenn mindestens ein Bewerter die NPS-Frage beantwortet hat. Bewerter können die NPS-Frage überspringen ("Möchte ich nicht bewerten").

Frage: Was passiert, wenn ich Bewertungen über die Fraud-Detection ausschließe?

Antwort: Die ausgeschlossenen Bewertungen fließen nicht mehr in die Score-Berechnung ein. Das Ranking wird sofort neu berechnet. Die Bewertungen werden nicht gelöscht - sie werden nur für diese Analyse-Session ignoriert. Der Button "Ausschlüsse zurücksetzen" stellt den Originalzustand wieder her.