

# SERVICE-CHAMPIONS 2020

## TEIL 1: DIE BESTEN AUS 384 BRANCHEN

Exzellenter Kundenservice ist keine zufällige Erscheinung. WELT und ServiceValue untersuchen seit vielen Jahren systematisch die Service-Qualität deutscher Unternehmen aus Kundensicht. 2020 stehen mehr als 380 Branchen auf dem Kundenprüfstand. [service-champions.de](https://www.service-champions.de)

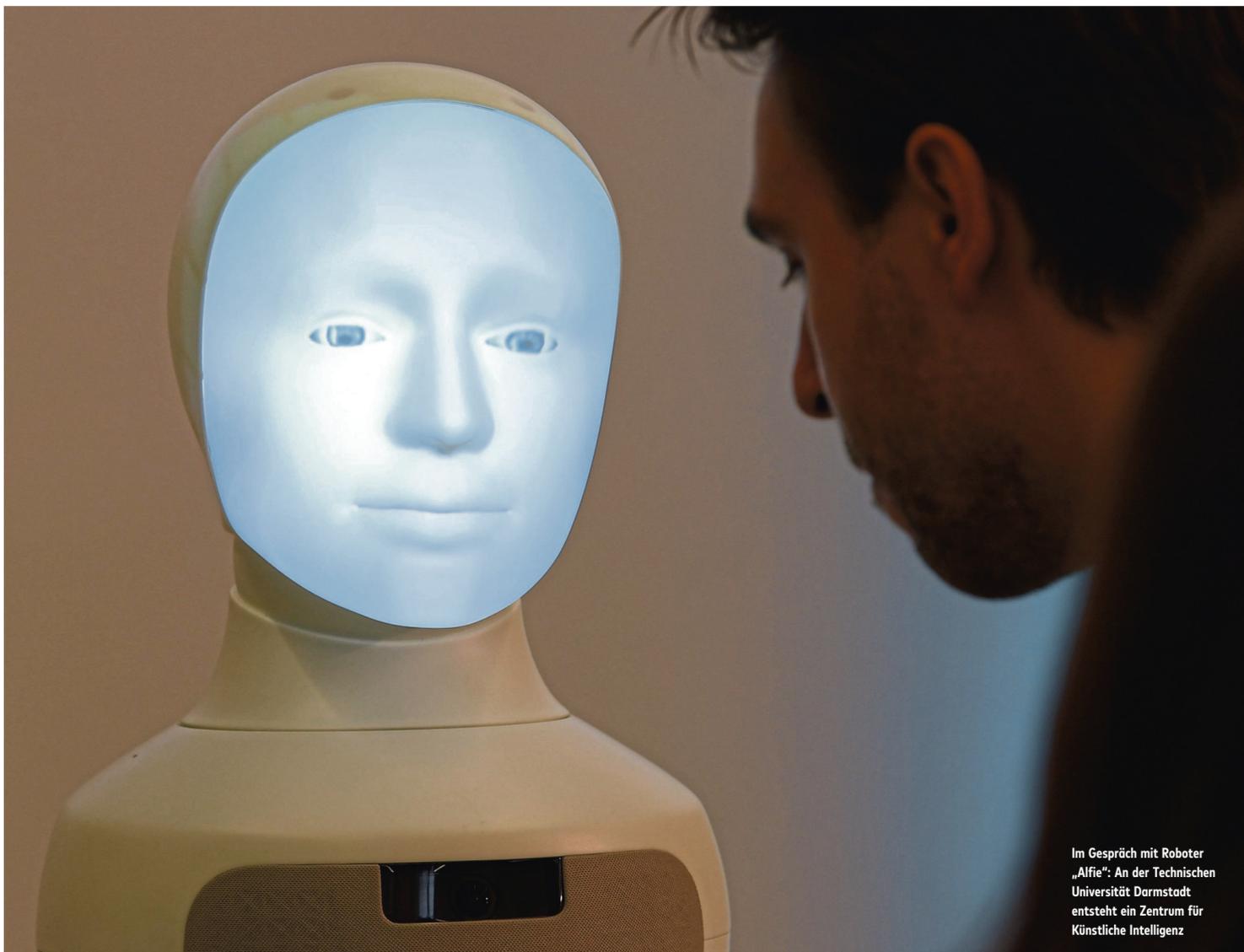
### KUNDENSERVICE

## MIT BOTS GANZ KLAR IM VORTEIL

Bots können zur Verbesserung des Kundenservice beitragen. Für Unternehmen aus dem Finanz- und Versicherungswesen, wo ein Großteil des Service grundsätzlich auch digital geleistet werden kann, bieten sich technische Dialogsysteme in besonderem Maße an. Neben der wichtigsten Grundvoraussetzung - guter Spracherkennung inklusive Toleranz gegenüber eventuellen Tippfehlern und Umgangssprache - zeichnen gelungene Systeme sich aus durch:

- 1. Erreichbarkeit:** Der Chatbot ist über den Kontaktbereich der Webseite unabhängig von Service-Zeiten leicht zu erreichen.
- 2. Eindeutigkeit der KI:** Kundinnen und Kunden werden direkt darüber informiert, dass sie mit einer KI, einer künstlichen Intelligenz, chatten. So gibt es keine Missverständnisse und damit verbundene Akzeptanzprobleme.
- 3. Soziales Verhalten:** Der Chatbot reagiert freundlich und angemessen auf soziale Interaktionen wie etwa verbale Begrüßungsrituale. Das macht ihn trotz seines nicht menschlichen Charakters sympathisch.
- 4. Nutzerfreundlichkeit:** Fragen werden schnell, ausführlich und zielgerichtet beantwortet. Anders als automatisierte Telefonhotlines, bei denen man mittels festgelegter Entscheidungspfade bestimmte Auswahlen treffen kann, reagiert und antwortet der Chatbot auf individuelle Anfragen.
- 5. Erkennen der eigenen Grenzen:** Bei Fragen oder Aufgaben, die das Programm überfordern, bietet der Chatbot umgehend die Verbindung zu einem menschlichen Kollegen an und verlinkt auch darauf.

Derzeit werden Chatbots noch vor allem für einfachere, standardisierte Aufgaben und allgemeinere Informationen eingesetzt. In dieser Funktion können sie als Rezeptionisten einer Website den Kundenservice bereichern, indem sie häufiger gestellte Anfragen beantworten und dadurch die Kapazitäten des menschlichen Personals für kompliziertere Anfragen freihalten. Bei aktuellem Stand der Technik konkurrieren Bots aber nicht mit ihren menschlichen Kolleginnen und Kollegen, sondern stehen diesen als Assistenten zu Diensten und tragen so zu einem breit aufgestellten Kundenservice bei.



Im Gespräch mit Roboter „Alfie“: An der Technischen Universität Darmstadt entsteht ein Zentrum für Künstliche Intelligenz

DIP/WARNE/DEBERT

### KÜNSTLICH ODER MENSCHLICH

## GUTER SERVICE BASIERT AUF HOHEM EINSATZ

Künstliche Intelligenz ist etwas Feines: Jederzeit zur Stelle, stets ansprechbar und immer bereit, klaglos und freundlich auch noch die lästigsten Aufgaben zu übernehmen – und das, ohne selbst auch nur das kleinste, eigene Bedürfnis anzumelden. So lotst die Stimme aus dem Navigationsgerät Autofahrerinnen und -fahrer verlässlich an ihr Ziel, ohne jemals den Fahrstil zu kritisieren. Digitale Sprachassistentinnen antworten zu jeder Tages- und Nachtzeit auf Anfragen aller Art, erledigen Bestellungen oder bedienen auf Befehl hin Licht und Heizung, ohne dazu auch nur die elementarsten Grundlagen sozialen Miteinanders einzufordern. Sehr praktisch ist das. Man stelle sich nur vor, das gäbe es auch in anderen Bereichen des Lebens: Eine Kraft, die alle Aufgaben bezüglich Haushaltes und Kinder im Auge hält und abarbeitet, die

komplexere Dinge recherchiert, zu kleineren Gesundheitsfragen berät, Essen und Getränke serviert oder Dienstleistungen erfüllt wie das Einschannen von Einkäufen oder die Reparatur defekter Haushaltsgeräte. Wobei, die gibt es ja schon: Hausfrauen, Eltern, Versicherungsangestellte, Personal in Einzelhandel und Gastgewerbe, Mitarbeiter im technischen Kundendienst – kurz: Menschen, die sich privat kümmern sowie berufliche Servicekräfte aller Art. Diese bezahlten und unbezahlten Macher erleichtern ihren Mitmenschen das Leben, indem sie beraten, zur Seite stehen und Probleme lösen. Aus vielen der Aufgaben, die sie erledigen, geht dabei kein greifbares, materielles Produkt hervor. Serviceleistungen sind daher letzten Endes oft unsichtbar und erfahren so nicht immer die Wertschätzung und Honorierung, die ihnen ge-

bührt. Dass Unsichtbarkeit aber nicht gleichzusetzen ist mit mangelnder Relevanz, kann jeder bestätigen, der privat in ein starkes soziales Netz eingebunden ist oder der als Kunde schon einmal durch fundierte Beratung vor falschen Entscheidungen bewahrt wurde, der im Krankheits- oder Schadenfall professionelle Zuwendung und Unterstützung erfahren hat oder in einem dringenden Problem auf schnelle fachmännische Hilfe setzen konnte. Was Servicekräfte wirklich leisten, fällt oftmals erst dann auf, wenn sie es einmal nicht tun. Dabei ist ein guter Service immer das Produkt hohen persönlichen Einsatzes, und sich um Wohl und Belange anderer zu kümmern, mag zwar sinnstiftend sein, ist aber dennoch nicht ausschließlich Produkt reiner Herzensgüte, sondern Arbeit, die auch als

Das Aufkommen von wirklich denkenden Maschinen wird das wichtigste Ereignis in der Geschichte der Menschheit sein.

Max Tegmark, Physiker und Kosmologe

solche wahrgenommen und behandelt werden sollte. Servicemitarbeiterinnen und -mitarbeiter müssen einem vielfältigen und komplexen Anforderungsprofil gerecht werden, dem nicht jeder gewachsen ist: Hervorragender Service entsteht erst im Zusammenspiel von Fachwissen, Organisationstalent, Flexibilität, Menschenkenntnis, emotionaler Stabilität und einer hohen Leistungsbereitschaft auch in Stresssituationen. Das komplexe Anforderungsprofil ist ein Grund dafür, dass sich auch solche Dienstleistungen, die grundsätzlich online erbracht werden können, noch nicht ohne Weiteres an künstliche Intelligenzen auslagern lassen. So wurden noch vor wenigen Jahren etwa Chatbots, also technische Dialogsysteme, die auf Webseiten oder über Messenger-Apps eigenständig mit Kundinnen und Kunden kommunizie-

ren, Fragen beantworten und beraten sollen, als die Technologie der Zukunft im Bereich des Kundenservice gehandelt. Servicepersonal sollte durch die Bots entlastet werden, Kunden schneller an ihre Ziele kommen. Die Tatsache aber, dass ein Bot menschliche Sprache verstehen und zu deuten wissen muss, um sie in einem Gespräch bzw. Chat überzeugend imitieren zu können, erwies sich als nicht zu unterschätzende Schwierigkeit. Viele künstliche Intelligenzen scheiterten schon daran, die Fragen ihrer Kundinnen und Kunden zu verstehen, wenn diese nicht auf eine ganz bestimmte Art und Weise formuliert waren. Damit waren sie eigentlich schon einer gut strukturierten FAQ-Sektion unterlegen. Bei Hilfesuchen führte das verständlicherweise früher oder später zu Frustrationen, so dass am Ende selbst bei Standard-

anfragen doch wieder eine menschliche Servicekraft konsultiert werden musste. Nicht wenige Unternehmen verabschiedeten sich daher nach relativ kurzer Zeit wieder von ihren digitalen „Angestellten“, und das Thema Chatbot verschwand ein wenig aus dem öffentlichen Interesse. Einige Unternehmen haben ihre Ambitionen jedoch beibehalten und weiter in ihre Chatbots investiert. Was diese Unternehmen richtig gemacht haben, lesen Sie auf der linken Seite. Wirklich überzeugend kommunizieren vor allem die digitalen Sprachassistentinnen der ganz großen Player Amazon, Microsoft und Apple. Alexa, Cortana und Siri haben nur selten ernsthafte Verständnisprobleme und wirken zudem durch ihre Stimmen sehr menschlich, was auf ihre Nutzer auch einen psychologischen Effekt haben dürfte. Das ist nicht ganz unkritisch zu sehen: Da man, wie eingangs bereits erwähnt, im Umgang mit den künstlichen Assistentinnen auf Höflichkeit oder Respekt verzichten kann, die Assistentinnen gleichzeitig aber wegen ihrer Stimmen menschliche Züge tragen, befürchten Forscherinnen und Forscher eine Normalisierung respektlosen Verhaltens auch im Umgang mit realem Servicepersonal. Besonders betroffen davon sind Frauen, denn nicht nur sind die digitalen Assistentinnen als „weiblich“ konzipiert; auch im analogen Dienstleistungssektor arbeiten überdurchschnittlich viele Frauen. Die Art und Weise, wie Alexa und Co. also auf verbale Belästigung oder Beleidigungen zu reagieren programmiert sind, kann eine Auswirkung auf das Frauenbild von Nutzerinnen und Nutzern haben und darauf, was von analogem weiblichem Servicepersonal als angemessenes Verhalten erwartet wird. Große Macht geht an der Stelle für die Entwicklerinnen und Entwickler mit großer Verantwortung einher, so dass der Einsatz von künstlicher Intelligenz im Service nicht nur technische, sondern durchaus auch gesellschaftliche Fragen aufwerfen kann. Welche Unternehmen aktuell mit ihrem künstlichen, vor allem aber mit ihrem menschlichen Personal einen hervorragenden Service bieten, hat die ServiceValue GmbH in Zusammenarbeit mit der WELT erhoben und in ein Ranking übertragen. Die servicestärksten Unternehmen tragen auch in diesem Jahr die begehrte Auszeichnung „Service-Champion“ – eine Auszeichnung, die sich bestimmt direkt an viele engagierte und kompetente Servicekräfte weitergeben lässt.

### MANAGEMENT-ELITE

## QUALIFIZIERT FÜR DEN CLUB DER BESTEN

Wer aus Kundensicht in Deutschlands größtem Service-Ranking einen überdurchschnittlichen Service Experience Score (SES, s. r. Seite) erzielt und sich auf einem Medaillen-Rang platzieren konnte (s. Tabellen r.), kann dies mit dem Gütesiegel zum erlebten Kundenservice nach außen sichtbar zeigen. Darüber hinaus haben sich alle Unternehmen mit einem SES von 57 oder höher für eine Aufnahme in den Club der Besten qualifiziert. Bedingung der Mitgliedschaft ist jedoch der Nachweis, dass die Kundenbegeisterung nicht zufällig,

sondern systematisch erzielt wird, dass also hinter dem guten Kundenurteil ein gut funktionierendes Qualitätssicherungssystem steht. Intensierte Unternehmen können freiwillig ab sofort diese Qualitätsbewertung vornehmen lassen. ServiceValue führt dann eine Service-Potenzial-Analyse (SPA) durch, die im Erfolgsfall dem Unternehmen die Mitgliedschaft im „Club der Besten im geprüften Management“ bescheinigt. Diese Best-Practice-Beispiele werden wie die qualifizierten und erfolgreichen Unternehmen aus den Rankings zu Produkt, Preis,

Marke, Filiale und Digitalisierung aus der Champions-Serie auf einem übergeordneten Platin-Rang geführt. Diese Auszeichnung kann mit einem Platin-Siegel für ein Jahr sichtbar nach innen und außen gezeigt werden. Thematisch befasst sich die in Form einer Auditierung durchgeführte SPA mit den wesentlichen Kriterien einer umfassenden Kundenorientierung, von der Idee in der Geschäftsleitung über die Umsetzung im Unternehmen bis hin zum Kundenkontakt. Dabei werden die wichtigsten Dimensionen der Kunden-

orientierung, „Persönlichkeit des Unternehmens“, „Produkt“, „PR/Kundendialog“, „Preis“, „Personal“, „Partnerschaft“, „Prozess“ und „physische Gestaltung“ geprüft. Die Auswertung beinhaltet eine IST-Analyse (aktueller Reifegrad) sowie eine Potenzial-Analyse (zukünftiger Wirkungsgrad). Jedem Teilnehmer wird eine Management-Scorecard als kennzahlenbasierte Zusammenfassung mit Benchmarks und bei erfolgreichem Abschneiden ein Zertifikat ausgestellt. Die Ergebnisse und Potenziale können auf Wunsch darüber hinaus in einem per-



Eine ganz besondere Auszeichnung: Wissenschaftlich erfolgreich geprüfte Management-Kompetenz kann mit diesem Siegel nach außen dokumentiert werden

sönlichen Analysegespräch oder auch im Rahmen eines Workshops im Haus des Teilnehmers vorgestellt und erörtert werden. Das Analyseverfahren wurde von der Goethe-Universität Frankfurt wissenschaftlich bewertet. Der Sozialpsychologe Rolf van Dick: „Der Service-Potenzial-Analyse (SPA) liegt das theoretische Modell der ‚7P‘ des Dienstleistungsmarketings zugrunde. In mehreren Service-Dimensionen wird das Konstrukt der Kundenorientierung differenziert, strukturiert und umfassend praxisorientiert messbar und steuerbar

gemacht. Die SPA ist auch ein standardisiertes und objektives Verfahren, das den internen Entwicklungsstand eines Unternehmens in der Kundenorientierung gut diagnostiziert und belastbare Erkenntnisse liefert.“ Alle Club-Mitglieder treffen sich auf einem Gala-Abend im März 2021. In feierlichem Rahmen werden dort die Unternehmen und ihre Leistungen in der Kundenbegeisterung vorgestellt und geehrt. Anschließend bietet sich die Gelegenheit zum konkreten Dialog, bei dem interessante Einblicke in die erfolgreichen

Strategien und Konzepte der eigenen oder anderer Branchen geboten und gewonnen werden. Die Analyse des Managements und die Prüfung auf Mitgliedschaft im Club der Besten erfolgen bewusst branchenunabhängig und stets in Bezug auf alle Dimensionen der Kundenorientierung. Die Teilnahme ist allen interessierten Unternehmen möglich. Voraussetzung einer Anmeldung zur SPA ist lediglich ein gutes Kundenurteil. Konkret beim Service-Ranking: ein SES von mindestens 57 Prozent. [club-der-besten.org](https://www.club-der-besten.org)

# SERVICE-CHAMPIONS 2020

TEIL 1: DIE BESTEN AUS 384 BRANCHEN

**DIE 900 BESTEN FIRMAN 2020 FINDEN SIE ÜBERMORGEN (15.10.) IN DER WELT**

## SERVICE-EXPERTE DR. CLAUD DETHLOFF IM GESPRÄCH

### DIGITAL UND ANALOG IM PERFEKTEN ZUSAMMENSPIEL

Wer es versteht, Kunden zu begeistern, stärkt deren Wiederkaufabsicht und wird weiterempfohlen, sagt der Service-Experte Dr. Claus Dethloff im Interview.

#### Kann die Service-Landschaft von Künstlicher Intelligenz und technischen Dialogsystemen profitieren?

**Dr. Claus Dethloff:** Eindeutig ja. Service ist ein weiter Begriff und in seiner Ausführung sehr facettenreich. Dies impliziert auch standardisierte und routinisierte Aufgaben und hierbei sind die technischen Möglichkeiten im Sinne von Automatisierungen nicht nur zielführender, weil zuverlässiger und ausdauernder, sondern auch für das Ganze effizienter, denn sie setzen bei den ausführenden Servicekräften zugleich Ressourcen für wichtigere Anlässe frei.

die die Eigenverantwortung ihrer Servicekräfte nicht fördern oder fordern, die Leine immer nur kurz halten, reaktiv aufgestellt sind und zudem betriebswirtschaftliche Service-Effekte nicht erkennen, werden im Zweifelsfall nicht Potenziale, sondern Mitarbeiter freisetzen, wenn die Digitalisierung greift.

sächlichen Wiederkauf und die tatsächliche Weiterempfehlung um ein Mehrfaches erhöht, oftmals sogar erst ermöglicht.

#### Könnten Sie uns ein Beispiel für eine gelungene Service-Zusatzleistung geben?

Aus unseren Untersuchungen wissen wir um die betriebswirtschaftlichen Service-Effekte in Branchen und bei Unternehmen. Die Service-Erfolgs-Messung zeigt zum Beispiel im stationären Einzelhandel, dass eine gelungene ganzheitliche Beratung, wie in einem Baumarkt eine Projektberatung, einen bei den begeisterten Kunden durchschnittlich bis zu dreifachen Kaufbetrag abwirft.

#### Und bei Vertragsabschlüssen mit Prämienvolumen ist der Effekt ähnlich?

In Bezug auf die Vertragsdichte ja. Auch wenn eine ganzheitliche Beratung, zum Beispiel in der Versicherungswirtschaft, als eigentliche Kernleistung angesehen werden könnte, so weicht sie doch oftmals von den Beratungsleitfäden des Arbeitgebers ab. In der Praxis gleicht sie daher eher einer Service-Zusatzleistung, die auf Eigeninitiative beruht.

#### Und eine solche Leistung können Chat- und Voicebots nicht übernehmen?

Roboter oder KI-Programme für automatisierte Kommunikation können nicht nur antworten, sondern auch Fragen stellen, doch führen diese in der Regel nicht dazu, implizites Wissen zu explizieren oder Bedürfnisse zu induzieren. Zudem steigt die Abschlussbereitschaft eines Kunden mit seinem Redeanteil und ein Großteil der Interpretation basiert auf nonverbaler Kommunikation. Emotionen, Empathie oder Intuition sind Roboter und KI nicht immanent.

#### Und was sind die wichtigsten Anlässe?

Dem Grunde nach alle Anlässe, die mit einer affektiven Beteiligung des Kunden einhergehen, psychologisch sprechen wir das Involvement damit an. Dadurch wird das Problem zugleich komplexer; und soziale wie emotionale Kompetenzen sind gefragt. Natürlich kann dies unter gewissen Umständen auch schon beim administrativen Service vorkommen, doch ist das Paradebeispiel die Beschwerde.

#### Freierwerbende Ressourcen erlauben aber doch auch Eigeninitiative?

Service ist immer zweiseitig, quasi nachfrage- und angebotsorientiert. Bei Ersterem schafft Service vor allem Kundenbegeisterung, wenn er mehr bietet als erwartet wird. Bei Letzterem, wenn er bietet, was nicht erwartet wird. Die Intensität im Erlebten und die Konsequenz des Erlebten sind hier noch stärker. Und Loyalität sowie Weiterempfehlung bedürfen der konkreten Erlebnisse. Deshalb sollten die freierwerbenden Ressourcen sogar für die Eigeninitiative genutzt werden.

#### Das gilt dann für jede Servicekraft, für jeden Mitarbeiter im Kundenservice?

Sobald sie oder er Entlastung über die technischen Systeme erfährt, ja. Doch ganz so einfach ist es nicht, eigeninitiiert loszugehen. Dafür müssen auch Handlungsräume beim Arbeitgeber und Freiheitsgrade beim Service-Mitarbeiter vorliegen. Unternehmen,

#### Was meinen Sie mit den betriebswirtschaftlichen Service-Effekten?

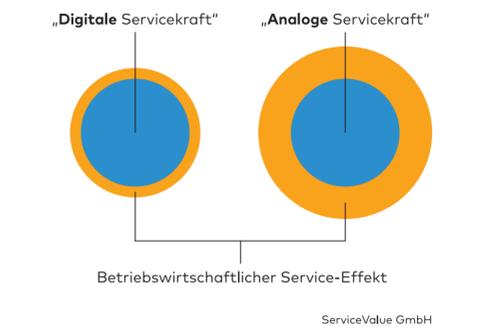
Wird eine Serviceleistung nicht als Produkt verpreist, sondern als kostenfreie Zusatzleistung angeboten, so fehlt es vermeintlich an einem betriebswirtschaftlich messbaren Output. Doch das ist kurz-sichtig. Im weiteren Verlauf zahlt sich guter Service immer aus. Und die Preisbereitschaft des Kunden ist ex post deutlich höher als ex ante abgeschöpft. Der Kunde zahlt zwar für das Service-Erlebnis nicht im Nachhinein, doch sein zukünftiges Verhalten zahlt sich in barer Münze für das Unternehmen aus.

#### Inwiefern?

Indem seine Kundenbegeisterung nicht nur die Wiederkaufabsicht und die Weiterempfehlungsbereitschaft positiv beeinflusst, sondern den tat-

### BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE SERVICE-EFFEKTE

Mitarbeiter und technisches System im Vergleich



### SES: SERVICE EXPERIENCE SCORE

#### SO WIRD GEMESSEN

Das Service-Ranking aus Kundensicht basiert auf dem wissenschaftlich belastbaren „Service Experience Score“ (SES). Dieser Prozentwert wird analog zur allgemein bekannten Wahlerhebung „Sonntagsfrage“ ermittelt und stellt ein klares, verständliches und effizientes Messinstrument dar. Zur Ermittlung des SES werden Konsumenten zwei Fragen gestellt:

#### 1. Sind oder waren Sie innerhalb der letzten 36 Monate Kunde bei Unternehmen XY?

#### 2. Wenn ja, haben Sie dort einen sehr guten Kundenservice erlebt?

Der Befragte antwortet mit „Ja“ oder mit „Nein“. Als SES ausgewiesen wird der prozentuale Anteil an aktuellen und ehemaligen Kunden (längstens drei Jahre zurückliegend), denen das Unternehmen einen sehr guten Service geboten hat. Der Begriff „erlebter Kundenservice“ ist dabei sehr weit gefasst. Erinnerte und konkrete Service-Erfahrungen, wie die Atmo-

sphäre in einer Filiale oder einem Shop oder die Hilfsbereitschaft und Beratungsqualität eines Mitarbeiters, werden schon in der Erhebungsphase zu einer einzigen Dimension zusammengefasst. Die direkte Abfrage zum Erlebten hat gegenüber der Bildung eines Index aus einzelnen Aspekten den Vorteil, dass die Verteilung der Kundenurteile nicht durch vorsätzliche Gewichtung verfälscht wird. Da der SES unabhängig von Branchen und Geschäftsmodellen ist, gewährleistet er eindeutige Vergleichbarkeit.

## DIE BESTEN DES JAHRES AUS 384 BRANCHEN

Branchen	Branchengewinner	SES	Branchengewinner	SES	
American Diner	Miss Pepper	64,3%	Hygieneartikel-Shops	Hygiene-shop.de	63,4%
Angel-Shops	am-angelsport-onlineshop.de	52,8%	Immobilienmakler - regional	Tentscher Immobilien	68,6%
Ankaidienste	myswoop.de	64,0%	Immobilienmakler - überregional	Postbank Immobilien	67,9%
Apotheken-Kooperationen	LINDA Apotheke	77,7%	Infrarotsaunahersteller	Armsark	66,5%
Arztwebsites-portale	jameda.de	63,7%	Internet-Provider	1&1 DSL	66,5%
Audiohersteller	Teufel	66,0%	Jagd-Shops	frankonia.de	62,9%
Aufkleber-Shops	aufkleber-drucken-lassen.de	59,2%	Kaffee-Shops	roastmarket.de	57,9%
Augenlaser-Kliniken	CARE Vision	67,4%	Kaffeevollautomatenhersteller	Mellita	68,8%
Auto-Banken	Renault Bank (RCI Banque)	67,6%	Kamera/ Zubehör-Shops	foltoyem.de	63,5%
Auto-Verleiher	autovoy.com	59,9%	Kampanienhersteller	Soschi	68,8%
Autoglasreparatur	Carglass	72,9%	Kaminofenhersteller	Haas + Sohn	63,0%
Autohändler	Scherer	65,2%	Kaufhaus/Warenhaus	Galeria Karstadt Kaufhof	63,1%
Autohersteller	Toyota	63,0%	Kfz-Prüfstellen	Dekra	61,5%
Autoleasing-Portale	leasingmarkt.de	60,3%	Kfz-Versicherer	LVM Versicherung	68,0%
Autoservice	First Stop	64,0%	Kfz-Werkstattportale	fairgarage.de	61,2%
Autoteile-Shops	kfzteile24.de	63,9%	Kindermöbel-Shops	kidswoodlove.de	61,2%
Autovermietungen	Buchbinder	67,8%	Kindervagenhersteller	bonavi	63,4%
Autowaschanlagen	Mz Wash	71,5%	Kinoketten	Cinemaxx	61,1%
Baby- und Kleinkindausstatter - online	babymarkt.de	65,6%	Kinolen	MediClin	61,7%
Baby- und Kleinkindausstatter - stationär	babymarkt.de	66,1%	Kochboxen-Versender	hellfresh.de	64,4%
Babysitter-Portale	betured.de	59,6%	Koffer/Reisegepäck-Shops	samsonte.de	63,8%
Bäckereiketten	Malzers Backstube	69,0%	Kontaktlinsenversandhändler	lensbest.de	61,6%
Bäckereiketten - SB	Back-Factory	59,7%	Kostüm-Shops	karneval-megastore.de	61,5%
Bad und Sanitär	711.de	71,6%	Krankenkassen - regional	ADK Bayern	67,8%
Badausstatter	ELEMENTS	67,0%	Krankenkassen - überregional	BARMER	73,6%
Bad-Shops	megabad.com	61,6%	Krankensatzversicherer	HanseMerkur	68,9%
Bad-Shops	hustierkost.de	64,5%	Krawatten-Shops	lacarate.com	56,3%
Baustell-/Kreativbedarf-Shops	bakerross.de	63,2%	Kreditkartengesellschaften	hisia	62,3%
Baufinanzier - Banken	DKW - Deutsche Kreditbank	64,0%	Kreditkarten-Shops	lendico.de	61,6%
Baufinanzierer - Vermittler	Schwäbisch Hall Baufinanzierung	66,9%	Kreuzfahrtschiffe	AIDA Cruises	74,5%
Baumärkte	toom Baumarkt	64,3%	Kreuzfahrtschiffe	e-hoi.de	61,9%
Baumarkt-Shops	corion.de	63,0%	Küchenfachmärkte	Küche&Co	70,9%
Bausparkassen	Wüstner Bausparkasse	70,8%	Kunstdruck-Shops	lunas.de	64,3%
Beauty-Shops	Rituals	63,4%	Lampen-Shops	lampenwelt.de	62,8%
Berufsbekleidungs-Shops	engelbert-strauss.de	63,4%	Laufsport-Shops	lauf-bar.de	54,8%
Bezahlsysteme	Paypal	63,7%	Lebensmittel-Discount	ALDI Süd	63,8%
Bilderarmen-Shops	wunsch-bilderrahmen.de	62,3%	Lebensmittel-Einzelhändler	EDEKA	66,9%
Bio-Lebensmittel	shop.apunad.de	64,0%	Lebensmittel-Heimservice	eismann	64,2%
Blumenabo-Anbieter	blomandwid.de	59,7%	Lebensmittelversender	shop.rewe.de	64,8%
Blumenbox-Anbieter	graceflowerbox.de	56,0%	Lebensversicherer	Allianz	68,4%
Blumenversender	floraprima.de	66,5%	Lehrplattformen	scoyo.com	52,3%
Bodenbelag-Spezialisten	bodenbelag24.de	58,3%	Lohnsteuerhilfevereine	Lohnsteuerhilfe Bayern (lohi)	59,7%
Bonusysteme	Mies and More	64,0%	Marken-/Ladenshops	marken.de	66,2%
Briefzustelldienste	Deutsche Post	64,8%	Marktplätze Privatanbieter	ebay-Kleinanzeigen.de	58,7%
Buchhändler	Thalia	66,0%	Massivhausanbieter	ARGE-Haus	66,3%
Buchversender	deutsche-buchhandlung.de	62,3%	Massivholzmöbel-Shops	allnatura.de	62,6%
Bundesfachshops	FC Bayern München	59,6%	Matratzen-Shops	Matratzen Concord	64,4%
Burger-Restaurants	Burgerista	66,9%	Matratzenversender	Leipzig Messe	62,8%
Büroartikelversender	priatus.de	65,1%	Messen	vinzenzurr	60,5%
Bürobedarfshändler	Kaut-Bullinger	64,2%	Mietwagen-Vergleichs-Portale	happycar.de	61,8%
Büromöbel-Shops	inwerk-bueroemobell.de	64,5%	Mittelfahrerzentralen	blablabar.de	61,1%
Cafés	Starbucks	64,0%	Möbel nach Maß	deinschrank.de	55,7%
Camping-Shops	camping-kaufhaus.com	65,6%	Möbelhändler	XXL Möbelhäuser	68,9%
Carport-Shops	easycarport.de	62,3%	Möbelhändler - Discount	POCO Einrichtungsmärkte	62,8%
Carsharing-Anbieter	book-n-drive	60,0%	Möbelhersteller	Musterring	66,3%
Cashbackportale	Shopo	66,8%	Möbel-Shops	yourhome.de	59,5%
Cloud Anbieter	Lucycloud	53,0%	Möbel-Discount	FDNIC	64,5%
Cluburlaub	Ria Clubhotels	64,9%	Mobilfunkläden	Vodafone Mobilfunkshops	63,0%
Computer/Zubehör-Shops	caseking.de	64,3%	Mobilfunk-Retailer	deinhandy.de	61,2%
Computer-Fachmärkte	PC-Spezialist	66,2%	Modellbau-Shops	smdv.de	55,1%
Contract-Caterer	apello catering	66,9%	Modeschmuckgeschäfte	Konjott	61,6%
Curated-Shopping	outfitry.de	63,9%	Motorrad-Shops	Polo	62,9%
Dachziegelhersteller	Bras	63,0%	Musik- und Instrumentenfachhändler	Session	63,9%
Delikatessen/Feinkost-Shops	solivino.de	60,4%	Musik-Shops	mymuesli.com	63,6%
Depotbanken	Smartbroker	59,0%	Nachhaltigkeitsbanken	GLS Bank	68,3%
Designmöbel-Shops	whos-perfect.de	59,5%	Nachhilfeanbieter	Studenkreis	65,4%
Design/Leasing	euroland.de	62,8%	Namensschilder-Shops	gutmärkte.de	64,0%
Digitale Finanzexperten	ZINSPLOT	66,4%	Natur- und Biomärkte	denis Biomarkt	62,1%
Digitale Versicherungsexperten	fairr.	65,4%	Naturkosmetik-Shops	bio-naturel.de	57,4%
Direktbanken	Bank of Scotland	71,1%	Naturmode und Umweltprodukte	waschbar.de/shop/	62,4%
Direktversicherer	CosmosDirekt	70,3%	Neuwareportale	neuwagen24.de	62,7%
Drogerien	Rossmann	70,5%	Non-Food Discount	TEU	64,8%
Druckereien	vistaprint.de	64,8%	Oberflächeninstandsetzung	ARTUR Oberflächen Instandsetzung	62,9%
Druckerhersteller	HP	63,8%	Optik	epirno	65,8%
Druckerzubehör-Shops	primdo.de	63,1%	Ökoproductanbieter	ecarro.de	66,9%
E-Bike-Verkäufer	hepster	64,9%	Online-Autokauf	cars24.de	57,5%
Edelmetall-Shops	shop.degussa-goldhandel.de	63,8%	Online-Diätprogramme/Ernährungscoaching	weighthatchers.com	64,4%
Einkaufszentren	Pausendorf Center Leipzig	63,9%	Online-Fitness-Studios	pur-life.net	62,8%
Eisdienste	COOP Shops (Ben & Jerry's)	62,0%	Online-Haushaltshilfe	bokalibet.com	57,4%
E-Learning-Anbieter	CosmosCOLLEGE	60,4%	Online-Küchenhandel	Küchle Quelle	65,8%
Elektronik-Fachmärkte	EP - ElectronicPartner	70,0%	Online-Lotto-Anbieter	lotto24.de	63,3%
Elektronik-Generatoren - online	ao.de	63,6%	Online-Optiker	ministerpex.de	63,7%
Elektrogeräte für Gesundheit	beurer	67,3%	Online-Parfümerien	notino.de	64,0%
Elektronikhersteller	Samsung	68,6%	Online-Reiseberatung	avocado	63,9%
Elektronikversandhändler	voelker.de	63,1%	Online-Reisebüros	opodo.de	67,2%
E-Mail-Anbieter	GMX	63,0%	Online-Reisebüros für Familienurlaub	familien-reisen.com	63,3%
Entsorgungsdienstleister	Veolia Umweltservice	63,6%	Online-Schuhhändler	schuh24.de	63,3%
Erlebnisse/Erlebnisse-Anbieter	mydays	59,6%	Online-Shops (Generalisten)	amazon.de	70,1%
E-Scooter-Verleiher	Tier	52,6%	Online-Shops von Sportartikelherstellern	nike.com	68,6%
Essens-Bestell-Plattformen	lieferando.de	62,0%	Online-Sprachkurse	rosensprache.de	61,3%
E-Zigaretten-Shops	besserdampfen.de	62,9%	Online-Textilreinigung	rheinwash.de	55,4%
Fachbuch-Shops	beck-shop.de	62,6%	Online-Yoga	perfectyoga.de	45,7%
Factory-Outlet-Center	Outletcity Metzgen	63,8%	OPNV-Betriebe	Leipzig Verkehrsbetriebe (LVB)	65,7%
Fahrradhändler	B.C.C.   Bikemax	69,2%	Optikerketten	Apoll Optik	72,9%
Fahrrad-Shops	bobshop.de	63,0%	Outdoor-Fachhändler	J.B.C. Wollsch	63,7%
Fanartikel	elbenwelt.de	61,4%	Outdoor-Shops	eddiebauer.de	64,1%
Fashion: Damen & Herrenmode - online	asos.de	58,9%	Paketdienste	DHL	67,0%
Fashion: Damen & Herrenmode - stationär	WITT WEIDEN	69,9%	Parfümerien	Parfümerie Pieper	69,9%
Fashion: Damenmode - online	qtrto.com	58,9%	Partnervermittlungen	parship.de	58,9%
Fashion: Damenmode - stationär	One	61,0%	Personaldienstleister	job24	61,5%
Fashion: Dessous - online	braboo.de	57,4%	Personalisierte Kleidung und Accessoires	shirtnator.de	61,5%
Fashion: Discount	NKD	66,4%	Pflanzenversender	ludwig-garten.de	64,3%
Fashion: Familienmode - online	aboutyou.de	65,4%	Pflegekräfte-Vermittler	balderhilfe24.de	65,8%
Fashion: Familienmode - stationär	Adler	64,3%	Pizza-Lieferservice	Freddy Fresh	66,0%
Fashion: Große Größen - online	himmer-grosse-groessen.de	65,8%	Pokals-Shops	helm-pokale.de	52,4%
Fashion: Hemden & Blusen - online	blenden.de	65,8%	Pokalspezialisten	Multipolster	64,7%
Fashion: Hemden & Blusen - stationär	OLYMP	69,9%	Pool-Fachhändler	Pool-Systems	63,0%
Fashion: Herrenmode - online	babista.de	62,7%	Premium-TV-Anbieter	Sky	64,8%
Fashion: Herrenmode - stationär	engber	70,3%	Premium-TV-Anbieter	Donner & Reuschel	69,0%
Fashion: Jeans Stores	Jeans Fritz	64,2%	Private Krankenversicherer	Barmenia	68,9%
Fashion: Modehäuser	AWG Modecenter	64,7%	Rabattportale	coupons.de	69,9%
Fashion: Streetwear - online	titus.de	59,6%	Richtschutzversicherer	ADVOCARD	69,9%
Fashion: Wäsche und Strümpfe - stationär	SCHIESER	66,9%	Reifen-Shops	reifen.com	65,3%
Fast Casual-Restaurants	MostlyMusch	63,9%	Reisebüros	airhours-Reisecenter	70,2%
Fast Food-Restaurants	Kentucky Fried Chicken	60,8%	Reise-Deal-Anbieter	reisedeals.com	57,2%
Fenster-/Türen-Shops	fenster24.de	65,3%	Reiseveranstalter	TUI	70,9%
Fensterhersteller	Velux	69,3%	Reiseversicherer	ARAG	65,5%
Fensterhersteller-Shops	rollomotion.de	62,5%	Reitsport-Shops	kawallo.de	63,6%
Ferienparks	Landal GreenParks	61,6%	Reiseveranstalter	Polystro	62,8%
Ferienwohnportale	ferienwohnungen.de	62,6%	Sanitätshäuser	Sanitätshaus Wittich	62,8%
Fertigarageanbieter	ZAPF Garagen	58,2%	Saunahersteller	KALFA	61,4%
Fertighausanbieter	KAMPA	65,5%	Schallergeschützte Hersteller	Gira	65,9%
Fertighausanbieter	Otto KNECHT	67,8%	Schallergeschützte Hersteller	Mitteldutsche Regiobahn (MRB)	61,4%
Filialbanken	comdirect	65,5%	Schmuckgeschäfte	Wempe	67,3%
Finanzvertriebe	Dr. Klein	65,5%	Schmuck-Shops	schmuck-krone.de	62,3%
Fitnessgeräte-Händler	Sport-Tiedje	66,4%	Schuhhändler (div. Markenlinien)	Görtz	65,2%
Fitness-Studios	Kieser Training	65,7%	Schuhhändler (Eigenmarke)	Tamaris	67,3%
Fleischversender	gourmetschick.de	61,6%	Shopschranzen.de	shop-schranzen.de	60,3%
Fliesenfachmärkte	Fliesen-Zentrum	62,1%	Self-Storage-Anbieter	Shurgard	60,3%
Fliessen-Shops	fliesenpark.de	60,4%	Shopping-Clubs	bestsecret.com	59,8%
Flugastricht-Portale	flightright.de	65,5%	Single-Börsen	lovecout24.de	58,5%
Fluggesellschaften	Condor Flugdienst	69,1%	Singlereisen-Anbieter	adamare-singlereisen.de	57,0%
Flughäfen (groß)	Frankfurt Airport	63,9%	Singlereisen-Anbieter	ajoincenter Bottrop	57,2%
Flughäfen (klein)	Flughafen Hannover	64,0%	Software-Shops	tinik.de	60,6%
Flugportale	airline-direct.de	57,1%	Solar-Shops	bilzhandel24.de	64,5%
Flugsuchmaschinen	swoodoo.com				