

SERVICE-CHAMPIONS 2020

TEIL 1: DIE BESTEN AUS 384 BRANCHEN

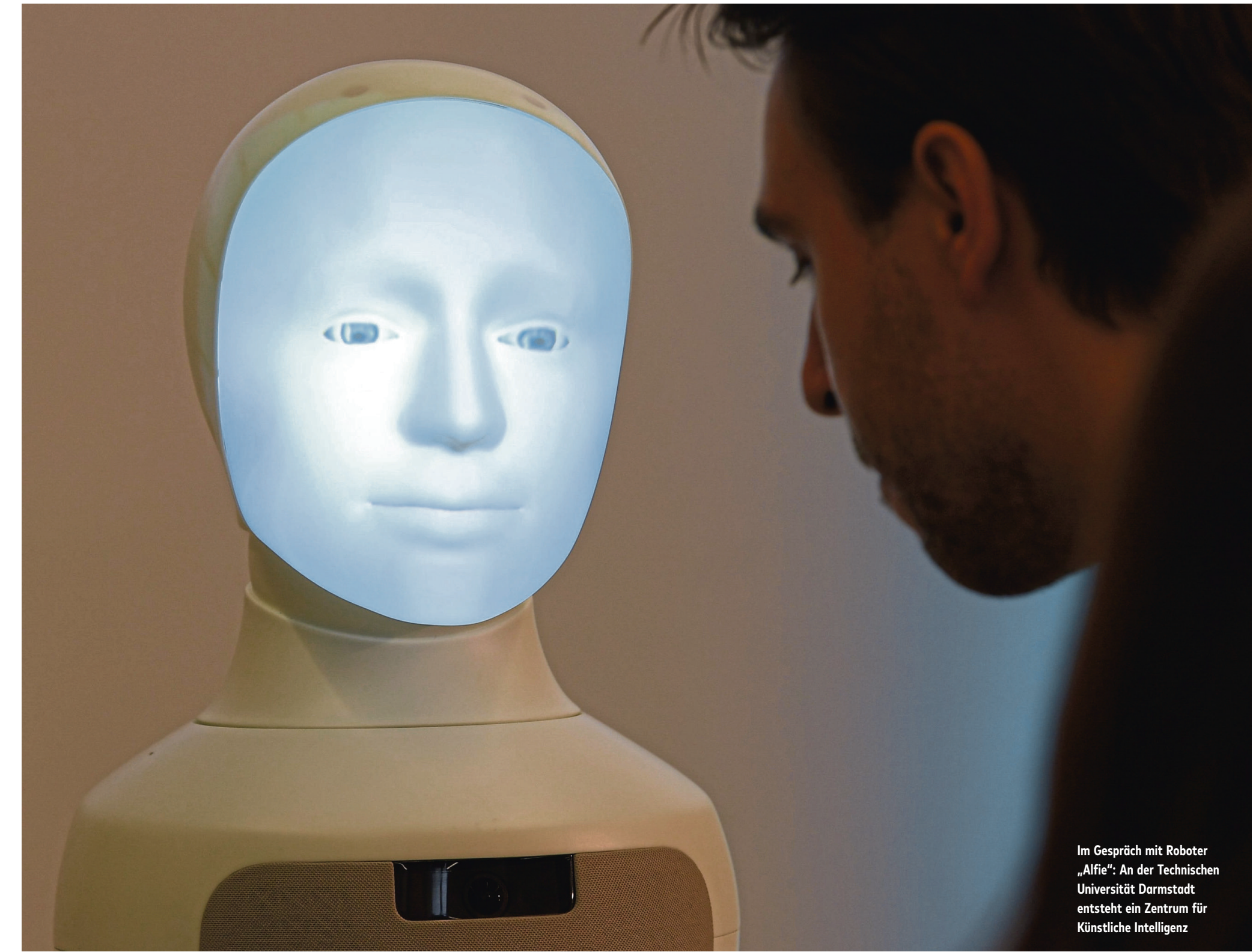
KUNDENSERVICE

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

DPA/ARNE DEDELT

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 rechnet, 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 bezahlen 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 Herzengüte, 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) erzielen 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. Interessierte 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**

SERVICE-CHAMPIONS 2020

TEIL 1: DIE BESTEN AUS 384 BRANCHEN

SERVICE-EXPERTE DR. CLAUS 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 routinierte 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.

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.

Freiwerdende 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 Erleben und die Konsequenz des Erlebten sind hier noch stärker. Und Loyalität sowie Weiterempfehlung bedürfen der konkreten Erlebnisse. Deshalb sollten die freiwerdenden 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 loszulegen. Dafür müssen auch Handlungsspielräume beim Arbeitgeber und Freiheitsgrade beim Service-Mitarbeiter vorliegen. Unternehmen,

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 Potenzial, sondern Mitarbeiter freisetzen, wenn die Digitalisierung greift.



Dr. Claus Dethloff, Geschäftsführer der ServiceValue GmbH und langjähriger Service-Fachmann

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-

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

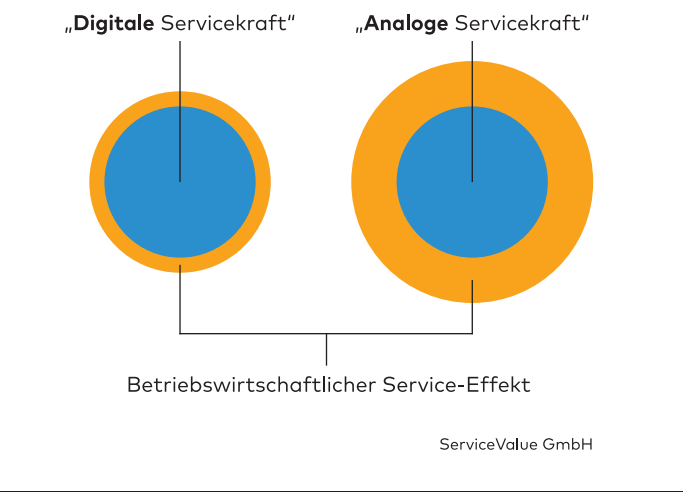
Könnten Sie uns ein Beispiel für eine gelungene Service-Zusatzleistung geben?
Aus unseren Untersuchungen wissen wir um die betriebswirtschaftlichen Service-Effekte in Branchen und bei Unternehmen. Die Service-Erfolgsmessung zeigt zum Beispiel im stationären Einzelhandel, dass eine gelungene ganzheitliche 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-Projekte 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.

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 Erleben hat gegenüber der Bildung eines Index aus einzelnen Aspekten den Vorteil, dass die Verteilung der Kundurteile nicht durch vorsätzliche Gewichtung verfälscht wird. Da der SES unabhängig von Branchen und Geschäftsmodellen ist, gewährleistet er eindeutige Vergleichbarkeit.

Branchen	Branchengewinner	SES Branchengewinner
American Diner	Miss Pepper	64,3%
Angel-Shops	angelshop-t-online-shop.de	59,0%
Ankaufdienste	myswop.de	64,0%
Apotheken-Kooperationen	LINDA Apotheke	77,7%
Arztbewertungsportale	jameda.de	63,7%
Audiokleber	teufel.de	59,9%
Aufkleber-Shops	aufkleber-drucken-lassen.de	59,2%
Augenlaser-Kliniken	CARE Vision	67,4%
Auto-Banken	Renault Bank (RCI Banque)	67,6%
Autobussen	autobus.de	59,9%
Autoglasreparatur	Carglass	72,9%
Autohändler	Scherer	65,2%
Autohersteller	First Stop	63,0%
Autoleasing-Portale	leasingmarkt.de	60,3%
Autoservice	Autoservice	69,6%
Autoteile-Shops	Kitzteile24.de	63,9%
Autovermietungen	Buchbinder	67,8%
Autowaschanlagen	Mr. Wash	71,5%
Baby- und Kleinkindausstatter - online	babymarkt.de	65,6%
Baby- und Kleinkindausstatter - stationär	babymalz.de	66,1%
Babysitter-Portale	betreut.de	59,6%
Bäckereiketten	Malzers Backstube	69,0%
Bäckereien - SB	Back-Factory	59,7%
Bad und Sanitär	Keuco	71,6%
Badausstatter	ELEMENTS	67,0%
Bad-Shops	megabad.com	61,6%
Barl-Shops	haustierkost.de	64,5%
Basket-/Kreativbedarf-Shops	haskross.de	62,3%
Baufinanzierer - Banken	DKB - Deutsche Kreditbank	69,4%
Baufinanzierer - Vermittler	Schwäbisch Hall Baufinanzierung	66,9%
Baumärkte	toom Baumarkt	64,3%
Baumaterialien-Shops	contourline.de	66,6%
Bausparkassen	Wüstenrot Bausparkasse	70,8%
Beauty-Shops	Rituals	64,5%
Berufsbildungs-Shops	engelbert-strauss.de	63,4%
Bezahlsysteme	Paypal	65,7%
Bilderrahmen-Shops	widersch-bilderrahmen.de	62,3%
Bio-Lebensmittel	shop.rapunzel.de	62,7%
Blumenabo-Anbieter	bloomandwild.de	59,7%
Blumenabo-Anbieter	gracelowerbox.de	56,0%
Blumenversender	floraprima.de	66,5%
Bodenbelag-Spezialisten	bodenbelag24.de	58,3%
Bonusysteme	Miles and More	60,4%
Briefzustelldienste	Deutsche Post	64,8%
Buchdrucker	Thalia	64,0%
Buchversender	Deutsche Buchhandlung.de	62,3%
Bundesligas	FC Bayern München	59,6%
Burger-Restaurants	Burgerista	68,0%
Büroartikelversender	primus.de	65,1%
Bürobedarf-Händler	Kauf-Bülingler	69,9%
Büromöbel-Shops	inwerk-bueroemebel.de	64,5%
Cafés	Starbucks	64,0%
Camping-Shops	camping-luckyha.com	65,6%
Carport-Shops	easycarport.de	60,0%
Carsharing-Anbieter	book-a-drive	60,0%
Cashbackportale	Shoop	65,8%
Cloud Anbieter	Luckycloud	58,6%
Clubbing-Shops	Riv Clubhotels	64,0%
Computer-/Zubehör-Shops	caseking.de	64,3%
Computer-Fachmärkte	PC-Spezialist	65,2%
Contract-Caterer	apetto catering	66,9%
Curated Shopping	outfitfactory.de	62,0%
Dachstuhlversender	Bras	64,0%
Delikatessen-/Feinkost-Shops	solivino.de	60,4%
Depotbanken	Smartbroker	59,0%
Designmöbel-Shops	whos-perfect	59,5%
Design- und Leasing	euroand.de	60,4%
Digitale Finanzexperten	ZINSPLOT	66,4%
Digitale Versicherungsexperten	fairr.	67,1%
Direktbanken	Bank of Scotland	71,1%
Direktversicherer	Cosmosdirekt	69,0%
Drogen	Rossmann	64,8%
Druckereien	vistaprint.de	74,8%
Druckerhersteller	HP	63,8%
Druckerzubehör-Shops	primdo.de	63,1%
E-Bike-Versicherer	hepster	65,1%
Edelmetall-Shops	shop.dugga-goldhandel.de	63,8%
Einkaufszentren	Pausendorf Center Leipzig	63,9%
Eisdielen	Scoop Shops (Ben & Jerry's)	62,0%
E-Mobilität-Anbieter	COMVAC COLLEGE	60,4%
Elektronik-Fachmärkte	EP- ElectronicPartner	70,3%
Elektro-Generatoren - online	ao.de	63,6%
Elektrogeräte für Gesundheit	beurer	67,3%
Elektronikhersteller	Samsung	66,6%
Elektronikversandhändler	vonder.de	63,1%
E-Mail-Anbieter	GMX	53,1%
Entsorgungsdienstleister	Veolia Umweltservice	63,6%
Erlebnisschenke-Anbieter	mydays	59,6%
E-Scout-Verleiher	E-Scout	52,6%
Essens-Bestell-Plattformen	lieferando.de	63,9%
E-Zigaretten-Shops	besserdampfen.de	62,9%
Fachbuch-Shops	beck-shop.de	62,6%
Fachbuchversender	Outletcity Metzinger	63,8%
Fahrradhändler	B.O.C. / Bikemax	69,2%
Fahrrad-Shops	bobshop.com	66,6%
Fanartikel	elbenwald.de	61,4%
Fashion: Damen & Herrenmode - online	assos.de	58,9%
Fashion: Damen & Herrenmode - stationär	WITT WEIDEN	69,9%
Fashion: Damenmode - online	qiero.com	58,9%
Fashion: Damenmode - stationär	Street One	64,7%
Fashion: Dessous - online	braboo.de	57,4%
Fashion: Discount	NKD	64,0%
Fashion: Familienmode - online	aboutyou.de	65,4%
Fashion: Familienmode - stationär	Adler	64,3%
Fashion: Große Größen - online	hirmir-grosse-groessen.de	65,3%
Fashion: Hemden & Blusen - online	hemden.de	65,8%
Fashion: Hemden & Blusen - stationär	OLYMP	69,9%
Fashion: Herrenmode - online	babista.de	62,7%
Fashion: Herrenmode - stationär	engbers	70,0%
Fashion: Jeans Stores	Jeans Fritz	64,2%
Fashion: Modelhäuser	AWG Modedcenter	64,7%
Fashion: Streetwear - online	SCHIESSER	59,6%
Fashion: Wäsche und Strümpfe - stationär	SCHIESSER	68,9%
Fast Casual Restaurants	MoschMosch	64,2%
Fast Food Restaurants	Kentucky Fried Chicken	65,3%
Fenster-/Türen-Shops	fenster24.de	65,3%
Fensterhersteller	Velux	69,3%
Fensterstichschutz-Shops	rollmoester.de	62,5%
Ferienparks	Landal GreenParks	61,6%
Ferienwohnungen	Ferienwohnungen.de	61,6%
Fertigaragendienstleister	ZAPF Garagen	58,2%
Fertighausanbieter	KAMPA	66,5%
Fertigkellernanbieter	Otto KNECHT	63,8%
Filialbanken	TARGOBANK	61,8%
Finanzverbtrie	Dt. Klein	65,5%
Fitnessgeräte-Händler	Sport-Tiedje	66,4%
Fitness-Studios	Kieser Training	65,7%
Fleischversender	gourmetfleisch.de	65,9%
Fliesenfachmärkte	Fliesen Zentrum	62,1%
Fliesen-Shops	fliesenpark.de	60,4%
Fluggastrech-Portale	flightright.de	65,5%
Fluggesellschaften	Condor Flugdienst	69,1%
Flughäfen (gro)	Frankfurt Airport	65,3%
Flughäfen (klein)	Flughafen Hannover	64,0%
Flugportale	airline-direct.de	57,1%
Flugzeugmaschinen	swoodoo.com	65,2%
Flusskreuzfahrten	1AVisa	65,6%
Fondsgesellschaften	DEKA Investments	64,3%
Fotodienste	pixium.de	66,9%
Fotogeschenke-Shops	de-personello.com	53,0%
Foto-Studios	StudioLine Photography	62,1%
Fotopetshops	fotopete.de	61,6%
Freizeitgastronomie	Sausalitos	66,6%
Freizeitparks	Europa-Park	65,2%
Freizeit-Ketten	TONIGU-GUY	62,5%
Full-Service-Gastronomie	Pizza Hut	62,4%
Fußball-Shops	11teamsports.de	63,1%
Garten- und Motorgerätehersteller	GARDENA	70,1%
Gartenartikel-Shops	butenas.de	65,6%
Gartencenter	Dehmer Gartencenter	64,4%
Gartenzaun-Shops	zaundirekt.de	55,3%
Gasversorger - bundesweit	123energie	65,0%
Gasversorger - regional	MITGAS (enviaM)	65,3%
Gemüse- und Obstversender	hansnobst.de	52,0%
Gemüsehändler	Oli & Vinegar	62,0%
Geschenkeideen-Shops	geschenke24.de	62,0%
Gesundheitsartikel-Shops	aktivshop.de	59,7%
Getränkelieferanten	flaschenpost.de	64,2%
Getränkemärkte	Getränke Hoffmann	61,1%
Gewürz-Shops	bremer-gewuerzhandel.de	63,6%
Golf-Shops	golfinfo.com	63,9%
Grillhersteller	Landmann	70,4%
Grill-Shops	santogrills.de	61,0%
Grüßkarten-Shops	myprintcard.de	60,7%
Gutscheinkauf-Anbieter	cityoftwo.com	58,5%
Haarkosmetik-Shops	zahaira.de	60,0%
Häufiglichversicherer	Allianz	70,7%
Handelsgastronomie	Segmiller Restaurants	65,3%
Handwerkerportale	wirsdandwerk.de	56,6%
Handy/Zubehör-Shops	handyzubehoer.de	58,8%
Handyreparaturdienste (unabh.)	Handyreparatur123.de	60,3%
Handyversicherungen	schutzbrieft24	64,4%
Hausautomation	Somfy	66,7%
Hausbootvermieter	KUHNLETOURS	65,4%
Hausgeräteservice	Bosch	71,8%
Haushalts- und Geschenkideen	Woolmark / cookmark	71,2%
Haushaltskleingerätehersteller	Kenwood	70,9%
Hausteknikhersteller	Stiebel Eltron	67,2%
Hausteknik-Shops	elektro-wandelt.de	59,2%
Heimleiterbedarf - online	zooplus.de	65,9%
Heimleiterbedarf - stationär	MEGA ZOO	63,0%
Heizvergleichsportale	heiz24.de	64,2%
Hersteller von Türen, Toren, Garagen	novofern	64,7%
Hifi-Shops	hifi-regler.de	59,5%
Hochhaus-Shops	hochhausyou.de	61,1%
Hörgeräteakustiker	KIND Hörgeräte	66,2%
Hotelbuchungsportale	agoda.de	66,9%
Hotelkooperationen	familotel	68,7%
Hotel-Preisvergleichsportale	hotel.check24.de	61,0%
Hotels - Budget	Motel One	64,0%
Hotels - Mittelklasse	InterCityHotel	68,8%
Hotels - Premium	Steigenberger Hotel	77,9%

Branchen	Branchengewinner	SES Branchengewinner
Hygieneartikel-Shops	Hygiene-shop.eu	63,4%
Immobilienmakler - regional	Tentscher Immobilien	68,6%
Immobilienmakler - überregional	Postbank Immobilien	67,9%
Infrastrukturausbauer	Armstrong	66,5%
Internet-Provider	I&I DSL	66,6%
Jagdi-Shops	frankonia.de	62,9%
Kaffee-Shops	roastmarket.de	57,9%
Kaffeevollautomatenhersteller	Meilita	68,8%
Kamera/Zubehör-Shops	totomeyer.de	63,5%
Kamerahersteller	Sony	68,9%
Kaminofehersteller	Haas + Sohn	63,0%
Kaufhaus/Warenhaus	Galeria Karstadt Kaufhof	63,1%
Kfz-Prüfstellen	Dekra	61,5%
Kfz-Versicherer	LVM Versicherung	68,0%
Kfz-Werkstattportale	faiggarage.de	60,8%
Kindermöbel-Shops	kidsworldv.de	61,2%
Kinderwagenhersteller	bonavi	63,4%
Kinoketten	Cinemaxx	61,1%
Kleinkinder	MediClin	61,7%
Kochböden-Versender	hellofresh.de	64,4%
Koffer/Reisegepäck-Shops	samsontite.de	63,8%
Kontaktilienversandhändler	lensbest.de	61,6%
Kosmetik-Shops	karneval-megastore.de	61,6%
Krankenkassen - regional	AOK Bayern	67,5%
Krankenkassen - überregional	BARMER	73,6%
Krankenzusatzversicherer	Hannoversche	68,9%
Krawatten-Shops	lacravate.com	56,3%
Kreditkartengesellschaften	Visa	65,2%
Kreditmarktplätze	lendico.de	61,6%
Kreuzfahrtanbieter	AIDA Cruises	74,5%
Kreuzfahrtportale	e-to.de	61,9%
Küchenfachmärkte	KüchenGo	70,9%
Kunstdruck-Shops	lumas.de	64,3%
Lampen-Shops	lampenwelt.de	65,9%
Laufsport-Shops	lauf-bar.de	54,8%
Lebensmittel-Discounter	ALDI Süd	63,8%
Lebensmittel-Einzelhändler	EDeka	66,9%
Lebensmittel-Heimservice	eismann	64,2%
Lebensmittelversender	shop.rewe.de	64,8%
Lebensversicherer	Allianz	68,4%
Lernplattformen	scsco.com	52,3%
Lohnsteuerhilfevereine	Lohnsteuerhilfe Bayern (loh)	59,7%
Markisen-/Jalousienhersteller	marklux	66,2%
Marktplätze Privatanbieter	ebay-kleinanzeigen.de	58,7%
Massivholzbauhersteller	ARGE-Haus	64,5%
Massivholzmöbel-Shops	allnatura.de	62,6%
Matratzen-Shops	Matratzen Concord	64,4%
Messen	Leipziger Messe	62,8%
Mietwagen	vinzenzmuir	60,5%
Mietwagen-Vergleichs-Portale	happygo.de	61,8%
Möbel nach Maß	blabla.de	61,1%
Möbelhändler	deinschrank.de	55,7%
Möbelhändler - Discount	XXL Möbelhäuser	68,9%
Möbelhersteller	POCO Einrichtungsmerkmale	62,8%
Möbel-Shops	Musterring	66,3%
Mobilfunk-Discounter	yourhome.de	59,5%
Mobilfunk-Retailer	FONIC	65,9%
Mobilfunk-Retailer	Vodafone Mobilfunkshops	63,0%
Modellbau-Shops	deinhandy.de	61,2%
Modeschmuckgeschäfte	smdv.de	55,1%
Motorschiffe	Knoppt	61,6%
Motorschiffe	Polo	64,0%
Musik- und Instrumentenfachhändler	Sesoon	63,0%
Musik-Shops	mymusic.com	63,6%
Nachhaltigkeitsbanken	GLS Bank	68,3%
Nachhilfeanbieter	Studienkreis	65,4%
Namensketten-Shops	gutmärkte.de	64,5%
Natur- und Biomärkte	dem's Biomarkt	62,1%
Naturkosmetik-Shops	nu-naturel.de	57,4%
Naturmode und Umweltprodukte	wachsbauer.de/shop/	62,4%
Neuwarengeschäfte	neuewaren24.de	62,7%
Non-Food-Discounter	TEDE	64,8%
Oberrheinischen Landstundezeitung	ARTUS Oberflächen Instandsetzung	62,9%
Ökogasanbieter	epromo	65,8%
Ökostromanbieter	epromo	66,9%
Online-Shops von Sportartikelherstellern	carsale24.de	57,5%
Online-Diätprogramme/Ernährungscoaching	weightwatchers.com	64,4%
Online-Fitness-Studios	pur-life.net	62,8%
Online-Haushaltshilfe	bookatiger.com	57,4%
Online-Küchenhandel	Küchen Quelle	62,7%
Online-Lotto-Anbieter	lottohelden.de	64,5%
Online-Optiker	minsterspez.de	63,7%
Online-Parfümerien	notino.de	64,0%
Online-Reisebüro	adamo.de	63,9%
Online-Reisebüros für Familienurlaub	apodoo.de	67,2%
Online-Reisebüros für Familienurlaub	familien-reisen.com	63,3%
Online-Schuhhändler	schuhe24.de	63,3%
Online-Shops (Generalisten)	amazon.de	70,1%
Online-Shops von Sportartikelherstellern	niko.com	68,3%
Online-Sprachkurse	rosetastone.de	61,3%
Online-Textilreinigung	rheinwash.de	55,4%
Online-Yoga	perfectyoga.de	45,7%
Optikhersteller	Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB)	65,3%
Optikerketten	Apollo Optik	72,0%
Outdoor-Fachhändler	Jack Wolfskin	68,7%
Outdoor-Shops	eddiebauer.de	64,1%
Paketdienste	DHL	67,0%
Parfümerien	Parfümerie Pieper	69,9%
Partnervermittlungen	parship.de	58,9%
Personalienversender	Job AG	65,7%
Personalisierte Kleidung und Accessoires	shirtriot.de	61,5%
Pflanzenversender	balduin-garten.de	64,3%
Pflegekräfte-Vermittler	lebenshilfe24.de	65,8%
Pizza-Lieferservice	Freddy Fresh	66,0%
Pokalm-Shops	helm-pokale.de	52,4%
Pokalmöbelspezialisten	MultiPodster	64,7%
Pool-Fachhändler	Pool-Systems	63,0%
Premium-TV-Anbieter	Sky	64,8%
Privatbanken	Donner & Reuschel	69,9%
Private Krankenversicherer	Barmenia	68,9%
Rabattportale	cosupost.de	60,0%
Rechtsschutzversicherer	ADVOCARD	