

DEUTSCHER CHAMPION

DEUTSCHER-CHAMPION.DE

Die Champions-Untersuchungen von WELT und ServiceValue sind eine gewachsene Institution in Deutschland. In Sachen Service, Produkt, Preis, Marke, Filiale und Digitalisierung küren sie jedes Jahr die besten Unternehmen aus Kundensicht. Zum vierten Mal geht aus den bis zu sechs Rankings die einzigartige Auszeichnung „Deutscher Champion“ hervor

Mit Ökostrom wurde eprimo zum Champion. Anders als bei fossilen Energieträgern sind Wind, aber auch Wasser, Sonne und Pflanzenrückstände unbegrenzt verfügbar



4. DEUTSCHE MULTI-CHAMPIONSHIPS UM EIN EXKLUSIVES GÜTESIEGEL

ALLESKÖNNER UND TAUSENDSASSAS, DIE AUS DER MENGE HERAUSSTECHEN

Die deutsche Wirtschaft ist so reich an einzigartigen Unternehmen wie die deutsche Sprache an schillernden Worten. Entgegen all seiner Kritiker beinhaltet das Deutsche nämlich eine Vielzahl klanglicher und semantischer Kleinode wie etwa „Habseligkeiten“, „Augenstern“ oder auch

„Tausendsassa“. All diese Worte fallen nicht nur durch harmonische Wortmelodien auf, sondern beschwören zudem auch anschauliche Bilder herauf. Der „Tausendsassa“ etwa lässt an einen Menschen denken, der mit tausendfachen Talenten ausgestattet ist und dadurch

schwungvoll die unterschiedlichsten Herausforderungen meistert. Dieser Beschreibung entsprechen auch einige Unternehmen, die in weit mehr als nur einer Hinsicht überzeugen.

Welche Unternehmen es sind, die sich in besonderem Maße dadurch auszeichnen, dass sie ihre Kundinnen und Kunden umfassend und mit einer breiten Palette angebotener Leistungen begeistern, hat die Rating- und Rankingagentur ServiceValue gemeinsam mit der WELT auch zum aktuellen Jahreswechsel wieder nach fest definierten, empirisch belastbaren Kriterien untersucht.

Berücksichtigt werden dabei die in 2021 durchgeführten Champions-Untersuchungen in den sechs unabhängig voneinander geprüften Teilbereichen Service, Produkt, Preis, Marke, Filiale und Digitalisierung. Für jeden dieser Teilbereiche wurde eine jeweils verschiedene, jedoch stets repräsentativ ausgesteuerte Anzahl von geschäftsfähigen Deutschen befragt:

Hat Unternehmen Xy Sie innerhalb der vergangenen Monate begeistern können? Aus dem Anteil der bejahenden Antworten ergab sich für jedes abgefragte Unternehmen ein prozentualer Messwert bzw. Score (siehe rechts „Verfahren und Methode“). Erreichte dieser eine bestimmte, eigens für jeden Teilbereich festgelegte Höhe, wurde das entsprechende Unternehmen im jeweiligen Ranking der sechs oben genannten Untersuchungen als Service-, Produkt-, Preis-, Marken-, Filiale- bzw. Digitalisierungs-Champion gelistet und ausgezeichnet.

Um nun als „Deutscher Champion“ gelten zu können, muss ein Unternehmen hohe Werte nicht nur in einem, sondern in mehreren Bereichen, die für die entsprechende Branche erhoben werden können, nachweisen und als Alleskönner die unterschiedlichen Qualitäten in sich vereinen. Ein optionales Managementaudit schafft Zusatzpunkte.

Der Titel „Deutscher Champion“ wird je Branche nur einmal vergeben. Gewinn-

Nur ein zufriedener Kunde ist ein treuer Kunde. Den gilt es zu begeistern.

ner innerhalb ihrer Branchen sind in diesem Jahr sowohl wiederholt ausgezeichnete Unternehmen wie, unter anderem, Autoservice-Anbieter A.T.U., Lebensmittel-Einzelhändler REWE, Möbelhändler Segmüller, toom BauMarkt, Bausparkasse Wüstenrot, Massivhausanbieter HELMA, Paketdienstleister DHL, Weiterbildungsanbieter ILS und als Lebensversicherer WWK, wie auch neu hinzugekommene Branchen Champions wie TARGOBANK (Filialbanken), Küchen Aktuell (Küchenfachmärkte) und CosmosDirekt. Letztgenanntes Unternehmen war bereits in der Vorjahresuntersuchung als „Deutscher Champion“ in der Branche der Direktversicherer ausgezeichnet, holt in diesem Jahr aber zusätzlich auch den Sieg als Haftpflichtversicherer. Diese und 36 weitere Champions beweisen ihre Vielseitigkeit und sind damit sozusagen die

SIEGER IN SECHS KATEGORIEN DEUTSCHE CHAMPIONS

Branche	Unternehmen
Dienstleister	
Auto-Banken	PSA-Bank (Peugeot, Citroën)
Autoservice	A.T.U.
Bausparkassen	Wüstenrot Bausparkasse
Direktbanken	ING
Direktversicherer	CosmosDirekt
Energieversorger - bundesweit	E.ON
Energieversorger - regional	enviaM / MITGAS
Filialbanken	TARGOBANK
Fondsgesellschaften	DEKA Investments
Haftpflichtversicherer	CosmosDirekt
Hotels - Budget	Motel One
Hotels - Mittelklasse	H-Hotels
Hotels - Premium	Maritim Hotels
Kfz-Versicherer	ADAC Versicherungen
Krankenkassen - regional	AOK Baden-Württemberg
Krankenkassen - überregional	VIACTIV Krankenkasse
Lebensversicherer	WWK
Mobilfunk-Discounter	FONIC
Nachhaltigkeitsbanken	Ethik-Bank
Nachhilfeanbieter	Schülerhilfe
Ökoenergie	eprimo
Paketdienste	DHL
Personaldienstleister	TEMPTON
Private Krankenversicherer	Debeka
Rechtsschutzversicherer	ADVOCARD
Telekommunikationsanbieter	Vodafone
Vergleichsportale	verivox.de
Versicherer - Exklusivvertrieb	HUK-COBURG
Versicherer - Multikanalvertrieb	Allianz
Webhosting-Anbieter	STRATO
Weiterbildungsanbieter	ILS (Institut für Lernsysteme)
Händler	
Bäckereiketten	Malzers Backstube
Baumärkte	toom BauMarkt
Elektro-Fachmärkte	MediaMarkt
Fahrradhändler	Fahrrad XXL
Küchenfachmärkte	Küchen Aktuell
Lebensmittel-Discounter	Lidl
Lebensmittel-Einzelhändler	REWE
Möbel-Discounter	POCO Einrichtungsmärkte
Möbelhändler (stationär)	Segmüller
Non-Food Discounter	Thomas Philipps
Optikerketten	Apollo Optik
Sport- und Freizeitgeschäfte	Decathlon
Verbrauchermärkte + SB Warenhäuser	Kaufland
Hersteller	
Elektronikhersteller	Samsung
Fertighausanbieter	SchwörerHaus
Haustechnikhersteller	Vallant
Türen, Tore und Garagen	Hörmann
Massivhausanbieter	HELMA

Tausendsassas ihrer jeweiligen Branchen: Experten nicht nur in ihren jeweiligen Geschäftsfeldern und bezüglich ihrer Produkte, sondern auch mit Preis- und Markenkommunikation, Service und stationären und/oder onlinebasierten Leistungen ihren Kundinnen und Kunden besonders zu-

gewandt. Dass sie somit einen Ehrenplatz als herausragende, ihre Kundschaft begeisternde Unternehmen verdienen, können die „Deutschen Champions 2022“ mittels des gleichnamigen Qualitätssiegels auch nach außen hin für eine breite Öffentlichkeit deutlich sichtbar machen.

AUSZEICHNUNG DEUTSCHER CHAMPION

VERFAHREN UND METHODE

Seit Dezember 2018 kürt die Analysegesellschaft ServiceValue in Kooperation mit WELT exklusiv den „Deutschen Champion“ unter in Deutschland tätigen Unternehmen. Die Auszeichnung basiert auf den Scores der jährlich einzeln durchgeführten Champions-Untersuchungen, aktuell sechs an der Zahl: Filial-Champions (SFS, Store Fascination Score), Produkt-Champions (PBS, Product Benefit Score), Preis-Champions (PSS, Price Structuring Score), Digital-Champions (DES, Digital Experience Score), Marken-Champions (BFS, Brand Fascination Score) und Service-Champions (SES, Service Experience Score), sowie der freiwilligen Service Potenzial Analyse (SPA) beim Management für die Mitgliedschaft im „Club der Besten“.

Unabhängige Kundenbefragungen

Grundlagen jeder Untersuchung sind unabhängige Befragungen zur Kundenbegeisterung (sowie im „Club der Besten“ ein Management-Audit). Die Kundenbefragungen finden ohne Mitwirkung und Einflussnahme der untersuchten Unternehmen statt. Die Durchführung einer SPA setzt einen im Vergleich zu allen untersuchten Unternehmen überdurchschnittlichen Score in mindestens einer der sechs Untersuchungen sowie eine kostenpflichtige Anmeldung und Mitwirkung voraus. Zur Ermittlung des Preisträgers „Deutscher Champion“ innerhalb einer Branche wird eine Meta-Analyse der Champions-Studien, die diese Branche mit aufführen, durchgeführt. Angewandt wird dann ein standardisiertes Auswertungsverfahren. Die Scores (auf einer Skala von 0-100) der jeweiligen Kundenbefragungen gehen, wenn sie breiter angelegt sind und sich auf das gesamte Unternehmen beziehen (wie bei Marke, Filiale und

Digitalisierung), mit einfacher Gewichtung in die Auswertung ein. Bei Vollsortimentern, Vollversicherern oder Multi-Dienstleistern gilt der Score für alle Branchen, denen sie dann zugeordnet worden sind. Doppelt gewichtet werden jene Scores, die sich auf einzelne Geschäftsfelder oder Teilbereiche eines Unternehmens beziehen (Produkt, Preis und Service). Der entsprechende Score ist also branchenspezifisch. Vollsortimenter, Vollversicherer oder Multi-Dienstleister haben demgemäß ebenso viele Scores, wie sie Branchen zugeordnet sind. Der Score einer SPA (ebenfalls auf einer Skala von 0-100) geht nur mit einfacher Gewichtung in die Auswertung ein. Denn das Management-Audit basiert auf einem mehrdimensionalen Ansatz, der – wie bei den einfach gewichteten Kundenbefragungen – ebenfalls breiter angelegt ist und sich eher auf das gesamte Unternehmen bezieht. Zudem ist dieser Score nur bei jenen Unternehmen vorhanden, die eine SPA haben durchführen lassen.

Pro Branche ein Champion

Der Titel „Deutscher Champion“ wird je Branche nur einmal vergeben. Die Auswahl der Branchen orientiert sich an den Branchenlisten, die in den zweifach gewichteten Champions-Kundenbefragungen (Produkt, Preis und Service) zu finden sind. Ist eine ausgewählte Branche nicht in allen Untersuchungen vertreten, so wird in ihr dennoch ein „Deutscher Champion“ gekürt, sofern zumindest drei der sechs kundenbezogenen Champions-Untersuchungen ihrer Meta-Analyse zugrunde liegen. Als grundsätzlich für die Auszeichnung qualifiziert gelten jene Unternehmen, die in allen kundenbezogenen Champions-Untersuchungen in der jeweiligen Branche einen Eigenwert aufweisen.

SERVICEVALUE

DIE EXPERTEN

ServiceValue ist eine auf das Beziehungsmanagement zwischen Unternehmen und Anspruchsstellern (Stakeholder) spezialisierte Analyse- und Beratungsgesellschaft. Sie misst und erklärt mit wissenschaftlich fundierten Methoden den Zusammenhang zwischen Kunde, Mitarbeiter oder Partner und Unternehmen und deckt betriebswirtschaftliche Effekte auf. Eine besondere Bedeutung kommt dabei der optimalen Gestaltung der Servicequalität in alle Richtungen zu. Die angeschlossene „Deutsche ServiceAkademie“ bündelt die Kernleistungen von ServiceValue und schafft über anwendungsbezogene Seminare

eine Informations- und Wissensvermittlung. Hier reicht das Spektrum von der empirischen Sozialforschung über Themen zur Personal- und Organisationsentwicklung bis hin zur strategischen Beratung. ServiceValue erstellt jährlich den „ServiceAtlas Deutschland“, der auf einer Vielzahl branchenspezifischer Studien basiert. Zudem werden in Kooperation mit renommierten Wissenschafts- und Medienpartnern verschiedene Wettbewerbe zur Kunden-, Mitarbeiter- und Partnerorientierung durchgeführt.



GETTY IMAGES/RAINUND LINKE