



# HÄNDLER DES JAHRES 2023

AUGUST 2023



IMWF INSTITUT

Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE





#

**MOTIVATION &  
METHODIK**

# HÄNDLER DES JAHRES 2023

## MOTIVATION



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

### Wodurch zeichnen sich herausragende Händler aus?

Händler stehen im Jahr 2023 besonderen Herausforderungen gegenüber. Personalmangel, Inflation und die Nachwirkungen der Corona-Pandemie sind hierbei nur einige der Schwierigkeiten, mit denen Händler zu kämpfen haben.

Um dennoch erfolgreich zu sein, müssen sich Händler vom Wettbewerb abheben und für ihre Kundschaft besonders attraktiv sein. Hierzu genügt es nicht nur in einem Gebiet zu glänzen. Händler müssen die Wünsche ihrer Kunden erfüllen, diese exzellent beraten und nachhaltig agieren. Eine gute Reputation kann hierbei helfen.

Die Studie „Händler des Jahres 2023“ zeichnet daher diejenigen Unternehmen aus, die in den Studien „Vorbildlich erfüllte Kundenwünsche 2023“, „Exzellente Kundenberatung 2023“, „Höchste Reputation 2023“ und „Deutschlands Beste - Nachhaltigkeit 2023“ besonders gut abgeschnitten haben.

# HÄNDLER DES JAHRES 2023

## MESSUNG DER PERFORMANCE

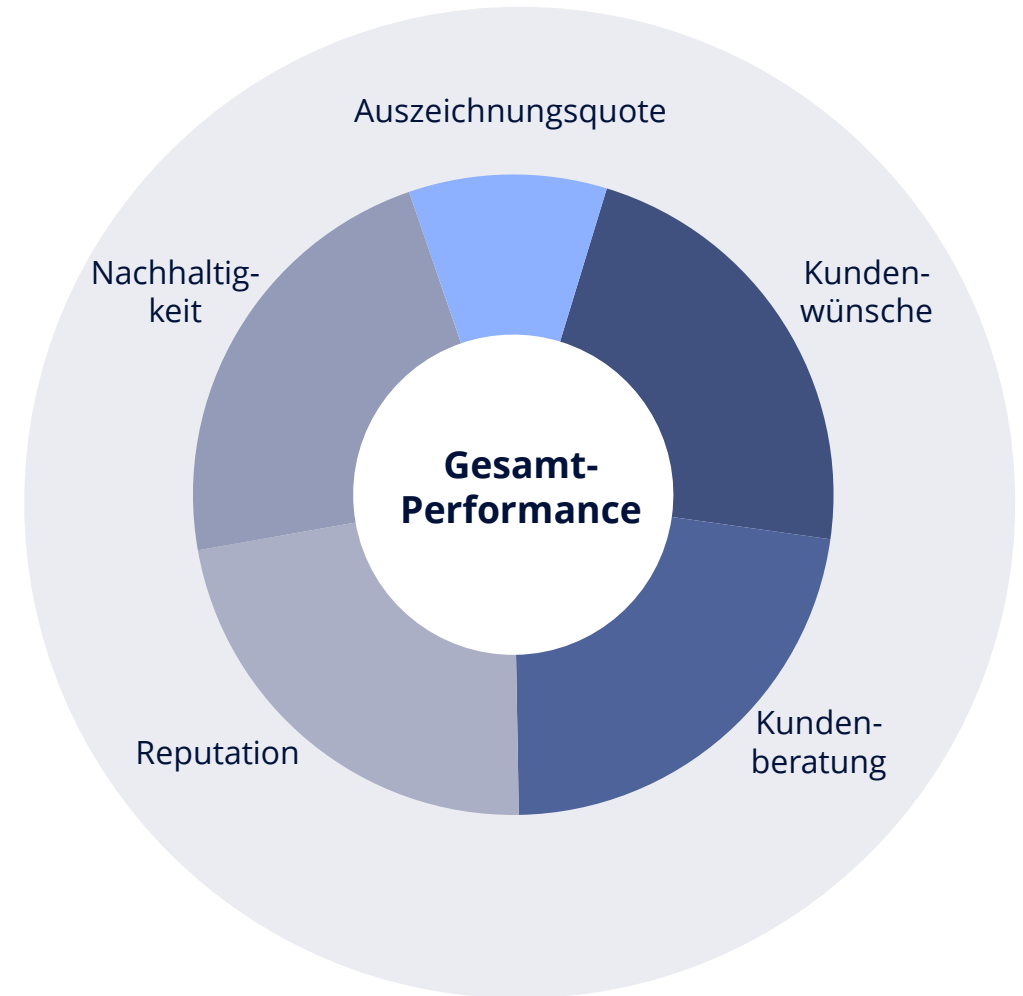


Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

### Wie werden Punktwerte ermittelt?

Die Studien „Vorbildlich erfüllte Kundenwünsche 2023“, „Exzellente Kundenberatung 2023“, „Höchste Reputation 2023“ und „Deutschlands Beste - Nachhaltigkeit 2023“ umfassen die Themenschwerpunkte Kundenwünsche, Beratung, Ansehen und Nachhaltigkeit. Die in den Studien erzielten Punktwerte und Auszeichnungen werden als Grundlage für die Studie „Händler des Jahres 2023“ herangezogen.

Die Punktwerte aus den vier Studien werden gemittelt und machen 90 % der Gesamtpunkte aus. Unternehmen, die wiederholt zu den Siegern gehörten, werden besonders belohnt. 10 % der Gesamtpunkte ergeben sich aus der Auszeichnungsquote, die sich aus der Anzahl der erreichten Siegel eines Händlers und der Gesamtzahl der zeitgleich ausgezeichneten Unternehmen ergibt.



# HÄNDLER DES JAHRES 2023

## METHODIK: DATENERHEBUNG SOCIAL LISTENING



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

Die Datenerhebung für das Social Listening erfolgte innerhalb der zu Grunde gelegten Studien zweistufig. Der erste Schritt ist das sog. Crawling:

1. Zuerst werden von unserem Partner pressrelations **sämtliche Texte, welche die Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst.** Das Quellenset umfasst dabei annähernd sämtliche Seiten bzw. Inhalte von Seiten, die folgende Bedingungen erfüllen:
  - a. Deutschsprachige Domains (.at- und .ch-Seiten werden ausgeschlossen)
  - b. Uneingeschränkter Zugang zum Inhalt der Seite
2. Nicht erfasst werden Seiten oder Inhalte, die sich z.B. hinter einer Bezahlschranke oder einem zugriffsgeschützten Bereich befinden.
3. Damit ist das Quellenset sehr umfangreich.

Nachrichten-Seiten 

Webseiten 

Foren 



 Blogs

 **Wichtige**  
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-Seiten**

 **Pressemitteilungen**

# HÄNDLER DES JAHRES 2023

## METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL LISTENING



Die zweite Stufe, das sog. Processing, greift auf die im Crawling gesammelten Daten zu und analysiert diese nach den Vorgaben des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes.

1. Der große Datentopf wird dazu von unserem Partner Skaylink mittels Verfahren der **Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze)** in Textfragmente aufgesplittet und anschließend in drei Stufen analysiert:
  - a. Welches Unternehmen wird erwähnt?
  - b. Welches Thema wird besprochen? (sog. Eventtyp)
  - c. Welche Tonalität weist das Textfragment auf?
2. Die Zuordnung der Erwähnungen zu den jeweiligen Eventtypen erfolgt mit Hilfe definierter Keywords, Text- und Satzkorpora, welche die Themengebiete breit abbilden und umfassen.
3. Auf der letzten Stufe werden die Erwähnungen mit einer Sentiment-Analyse bewertet und den Kategorien positiv, neutral oder negativ zugeordnet.



# HÄNDLER DES JAHRES 2023

## METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL LISTENING



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

Die im Processing verwendeten **neuronalen Netze** kategorisieren die gefundenen Textfragmente in einzelne Themengebiete. Diese werden „Eventtypen“ genannt und umfassen u.a. folgende Themen:

**Qualität:** Qualität, hochwertig, minderwertig, fehlerhaft, mangelhaft, wertvoll, wertlos, ungenügend

**Kundenzufriedenheit:** Kundenwertschätzung, Kundenerlebnisse, Kündigung, Reklamation, Beschwerdemanagement

**Weiterempfehlung:** Empfehlung, abraten/anraten/abbringen/ausreden, empfehlenswert/empfehlungswürdig

**Arbeitgeber:** Arbeitsplatzsicherheit, Arbeitsklima, Arbeitgeberattraktivität, Unternehmensphilosophie, Personalpolitik

**Management:** Leadership, Zukunftsorientierung, strategische Planung, Personen, Gremium

**Vertrauen:** Vertrauen, drauf verlassen, nicht daran glauben, kein Vertrauen entgegenbringen, damit rechnen, Gewissheit

**Service:** Kundendienst, Beratungshotline/Kundenberatung, Kundenhotline, Kundenwünsche

**Kundenberatung:** Beratungsgespräch, Beratungsqualität, Beratungskompetenz, Beratungsangebot

**Produkt & Service:** Qualität, Preis, Neuheiten, Anwenderfreundlichkeit, Dienstleistungen, Produktverbesserung

**Wirtschaftlichkeit:** Profitabilität, Risikomanagement, Wettbewerbsvorteile, Umsatz und Gewinn, Mergers & Acquisitions

**Nachhaltigkeit:** Soziale Verantwortung, ökologische Verantwortung, ökonomische Verantwortung

# HÄNDLER DES JAHRES 2023

## METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL LISTENING



### Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für die Studie „Händler des Jahres 2023“ konnten ca. **1.800 Händler berücksichtigt werden.**

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte werden für jede Studie, jedes Unternehmen und jeden Eventtyp folgende zwei Werte ermittelt:

- Tonalitätssaldo: Differenz aus positiven und negativen Nennungen geteilt durch die Gesamtzahl der Nennungen
- Reichweite: Anzahl der Gesamtnennungen im Verhältnis zum Mittelwert der Branche

Anschließend werden diese beiden Werte zu einem ersten Punktwert verrechnet.

Je reichweitenstärker ein Unternehmen ist, desto stärker wirkt sich die Tonalität aus, also ob die Kommunikation überwiegend positiv oder negativ gefärbt ist.

Die so gewichtete Punktzahl jedes Eventtyps wird anschließend in der Studie zu einer Gesamtpunktzahl für jedes Unternehmen zusammengefasst und für die gesamte Branche normiert. Das beste Unternehmen bildet mit 100 Punkten den Benchmark innerhalb der Studie und der Branche, die weiteren Wettbewerber werden anhand ihres Punktwerts abgetragen.



# HÄNDLER DES JAHRES 2023

## METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

### Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Händler des Jahres 2023**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Gesamtranking vergeben. Die Berechnung des Punktwertes erfolgt branchenspezifisch auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Der jeweilige Branchensieger erhält 100 Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen innerhalb der Branche. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Händler, die überdurchschnittlich gut in ihrer Branche performen.

Insgesamt werden etwa **220 Händler** ausgezeichnet.





#

**KONTAKT**

# ÜBER DAS IMWF

## STRATEGIC IMPACT THAT MAKES THE DIFFERENCE



Das IMWF liefert **Insights für die strategische und operative Steuerung** in Pressearbeit, Marketing und Risikomanagement. Weltweit. Hochverdichtet. Handlungsleitend für unsere Kunden.

Basis dafür ist die gesamte öffentliche Kommunikation zu Marken, Unternehmen und Institutionen auf 438 Millionen Webseiten weltweit. In 130 Sprachen. Allein in Deutschland analysiert das IMWF laufend die Kommunikation zu 27.000 Marken und Unternehmen sowie zu 4.000 politischen Akteuren. Täglich wertet das IMWF Millionen von Aussagen aus und nutzt dafür eigens entwickelte Instrumente der künstlichen Intelligenz. Damit gehört das IMWF zu den **führenden Anbietern von KI-basierten Inhaltsanalysen in Europa**.

Die millionenfache Kommunikation verdichtet das IMWF-Analyseteam zu strategischen und operativen Handlungsempfehlungen. Unser Anspruch ist die Verdichtung auf das Entscheidende. Und das extrem zeitnah, um die Reaktionsgeschwindigkeit unserer Kunden bestmöglich zu unterstützen.

# HÄNDLER DES JAHRES 2023

## KONTAKT

## HERAUSGEBER DER STUDIE

Die Studie „Händler des Jahres 2023“ wurde im Auftrag von Focus Money und Deutschland Test durch das IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung realisiert.



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE




Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

### ServiceValue GmbH

Vermarktungspartner

Dürener Straße 341  
50935 Köln

 +49 221 67 78 67 61

 +49 221 67 78 67 99

 a.goeschl@servicevalue.de

 [www.servicevalue.de](http://www.servicevalue.de)