

# HOHES KUNDENWOHL 2023

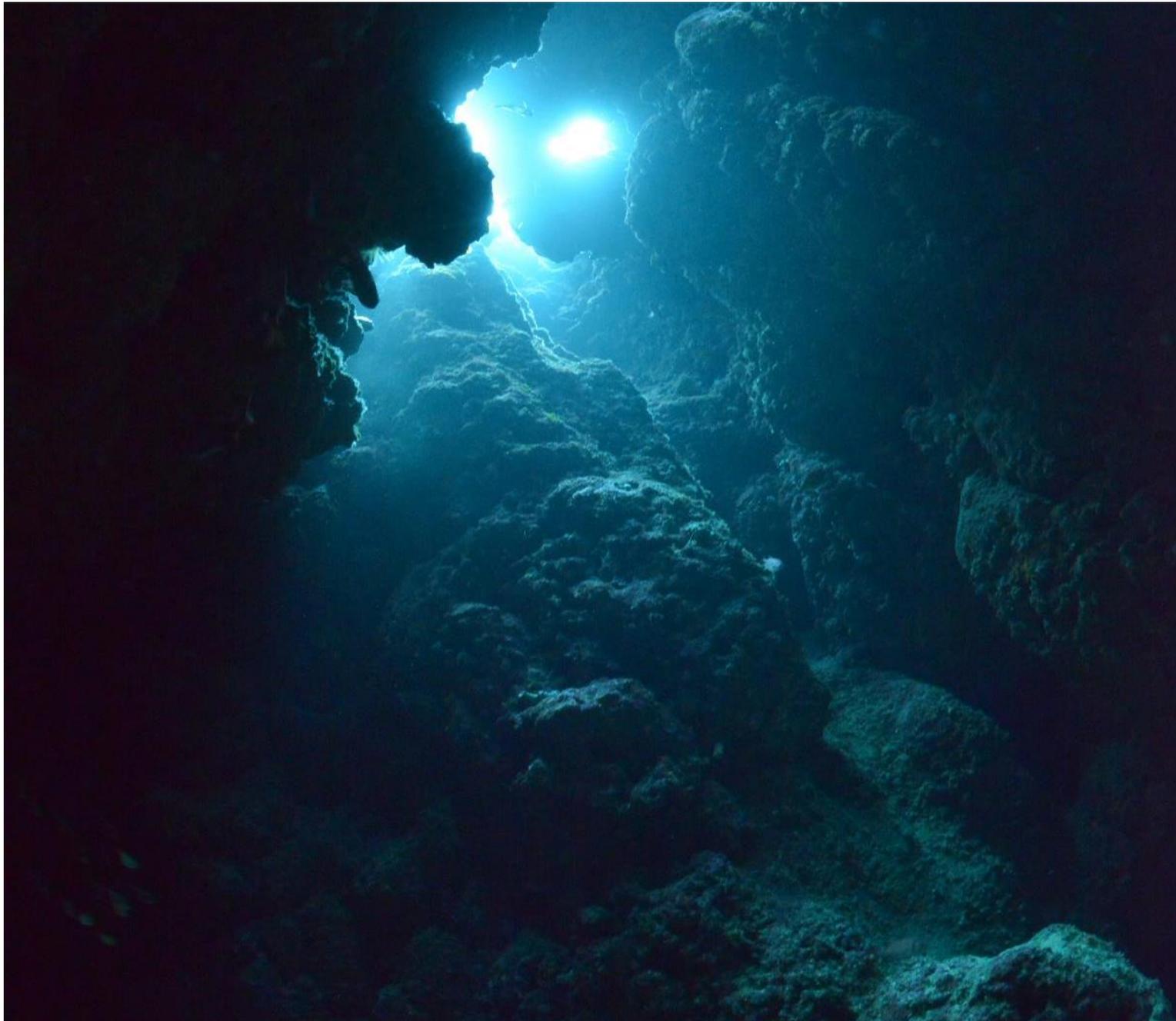
BERICHTSBAND ZUR STUDIE DES F.A.Z.-INSTITUTS



IMWF INSTITUT

Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE





#

**MOTIVATION  
& METHODIK**

# HOHES KUNDENWOHL 2023

## MOTIVATION



Ein hohes Kundenwohl ist sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich von großer Bedeutung. Kunden haben unabhängig davon, ob es sich um Unternehmen oder Endverbraucher handelt, ähnliche Erwartungen an die Unternehmen, mit denen sie Geschäfte tätigen.

Um ein hohes Kundenwohl zu erreichen und das Image der Unternehmen und ihrer Marken zu stärken, spielen verschiedene Kriterien eine wichtige Rolle:

- Eine gute Kundenberatung ist entscheidend, um Kundenbedürfnisse zu verstehen und maßgeschneiderte Lösungen anzubieten. Die Kundenberatung sollte professionell, freundlich und kompetent sein, um Kunden das Gefühl zu geben, gut betreut zu werden.
- Die Kundenzufriedenheit ist ein zentrales Element des Kundenwohls. Die Produkte und Dienstleistungen eines Unternehmens sollten den Erwartungen der Kunden entsprechen oder diese übertreffen.
- Die Weiterempfehlungsbereitschaft ist ein wichtiger Indikator für Kundenzufriedenheit und Vertrauen in eine Marke oder ein Unternehmen. Wenn Kunden mit einem Unternehmen und seinen Leistungen zufrieden sind, werden sie eher dazu neigen, es anderen zu empfehlen. Positive Empfehlungen können zu einer Steigerung des Kundenstamms und der Markenbekanntheit beitragen.
- Schließlich ist zu erwähnen, dass Kunden, sowohl Kunden aus dem B2B-Bereich als auch Kunden aus dem B2C-Bereich ein Bedürfnis nach Vertrauen und Anerkennung des Unternehmens oder der Marke haben.

Vor diesem Hintergrund analysiert die Studie „Hohes Kundenwohl 2023“ zu etwa 11.000 Unternehmen / Marken Aussagen in den Bereichen Kundenberatung, Kundenzufriedenheit, Weiterempfehlung und Bedürfnis. So wird das Thema breit und umfassend bewertet.

# HOHES KUNDENWOHL 2023

## METHODIK: DATENERHEBUNG SOCIAL LISTENING

Die Datenerhebung für das Social Listening erfolgt 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 

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 Skylink mittels Verfahren der **Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze)** in Textfragmente aufgesplittet und anschließend in drei Stufen analysiert:
  - a. Welches Unternehmen / welche Marke 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.



### EINSATZ NEURONALER NETZE

Die im Processing verwendete Künstliche Intelligenz kategorisiert die gefundenen Textfragmente in einzelne Themengebiete. Diese werden „Eventtypen“ genannt. Hierbei existiert ein Katalog vordefinierter Eventtypen, von denen die folgenden in dieser Studie verwendet wurden.

Die Darstellung auf der folgenden Folie veranschaulicht die Systematik unseres Modells.

### VERWENDETE EVENTTYPEN

Die Eventtypen beinhalten unter anderem folgende Themen:

**Kundenberatung:** Beratungsqualität, Beratungskompetenz, Kundendienst, Kundenbetreuung

**Kundenzufriedenheit:** Kundenerlebnisse, Kundewertschätzung, Service für Kunden

**Weiterempfehlung:** empfehlenswert, empfehlungswürdig

**Bedürfnis:** Stolz, Vertrauen, Spaß, Glück, Anerkennung, Qualitätserwartung

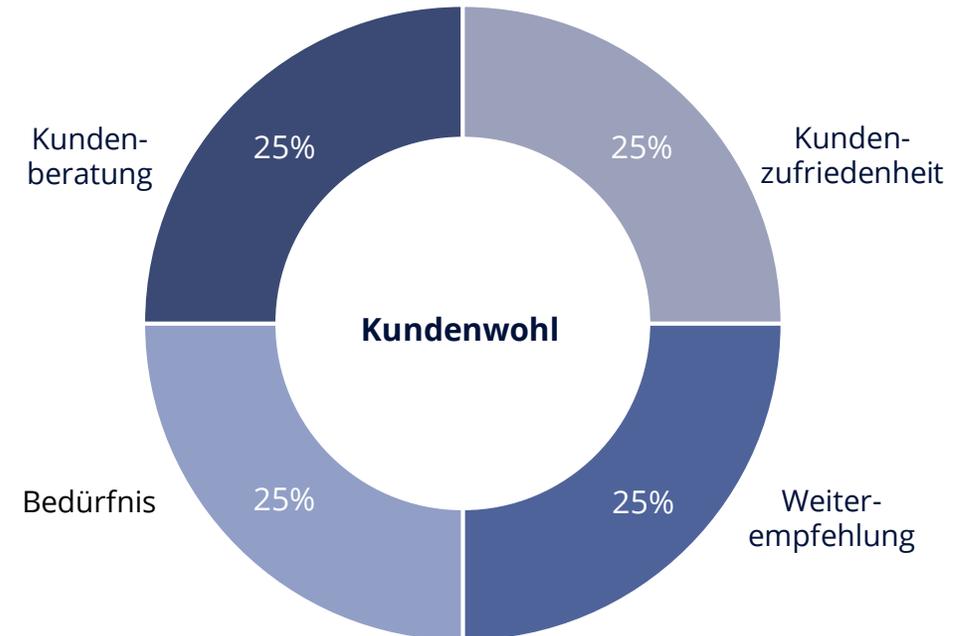
# HOHES KUNDENWOHL 2023

## METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

### Es genügt nicht, allein in einem Themenfeld zu glänzen.

Jede der betrachteten Dimensionen ist wichtig für die Messung der Performance eines Unternehmens / einer Marke.

Die Messung der Performance beruht zu jeweils 25 % auf der Bewertung der Eventtypen Kundenberatung, Kundenzufriedenheit, Weiterempfehlung und Bedürfnis.



# HOHES KUNDENWOHL 2023

## METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL LISTENING



Für diese Studie konnten rund **2,4 Millionen Nennungen** zu den etwa **11.000** Unternehmen / Marken innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Mai 2022** bis **30. April 2023** identifiziert und zugeordnet werden.

### Wie werden die Punktwerte für die Eventtypen ermittelt?

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte werden für jedes Unternehmen / jede Marke und jeden Themenbereich des Modells 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 Werte zu einem ersten Punktwert verrechnet. Je reichweitenstärker ein Unternehmen / eine Marke ist, desto stärker wirkt sich die Tonalität aus, also ob die Kommunikation überwiegend positiv oder negativ gefärbt ist.

Dieser so gewonnene Punktwert wird anschließend für die gesamte Branche normiert. Der Beste in seiner Branche erhält hierbei 100 Punkte und bildet hiermit den Vergleichswert für alle anderen Teilnehmer dieser Branche. Weniger als 0 Punkte können nicht erreicht werden.

# HOHES KUNDENWOHL 2023

## METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

### Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Hohes Kundenwohl 2023**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Branchengesamtranking 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 / Marken innerhalb der Branche. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen / Marken, die mindestens **60 Punkte** in der Gesamtwertung erreichen.

Insgesamt werden etwa **1.100 Unternehmen / Marken** ausgezeichnet.





#

**KONTAKT**

# ÜBER DAS F.A.Z.-INSTITUT

## INTELLIGENCE IN MARKETING AND COMMUNICATIONS

Das F.A.Z.-Institut ist ein Unternehmen der renommierten Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung. Als Dienstleister für Kommunikations- und Marketingentscheider steht es für relevante, glaubwürdige und hochwertige Informationen. Seit mittlerweile 30 Jahren zeichnet sich die Arbeit des F.A.Z.-Instituts durch fachliche Anerkennung, ein hohes Renommee und langjähriges Kundenvertrauen aus.

Unternehmen profitieren hierbei von:

- Marketing- und Kommunikationslösungen
- Studien zur Unternehmensreputation
- KI-gestützte Reputationsanalysen
- Netzwerken, Events und Magazinen
- Zertififikatsstudien



# 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.

Die Erstellung umfangreicher Zertifikatsstudien wurde von der International School of Management ISM **geprüft und zertifiziert**.



# HOHES KUNDENWOHL 2023

## KONTAKT

### Herausgeber der Studie

#### **F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH**

Pariser Straße 1  
60486 Frankfurt am Main

Fon: +49 69 75 91 11 33  
Fax: +49 69 75 91 80 11 33

E-Mail: [info@faz-institut.de](mailto:info@faz-institut.de)

[www.faz-institut.de](http://www.faz-institut.de)

### Wissenschaftspartner

#### **IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung GmbH**

### Vermarktungspartner

#### **ServiceValue GmbH**

Dürener Straße 341  
50935 Köln

Fon: +49 221 67 78 67 61  
Fax: +49 221 67 78 67 99

[a.goeschl@servicevalue.de](mailto:a.goeschl@servicevalue.de)

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