

HÖCHSTE QUALITÄT 2023

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



IMWF INSTITUT

Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE





#

**MOTIVATION
& METHODIK**

HÖCHSTE QUALITÄT 2023

MOTIVATION



Welche Unternehmen bieten ihren Kundinnen und Kunden hohe Qualitätsstandards?

Die Qualität von Produkten und Dienstleistungen prägt maßgeblich das Image eines Unternehmens und ist somit ein wichtiger Erfolgsfaktor. In einem hart umkämpften Markt, in dem Produkte und Dienstleistungen leicht durch die der Wettbewerber austauschbar sind, beeinflusst die Qualitätswahrnehmung der Kundinnen und Kunden die Entscheidung für oder gegen einen Anbieter.

Produkt- und Dienstleistungsqualität, einschließlich der Serviceaspekte wie Erreichbarkeit, fachliche Kompetenz sowie eine unkomplizierte und zügige Bearbeitung von Reklamationen, erhalten daher in vielen Unternehmen eine herausragende Stellung. Gelangt man hierbei bei den Kunden zu einer positiven Wahrnehmung und Bewertung, kann sich dies auch in einer gesteigerten Zahlungsbereitschaft widerspiegeln.

Vor diesem Hintergrund analysiert die Studie „Höchste Qualität 2023“ die Daten eines Social Listening. Zudem wurden die Daten einer umfangreichen und strukturierten Online-Befragung ausgewertet.

Hierdurch werden diejenigen Unternehmen ausgezeichnet, die „Höchste Qualität“ vorweisen.

HÖCHSTE QUALITÄT 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

mehrere
100 Mio.
Online-Quellen

 **Wichtige**
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**
Seiten

 **Presse-**
mitteilungen

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 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:

Qualität: hochwertig, minderwertig, fehlerhaft, mangelhaft, ausgezeichnet, exzellent, hervorragend

Produkt & Service: Preis, Produktneuheiten, Funktionalität, Anwenderfreundlichkeit

Kundenzufriedenheit: Kundenerlebnisse, Beschwerdemanagement, Kunden-zufriedenheit, Service für Kunden

Innovation: Lean Startup, Predictive Analytics, Agile Methoden, disruptive Technologie, Produkterneuerung

Ökologische Nachhaltigkeit: Umgang mit natürlichen Ressourcen, Erhalt der biologischen Vielfalt, Effizienz der Energie- und Rohstoffnutzung,

Weiterempfehlung: abraten, anraten, abbringen, ausreden, empfehlenswert, empfehlungswürdig

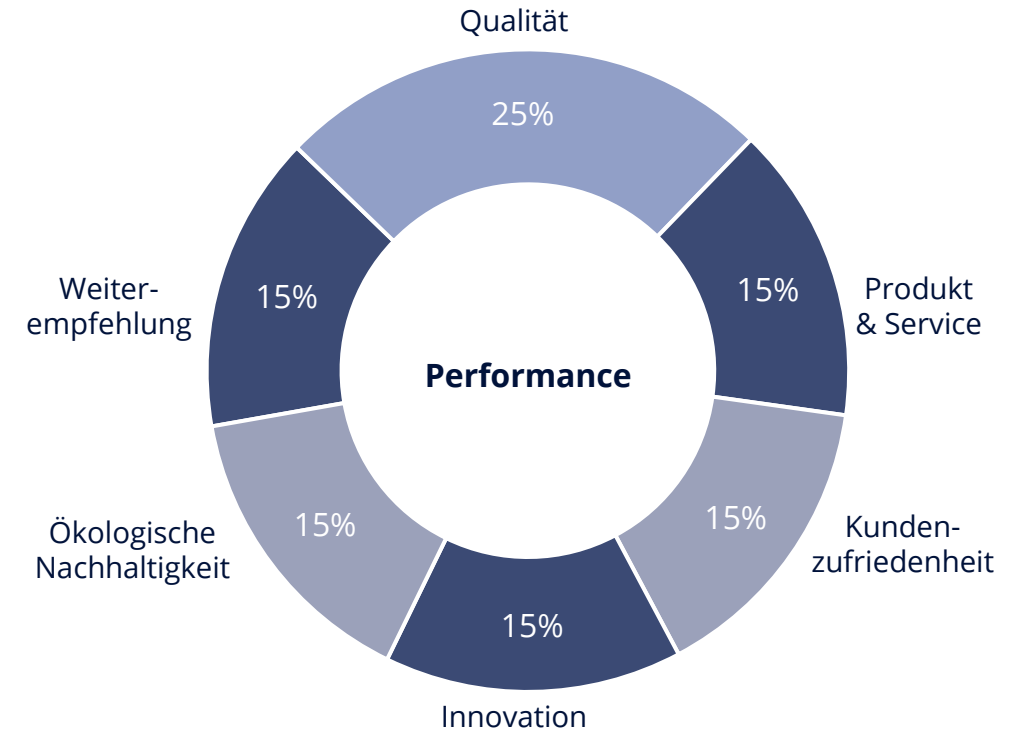
HÖCHSTE QUALITÄT 2023

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 25 % auf dem Eventtyp Qualität und zu je 15 % auf der Bewertung der Eventtypen Produkt & Service, Kundenzufriedenheit, Innovation, ökologische Nachhaltigkeit sowie Weiterempfehlung.



Für diese Studie konnten rund **7,4 Millionen Nennungen** zu den etwa **15.000** Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **16. September 2022** bis **15. September 2023** identifiziert und zugeordnet werden.

Wie werden die Punktwerte für die Eventtypen ermittelt?

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte werden für jedes Unternehmen 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 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. Das beste Unternehmen erhält hierbei 100 Punkte und bildet hiermit den Vergleichswert für alle anderen Unternehmen dieser Branche. Weniger als 0 Punkte können nicht erreicht werden.

HÖCHSTE QUALITÄT 2023

METHODIK: DATENERHEBUNG FRAGEBOGEN

Wie erfolgt die Auswertung des Fragebogens?

Die maximal zu erreichenden Punktzahlen beim Fragebogen sind wie folgt:

Themenbereich	Maximale Punktzahl
Qualitätsmerkmale	40
Umgang mit Reklamationen	30
Qualitätskontrollen	55
Häufigkeit	15
Methoden	35

HÖCHSTE QUALITÄT 2023

METHODIK: DATENERHEBUNG FRAGEBOGEN



Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE

Themenbereich	Maximale Punktzahl
Erreichbarkeit des Services	50
Kommunikationskanäle	35
Servicezeiten	15
Servicebearbeitung	80
Reaktionszeiten	30
Bearbeitungszeiten	30
Auslagerung von Dienstleistungen	20

HÖCHSTE QUALITÄT 2023

METHODIK: DATENERHEBUNG FRAGEBOGEN



Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE

Themenbereich	Maximale Punktzahl
Anliegen	35
Anliegen lösen	10
Befugnisse	25
Messung der Servicequalität	55
Maßnahmen	30
Kennzahlen	25

HÖCHSTE QUALITÄT 2023

METHODIK: DATENERHEBUNG FRAGEBOGEN



Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE

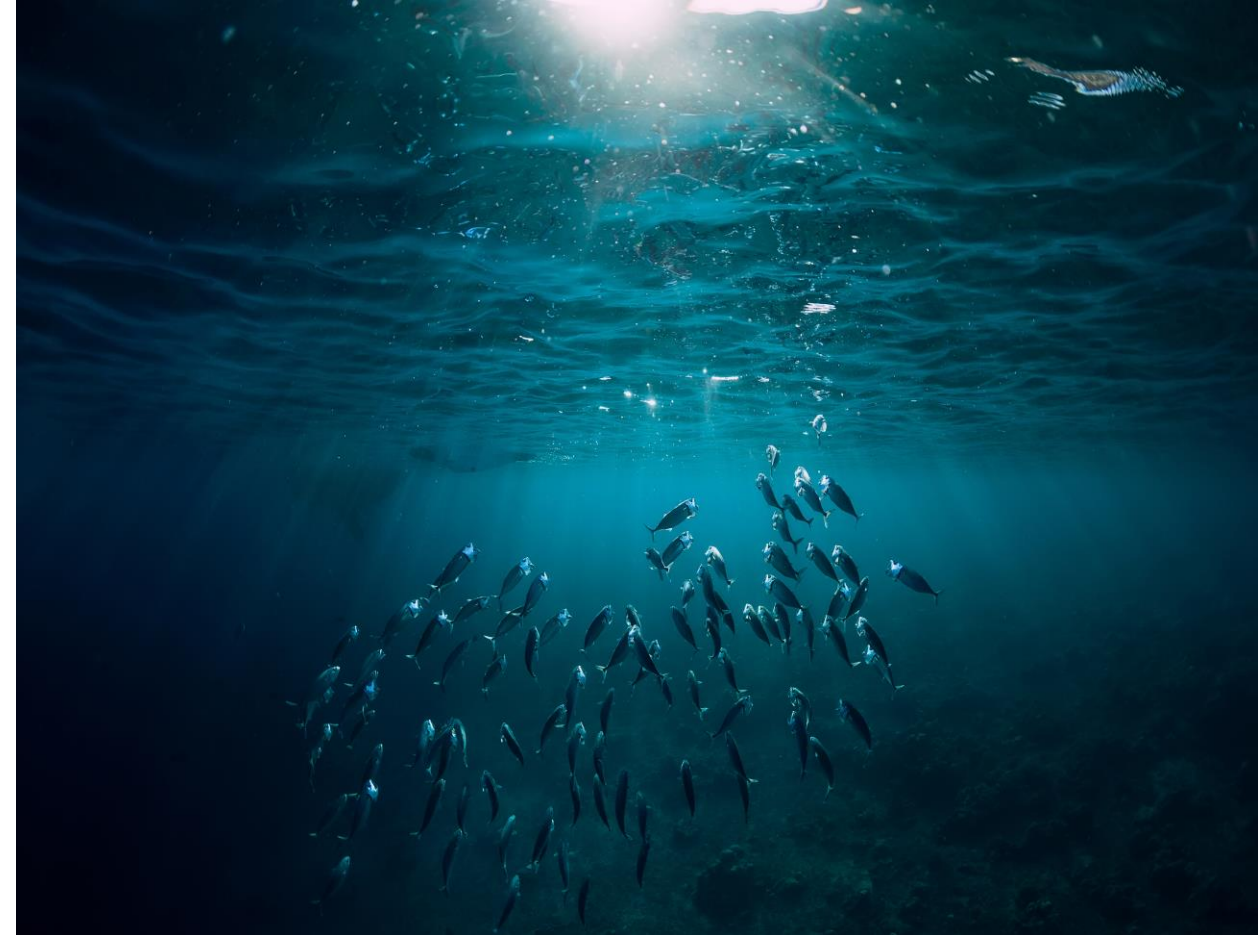
Themenbereich	Maximale Punktzahl
Qualitätszertifikate	20
Qualitätsmanagement	20
Verantwortliche für das Qualitätsmanagement	10
Ebene des Qualitätsmanagements	10
Qualitätssteigerung	50
Methoden der Qualitätsplanung	25
Methoden zur Qualitätsverbesserung	25
Erreichbare Gesamtpunktzahl	435

HÖCHSTE QUALITÄT 2023

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG FRAGEBOGEN

Wie werden die Punktwerte für den Fragebogen ermittelt?

Für jedes der untersuchten Unternehmen wird anhand der einzelnen Themenblöcke die Gesamtpunktzahl durch Addition der Einzelpunktzahlen pro Frage ermittelt. Diese Gesamtpunktzahl wird anschließend normiert. Hierbei bildet wie beim Social Listening das beste Unternehmen mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden anhand ihres Punktwerts abgetragen.



HÖCHSTE QUALITÄT 2023

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Höchste Qualität 2023**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Branchengesamtranking vergeben.

Zunächst werden die normierten Punktzahlen des Social Listenings und des Fragebogens zu einem gewichteten Mittel verrechnet und erneut auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten normiert. Der jeweilige Branchensieger erhält 100 Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen innerhalb der Branche. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen, die mindestens **60 Punkte** in der Gesamtwertung erreichen.

Insgesamt werden gut **1.000 Unternehmen** 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 eigensentwickelte 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.

HÖCHSTE QUALITÄT 2023

KONTAKT



Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE

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

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

E-Mail: a.goeschl@servicevalue.de

www.servicevalue.de