

HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

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



INHALT

MOTIVATION
& METHODIK

KONTAKT



#

**MOTIVATION
& METHODIK**

HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

MOTIVATION

Täglich machen Konsumenten neue Erfahrungen mit Unternehmen und ihren Produkten. Läuft das Online-Banking reibungslos? Ist das Auto zuverlässig und wartungsarm? Reguliert der Versicherer entstandene Schäden wie erwartet? Hält die Waschmaschine auch über die Garantiezeit hinaus oder ist eine Beschwerde beim Hersteller angebracht?

Je besser es Anbietern gelingt, Kundenerwartungen zu erfüllen oder gar zu übertreffen, desto zufriedener sind ihre Kunden. Im Umkehrschluss führen nicht erfüllte Kundenwünsche zu Beschwerdeverhalten und wirken sich negativ auf die Weiterempfehlungsbereitschaft aus. Gerade letzteres ist aber ein wichtiges und gleichzeitig nicht unmittelbar mit Kosten verbundenes Mittel zur Generierung neuer Kunden. Dementsprechend wichtig ist es für Unternehmen, die Zufriedenheit ihrer Kunden sicherzustellen.

Zufriedenheit misst sich hierbei jedoch nicht nur in möglichst positiver Kommunikation über die jeweiligen Unternehmen, sondern zeigt sich auch in der Abwesenheit von Beschwerden. Seit der massenhaften Verbreitung des Internets sind derartige Informationen sehr gut zugänglich.

Vor diesem Hintergrund untersucht die vorliegende Studie rund 7800 Unternehmen und Marken mittels eines Social Listening und ermittelt die „Herausragende Kundenzufriedenheit 2024“.

HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

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

 **Presse-**
mitteilungen

HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

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.



HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL LISTENING

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 einer in dieser Studie verwendet wurde.

VERWENDETER EVENTTYP

Die vorliegende Studie konzentriert sich auf den Eventtyp **Kundenzufriedenheit**. Dieser beinhaltet unter anderem folgende Themen:

- Kundenwertschätzung
- Kundenerlebnisse
- Kündigung
- Reklamation/Umtausch
- Beschwerdemanagement
- Kundenzufriedenheit
- Qualität und Sicherheit für Kunden
- Service für Kunden

HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG

WIE WIRD HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT GEMESSEN?

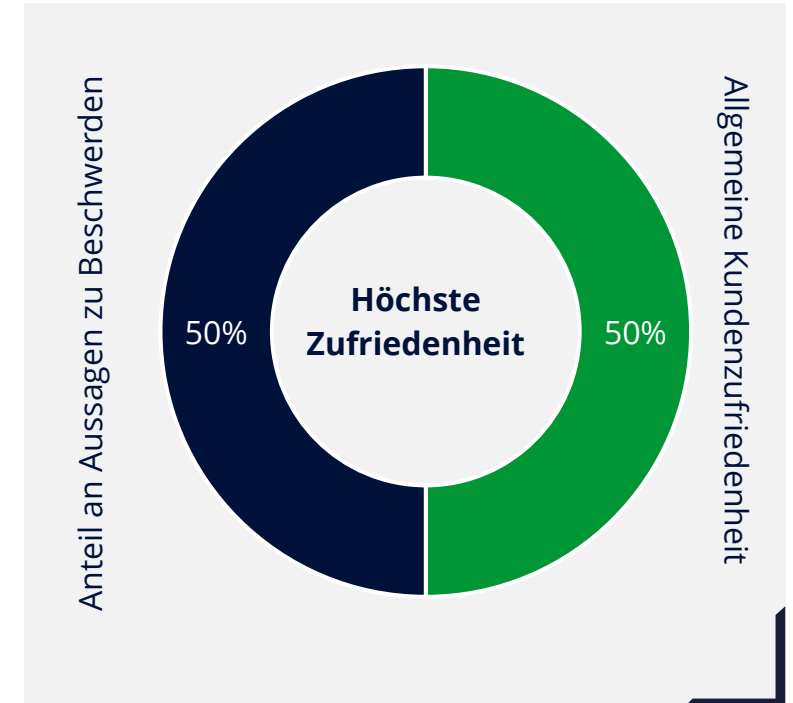
Die „Herausragende Kundenzufriedenheit“ setzt sich aus zwei Faktoren zusammen:

1. Beschwerdebezogene Kommunikation.
2. Eine möglichst positive und möglichst breit angelegte allgemeine Kommunikation zur Kundenzufriedenheit.

Beide Faktoren werden mittels eines Social Listening untersucht:

Die beschwerdebezogene Kommunikation wird durch einen möglichst geringen Anteil beschwerderelevanter Aussagen an der gesamten Kommunikation quantifiziert.

Zur Ermittlung der allgemeinen Kundenzufriedenheit siehe die folgende Folie.



HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG

Für diese Studie konnten Nennungen zu etwa **7.800** Unternehmen und Produktmarken innerhalb des Untersuchungszeitraums vom 01.04.2022 bis 31.03.2024 identifiziert und zugeordnet werden.

Wie werden die Punktwerte für die allgemeine Kundenzufriedenheit ermittelt?

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte werden für jedes Unternehmen im Themenbereich „allgemeine Kundenzufriedenheit“ des Modells folgende zwei Werte ermittelt:

- Tonalitätssaldo: Differenz aus positiven und negativen Nennungen geteilt durch die Gesamtzahl der Nennungen
- Reichweite: Differenz von positiven und negativen Fragmenten je Eventtyp, die gewichtet und zu einem Gesamtreichweitenwert verrechnet werden

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.

HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Herausragende Kundenzufriedenheit**“ 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 Unternehmen, die überdurchschnittlich viele Punkte erreichen.





#

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.

HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

ZERTIFIKATNUTZUNG

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 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