

# TOP KUNDENBEWERTUNG 2024 PRODUKT - PREIS - SERVICE

BERICHTSBAND ZUR STUDIE DES SZ-INSTITUTS



IMWF INSTITUT

Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE





#

**MOTIVATION  
& METHODIK**

# TOP KUNDENBEWERTUNG 2024

## MOTIVATION

Kundenbewertungen haben nach wie vor eine immense Bedeutung für den Erfolg einer Marke. Sie sind nicht nur ein Spiegelbild der Zufriedenheit der Kunden, sondern dienen auch als Vertrauenssignal für potenzielle Käufer. Positive Bewertungen stärken das Vertrauen, während negative Bewertungen potenzielle Kundinnen und Kunden eher dazu veranlassen, sich für einen anderen Anbieter zu entscheiden. Für Anbieter ist es also entscheidend die Kundenzufriedenheit in den Vordergrund zu stellen.

Die Bewertungen von Produkten und Dienstleistungen bieten wertvolle Einblicke in deren tatsächlichen Nutzen und Qualität. Sie helfen Kundinnen und Kunden dabei, fundierte Entscheidungen zu treffen und stärken gleichzeitig das Vertrauen in die Marke. Um die Kundenbewertungen vollumfänglich zu untersuchen, ist es nicht ausreichend nur das angebotene Produkt bzw. die angebotene Dienstleistung zu betrachten. Ein positives Preis-Leistungs-Verhältnis ist ebenfalls entscheidend. Kundinnen und Kunden erwarten nicht nur Qualität, sondern auch einen fairen Preis für das Gebotene. Anbieter, die hier überzeugen, ernten oft die besten Bewertungen und schaffen langfristige Bindungen. Zudem sind Weiterempfehlungen ein wichtiger Indikator für den Erfolg einer Marke. Kundinnen und Kunden, die ihre positiven Erfahrungen teilen, tragen maßgeblich zum Wachstum und zur Bekanntheit bei.

Insgesamt sind Top Kundenbewertungen ein unverzichtbarer Bestandteil einer erfolgreichen Markenstrategie. Sie beeinflussen das Vertrauen der Kundschaft, die Glaubwürdigkeit der Marke und letztendlich den Umsatz.

**Vor diesem Hintergrund analysiert die Studie „Top Kundenbewertung 2024“ zu etwa 12.000 Marken Aussagen in den Bereichen Produkt & Service, Preis-Leistungs-Verhältnis, Qualität und Weiterempfehlung.**

# TOP KUNDENBEWERTUNG 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.



# TOP KUNDENBEWERTUNG 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. 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.



# TOP KUNDENBEWERTUNG 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 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:

**Produkt und Service:** Produktneuheiten, Funktionalität, Produktverbesserung, Dienstleistungen / Service

**Preis-Leistungs-Verhältnis:** preiswert, günstig, überzeugender Preis

**Qualität:** qualitativ, hochwertig, ausgezeichnet, exzellent

**Weiterempfehlung:** Weiterempfehlen, anraten, abraten  
Empfehlung/empfohlen von , empfehlenswert

# TOP KUNDENBEWERTUNG 2024

## METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

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

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

Die Messung der Performance beruht zu jeweils 20 % auf der Bewertung der Eventtypen Produkt & Service, Preis-Leistungs-Verhältnis, Qualität und zu 40% auf dem Eventtyp Weiterempfehlung.



# TOP KUNDENBEWERTUNG 2024

## METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL LISTENING

Für diese Studie konnten ca. **12 Millionen Nennungen** zu den etwa **12.000** Marken innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. April 2022** bis **31. März 2024** identifiziert und zugeordnet werden.

Zur Berechnung der Punktwerte werden für jede Marke jeweils die Tonalität und die Reichweite berücksichtigt.

Dies erfolgt durch die Ermittlung der Tonalitätssaldi je Eventtyp, die anschließend gewichtet zu einem Gesamtonalitätswert verrechnet werden.

Die Reichweite geht ein durch die Berechnung der Differenz von positiven und negativen Fragmenten je Eventtyp. Diese Werte werden gewichtet und zu einem Gesamtreichweitenwert verrechnet.

Diese beiden Werte sind die Basis eines ersten Punktwertes.

Danach werden die Punktwerte für alle Marken branchenbezogen normiert. Die beste Marke jeder Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden branchenbezogen normiert.

Abschließend wird für jede Branche der durchschnittliche Punktwert aller Teilnehmer ermittelt. Dieser bildet die Untergrenze für die Vergabe der Auszeichnungen.

# TOP KUNDENBEWERTUNG 2024

## METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

### Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Top Kundenbewertung (Produkt, Preis, Service) 2024**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Branchengesamtranking vergeben.

Die Berechnung des Punktwertes erfolgt branchenspezifisch auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Der Branchensieger erhält **100** Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Marken. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Marken, die überdurchschnittliche Punktwerte in der Gesamtwertung erreichen.





#

**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.

# TOP KUNDENBEWERTUNG 2024

## KONTAKT

### Herausgeber der Studie

#### **SZ Institut Süddeutsche Zeitung Media GmbH**

Hultschiner Straße 8  
81677 München

Fon: +49 89 2183 9922

E-Mail: [kathrin.mueller@sz.de](mailto:kathrin.mueller@sz.de)

[www.institut.sz.de](http://www.institut.sz.de)

### Wissenschaftspartner

#### **IMWF GmbH**

### Vermarktpartner

#### **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](mailto:a.goeschl@servicevalue.de)

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