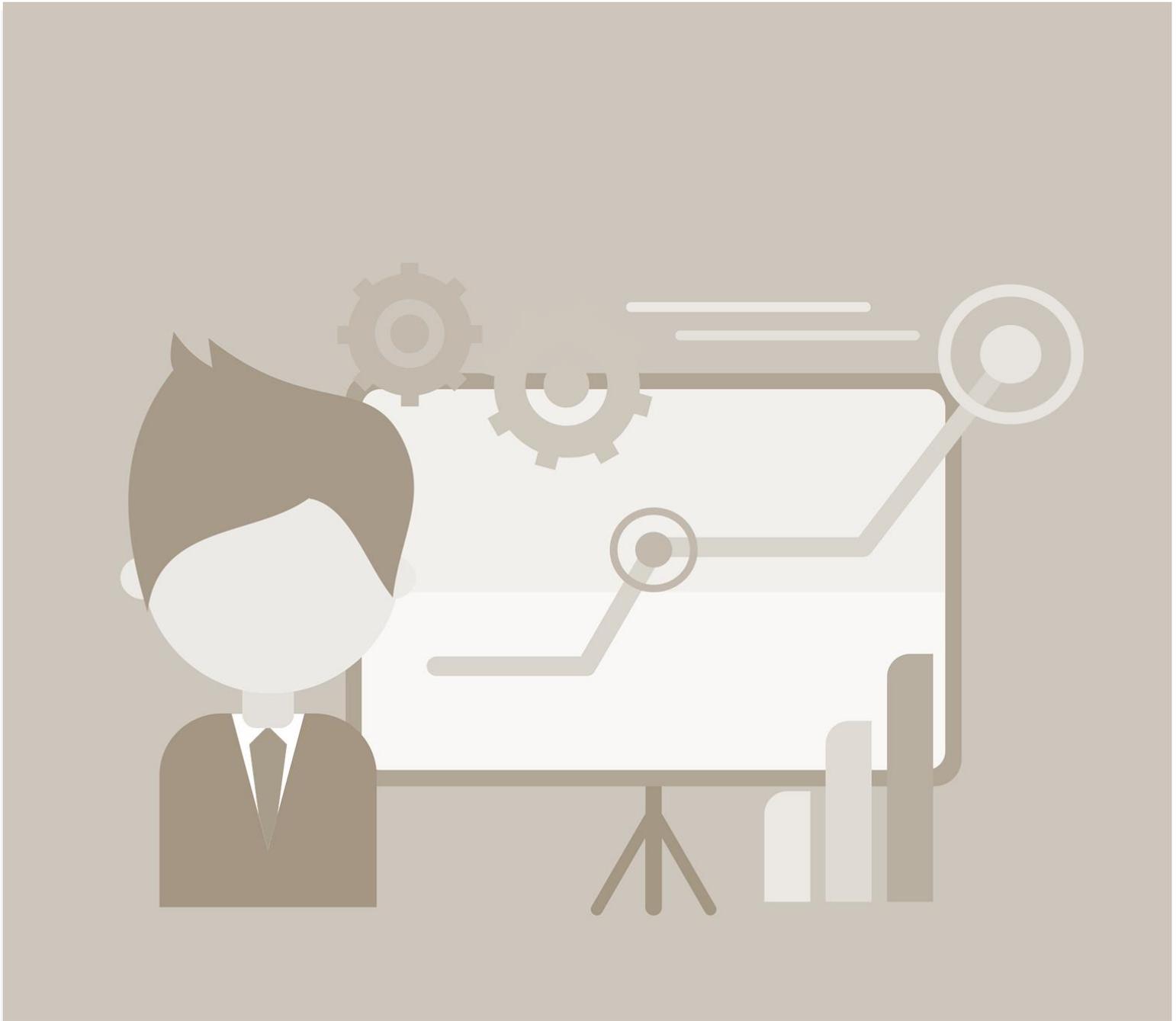


TAGESSPIEGEL

DEUTSCHLAND-MONITOR KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

OKTOBER 2024





#

MOTIVATION & METHODIK

MOTIVATION

Die Studie „Deutschland-Monitor - Kundenzufriedenheit 2024“ zeichnet jene Unternehmen und Marken aus, die es in besonderem Maße verstehen, nicht nur die Erwartungen ihrer Kundschaft zu erfüllen, sondern diese zu übertreffen. Um in diesem Bereich höchste Exzellenz zu demonstrieren, müssen Anbieter Vertrauenswürdigkeit schaffen. Dieses Vertrauen basiert nicht nur auf der Qualität ihrer Produkte und Dienstleistungen, sondern auch auf der Fähigkeit, ihre Kundinnen und Kunden stets in den Mittelpunkt zu stellen. Ein exzellenter Service, der auf die individuellen Bedürfnisse eingeht, sowie eine durchgehend positive Kundenberatung sind hier entscheidende Faktoren.

Darüber hinaus spielt die Weiterempfehlung eine zentrale Rolle, wenn die Zufriedenheit der Kundschaft umfänglicher gemessen werden soll. Unternehmen und Marken, die von ihren Kundinnen und Kunden weiterempfohlen werden, haben sich als vertrauenswürdige und kompetente Anbieter erwiesen. Diese Empfehlungsrate ist oft ein direktes Indiz für die Zufriedenheit und Loyalität der Kundschaft. Die Qualität der angebotenen Produkte und Dienstleistungen muss dabei stets auf höchstem Niveau bleiben, um diese langfristige Bindung aufrechtzuerhalten.

Ein weiterer Aspekt, der zur höchsten Kundenzufriedenheit beiträgt, ist die kontinuierliche Verbesserung der Angebote. Unternehmen und Marken, die regelmäßig einen hohen Energieaufwand erbringen, um ihre Produkte und Services zu optimieren, schaffen eine nachhaltige Basis für einen langfristigen Erfolg.

Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Deutschland-Monitor - Kundenzufriedenheit 2024“ die Daten eines Social Media Monitorings. Das Social Media Monitoring untersucht die Themengebiete Kundenzufriedenheit, Weiterempfehlung, Produkt & Service, Qualität und Vertrauen.

METHODIK: DATENERHEBUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Die Datenerhebung für das Social Media Monitoring 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 



 **Wichtige**
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**
Seiten

 **Presse-**
mitteilungen

 **Blogs**

METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL MEDIA MONITORING

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 / 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:

Kundenzufriedenheit: Kundenwertschätzung, Kündigung, Beschwerdemanagement, Kundenerlebnisse, Reklamation

Weiterempfehlung: abraten, anraten, abbringen, ausreden, empfehlenswert, empfehlungswürdig, Empfehlung, empfohlen von

Produkt & Service: preiswert, überteuert, hochwertig, für wenig Geld, für kleines Geld, angemessen, günstig

Qualität: wertig, vollständig, abgenutzt, wertvoll, defekt, ausgezeichnet, geringwertig, hochwertig, miserabel

Vertrauen: Gewissheit, Vertrauen, sich drauf verlassen, kein Vertrauen entgegenbringen, damit rechnen, erwarten

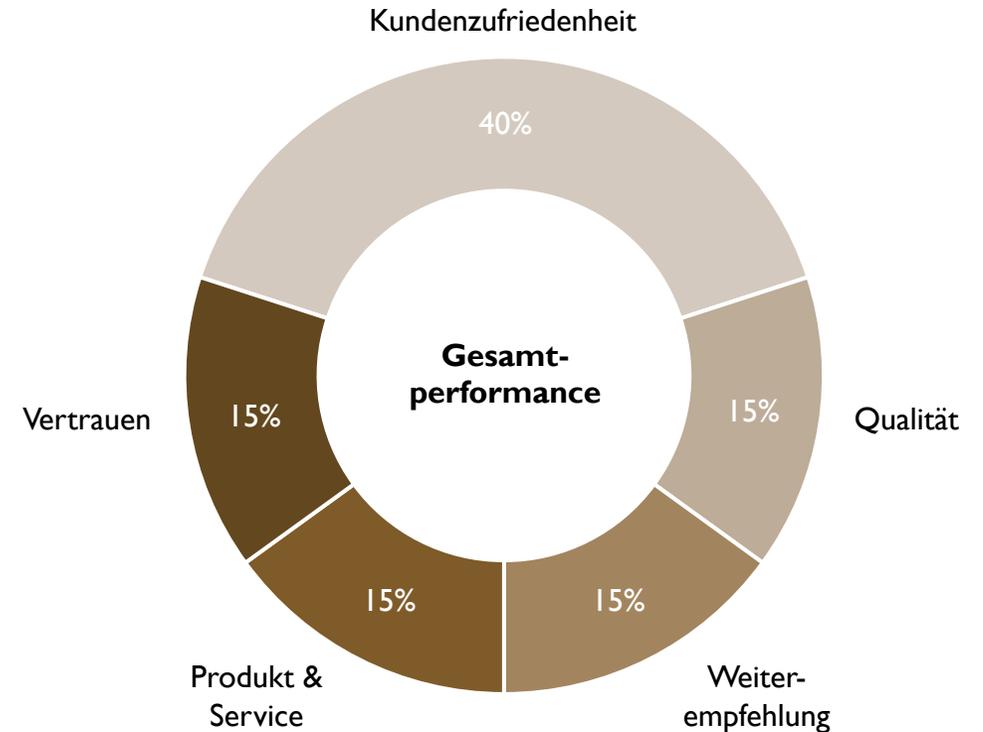
DEUTSCHLAND-MONITOR KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

Es genügt nicht, allein in einem Themenfeld zu glänzen.

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

Die Messung der Performance beruht zu 40 % auf der Bewertung des Eventtypen Kundenzufriedenheit. Für die Eventtypen Vertrauen, Qualität, Produkt & Service und Weiterempfehlung erfolgt eine Bewertung zu je 15 % (vgl. nebenstehende Graphik).



DEUTSCHLAND-MONITOR KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **13 Millionen Nennungen** zu etwa 15.000 Unternehmen und Marken innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. September 2022 bis 31. August 2024** identifiziert und zugeordnet werden. Zur Berechnung der Punktwerte werden für jedes Unternehmen und jede Marke jeweils die Tonalität und die Reichweite berücksichtigt.

Dies erfolgt durch die Ermittlung der Tonalitätssaldi je Eventtyp, die anschließend gewichtet zu einem Gesamttonalitätswert 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 Unternehmen und Marken branchenbezogen normiert. Das beste Unternehmen bzw. die beste Marke jeder Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden danach normiert. Abschließend wird für jede Branche das obere Drittel der Teilnehmer ermittelt. Dieser Wert bildet die Untergrenze für die Vergabe der Auszeichnungen.

DEUTSCHLAND-MONITOR KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Höchste 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 und Marken innerhalb der Branche. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen und Marken, die im oberen Drittel mit ihren Punkten liegen.





#

KONTAKT

DEUTSCHLAND-MONITOR KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

KURZPORTRAIT SERVICEVALUE

Marktforschung

Wir liefern umsetzungsorientierte Ergebnisse aus Kunden- und Mitarbeiterbefragungen sowie aus Marktanalysen und Marktpotenzialschätzungen. Auf Ihr Anliegen passgenau zugeschnittene Erhebungsverfahren sowie optimale Stichprobenumfänge erhöhen die Effizienz und schaffen zugleich ökonomische Entlastung für ansetzende Follow-Up-Prozesse.

Beratung

Erklärtes Ziel unserer Beratungstätigkeit ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes durch optimale Gestaltung von Stakeholderbeziehungen. Wir unterstützen Sie in der Findung und Umsetzung ganzheitlicher Servicestrategien.

Personal- und Organisationsentwicklung

Der Erfolg eines Unternehmens ist im großen Maß abhängig von seiner Führungskultur und dem Engagement und der Bindung der Mitarbeiter. ServiceValue unterstützt Sie bei der Analyse von Potenzialen und Handlungsfeldern. Darüber hinaus begleiten wir Sie bei Veränderungsprozessen und der Entwicklung einer mitarbeiter- und serviceorientierten Führungskultur.



DEUTSCHLAND-MONITOR KUNDENZUFRIEDENHEIT 2024

KONTAKT

Herausgeber der Studie

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln

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

E-Mail: Info@ServiceValue.de

www.servicevalue.de

Medienpartner

Verlag Der Tagesspiegel GmbH

Askanischer Platz 3
10963 Berlin