

DEUTSCHER CHAMPION

DEUTSCHER-CHAMPION.DE

Zum siebten Mal in Folge kürt das Kölner Beratungs-Unternehmen ServiceValue nach dem Votum der Kunden die besten Unternehmen in Deutschland. Und das ist wörtlich gemeint. Es sind – nach Branchen unterteilt – jene Unternehmen, bei denen wirklich alles stimmt, von der Produktion über den Service bis zu den Preisen.



Zugegeben, das ist nur ein Servicevorschlag: Die „Deutschen Champions“, dieses Jahr zum siebten Mal gekürt, bekommen keinen Pokal – dafür aber das untenstehende Siegel

DER DIENSTLEISTER

DIE SERVICEVALUE GMBH

ServiceValue ist eine auf das Beziehungsmanagement zwischen Unternehmen und Anspruchsstellern (Stakeholder) spezialisierte Analyse- und Beratungsgesellschaft mit Sitz in Köln, gegründet 2009. Sie misst und erklärt mit wissenschaftlich fundierten Methoden den Zusammenhang zwischen Kunde, Mitarbeiter oder Partner und Unternehmen und deckt betriebswirtschaftliche Service-Effekte auf. Besondere Bedeutung kommt dabei der optimalen Gestaltung der Servicequalität in alle Richtungen zu. ServiceValue bietet anwendungsbezogene Seminare und Inhouse-Schulungen zur Informations- und Wissensvermittlung an. Hier reicht das Spektrum von empirischen Forschungsmethoden über Themen zur Personal- und Organisationsentwicklung bis hin zur strategischen Beratung. Zudem führt die Gesellschaft in Kooperation mit renommierten Partnern aus Wissenschaft und Forschung sowie großen nationalen Medienpartnern verschiedene Wettbewerbe und Ratings zur Kunden-, Mitarbeiter- und Partnerorientierung von Unternehmen durch.

ServiceValue

HIER STIMMT WIRKLICH ALLES

DIESE UNTERNEHMEN SIND DIE BESTEN IHRES FACHS

irgendwas ist immer, sagt man. Und so scheint es ein Ding der Unmöglichkeit, dass im Leben mal alles stimmt. Umso bemerkenswerter, wenn einmal tatsächlich so gar kein Problem auszumachen ist: Wenn in der Familie oder im Freundeskreis alle zufrieden und wohlauf sind, sich gut miteinander verstehen und auch keine nennenswerten gesundheitlichen oder finanziellen Schwierigkeiten zu bewältigen sind.

Wenn die Arbeitsstelle nicht nur Spaß macht und Sinn stiftet, sondern auch noch gut bezahlt wird und sogar menschlich alles passt. Oder wenn im Kontakt zu Händlern, Herstellern oder Dienstleistern nicht nur das konkrete Produkt oder die eigentliche Leistung überzeugt, sondern auch der dazugehörige Service, die Preis- und gegebenenfalls Filialgestaltung sowie das Markenimage und die digitale Kundennähe.

All das mussten Unternehmen leisten, um in der aktuellen Studie von WELT in Kooperation mit der Kölner Rating- und Rankingagentur ServiceValue als „Deutscher Champion“ ausgezeichnet zu werden. Die Erhebungen zu den sechs unabhängig voneinander geprüften Teilbereichen Service, Produkt, Preis, Marke, Filiale und Digitalisierung wurden im Laufe des Jahres 2024 nach fest definierten, empirisch belastbaren Kriterien durchgeführt. Für jeden dieser Teilbereiche wurde eine jeweils verschiedene, jedoch stets repräsentativ ausgesteuerte Anzahl von ge-

schäftsfähigen Deutschen befragt, ob die in den Studien genannten Unternehmen innerhalb der vergangenen Monate begeistert konnten.

Aus dem Anteil der positiven Antworten ergab sich für jedes abgefragte Unternehmen ein prozentualer Messwert bzw. Score (siehe rechts „Verfahren und Methode“). Erreichte dieser eine bestimmte, eigens für jeden Teilbereich festgelegte Höhe, wurde das entsprechende Unternehmen im jeweiligen Ranking der sechs oben genannten Untersuchungen als Service-, Produkt-, Preis-,



Zum siebten Mal wurde jetzt die Auszeichnung Deutscher Champion verliehen. Das entsprechende Siegel gebührt nur jeweils einem Unternehmen pro Branche, das im Multi-Wettbewerb über bis zu sechs Disziplinen in Summe am besten abgeschnitten hat

Marken-, Filial- bzw. Digitalisierungs-Champion gelistet und ausgezeichnet. Um nun als „Deutscher Champion“ gelten zu können, musste ein Unternehmen hohe Werte nicht nur in einem, sondern in mehreren Bereichen, die für die entsprechende Branche erhoben werden können, nachweisen. Ein optionales Management-Audit schaffte die Möglichkeit für gewichtige Zusatzpunkte. Der Titel „Deutscher Champion“ wird für jede Branche nur einmal vergeben. Unter den insgesamt 46 amtierenden „Deutschen Champions“ sind sowohl altbekannte Dauersieger wie beispielsweise Commerzbank, Apollo-Optik, SEGMÜLLER, SchwörerHaus, ILS, toom Baumarkt, CosmosDirekt, ADVOCARD und WWK (als Lebensversicherer). Auch die überregionale Krankenkasse BARMER und der Fahrradhändler Lucky Bike konnten, wie noch weitere Anbieter, an ihre Vorjahreserfolge anknüpfen. Neu als Gewinner innerhalb ihrer Branchen sind in diesem Jahr zum Beispiel MONTANA (Energieversorger – bundesweit), Novoferm (Fenster, Türen, Tore), AOK Hessen (Krankenkassen – regional), Grünwelt Energie (Ökoenergie), Debeka (Private Krankenversicherer) und IONOS (Webhosting-Anbieter) hinzugekommen.

All diese sowie weitere 29 aktuelle Champions haben ihre Kundinnen und Kunden über das letzte Jahr hinweg stetig und nachhaltig begeistert und mit Bestleistungen in jeder Hinsicht überzeugt. Das „Deutsche Champions“-Qualitätssiegel bestätigt somit, was Kundinnen und Kunden bereits selbst festgestellt haben: Alles gut. Bei diesen Anbietern stimmt einfach alles.

Mehr Informationen unter www.servicevalue.de



AUSZEICHNUNG DEUTSCHER CHAMPION

VERFAHREN UND METHODE

Seit Dezember 2018 kürt die Analysegesellschaft ServiceValue in Kooperation mit WELT exklusiv den „Deutschen Champion“ unter in Deutschland tätigen Unternehmen. Die Auszeichnung basiert auf den Scores der jährlich einzeln durchgeführten Champions-Untersuchungen, aktuell sechs an der Zahl: Filial-Champions (SFS, Store Fascination Score), Produkt-Champions (PBS, Product Benefit Score), Preis-Champions (PSS, Price Structuring Score), Digital-Champions (DES, Digital Experience Score), Marken-Champions (BFS, Brand Fascination Score) und Service-Champions (SES, Service Experience Score) sowie der freiwilligen Service Potenzial Analyse (SPA) beim Management für die Mitgliedschaft im „Club der Besten“.

Unabhängige Kundenbefragungen

Grundlagen jeder Untersuchung sind unabhängige Befragungen zur Kundenbegeisterung (sowie im „Club der Besten“ ein Management-Audit). Die Kundenbefragungen finden ohne Mitwirkung und Einflussnahme der untersuchten Unternehmen statt. Die Durchführung einer SPA setzt einen im Vergleich zu allen untersuchten Unternehmen überdurchschnittlichen Score in mindestens einer der sechs Untersuchungen sowie eine kostenpflichtige Anmeldung und Mitwirkung voraus. Zur Ermittlung des Preisträgers „Deutscher Champion“ innerhalb einer Branche wird eine Meta-Analyse der Champions-Studien, die diese Branche mit aufführen, durchgeführt. Angewandt wird dann ein standardisiertes Auswertungsverfahren. Die Scores (auf einer Skala von 0 - 100) der jeweiligen Kundenbefragungen gehen, wenn sie breiter angelegt sind und sich auf das gesamte Unterneh-

men beziehen (wie bei Marke, Filiale und Digitalisierung), mit einfacher Gewichtung in die Auswertung ein. Bei Vollsortimentern, Vollversicherern oder Multi-Dienstleistern gilt der Score für alle Branchen, denen sie dann zugeordnet worden sind. Doppelt gewichtet werden jene Scores, die sich auf einzelne Geschäftsfelder oder Teilbereiche eines Unternehmens beziehen (Produkt, Preis und Service). Der entsprechende Score ist also branchenspezifisch. Vollsortimenter, Vollversicherer oder Multi-Dienstleister haben demgemäß ebenso viele Scores, wie sie Branchen zugeordnet sind. Der Score einer SPA (ebenfalls auf einer Skala von 0 - 100) geht mit doppelter Gewichtung in die Auswertung ein. Das Management-Audit basiert auf einem mehrdimensionalen Ansatz, der ebenfalls breiter angelegt ist und sich eher auf das gesamte Unternehmen bezieht. Zudem ist dieser Score nur bei jenen Unternehmen vorhanden, die eine SPA haben durchführen lassen.

Pro Branche ein Champion

Der Titel „Deutscher Champion“ wird je Branche nur einmal vergeben. Die Auswahl der Branchen orientiert sich an den Branchenlisten, die in den zweifach gewichteten Champions-Kundenbefragungen (Produkt, Preis und Service) zu finden sind. Ist eine ausgewählte Branche nicht in allen Untersuchungen vertreten, so wird in ihr dennoch ein „Deutscher Champion“ gekürt, sofern zumindest drei der sechs kundenbezogenen Champions-Untersuchungen ihrer Meta-Analyse zugrunde liegen. Als grundsätzlich für die Auszeichnung qualifiziert gelten jene Unternehmen, die in allen kundenbezogenen Champions-Untersuchungen in der jeweiligen Branche einen Eigenwert aufweisen.

SIEGER IN SECHS KATEGORIEN

DEUTSCHE CHAMPIONS

Metabranche / Branche	Unternehmen
Dienstleister	
Autobanken	STELLANTIS Bank
Autoservice	ATU
Bausparkassen	BHW Bausparkasse
Direktbanken	comdirect
Direktversicherer	CosmosDirekt
Energieversorger - bundesweit	MONTANA
Energieversorger - regional	enviaM / MITGAS
Filialbanken	Commerzbank
Fondsgesellschaften	DWS
Hotels - Budget	Motel One
Hotels - Mittelklasse	H-Hotels
Hotels - Premium	Steigenberger Hotels & Resorts
Kfz-Versicherer	ADAC Versicherungen
Krankenkassen - regional	AOK Hessen
Krankenkassen - überregional	BARMER
Lebensversicherer	WWK
Mobilfunk-Discounter	FNIC
Nachhaltigkeitsbanken	Triodos Bank
Nachhilfeanbieter	Schülerhilfe
Ökoenergie	Grünwelt Energie
Paketsdienste	DHL
Personaldienstleister	Tempton
Private Krankenversicherer	Debeka
Rechtsschutzversicherer	ADVOCARD
Telekommunikationsanbieter	I&I
Vergleichsportale	verivox.de
Webhosting-Anbieter	IONOS
Weiterbildungsanbieter	ILS
Händler	
Bäckereien	Junge Die Bäckerei
Baumärkte	toom Baumarkt
Elektrohändler	Saturn
Fahrradhändler	Lucky Bike
Küchenfachhändler	Küchen Aktuell
Lebensmittel-Discounter	LIDL
Lebensmittel-Einzelhändler	EDEKA
Möbelhändler	SEGMÜLLER
Möbelhändler - Discount	POCO Einrichtungsmärkte
Non-Food Discounter	TEDI
Optikerketten	Apollo-Optik
Sport- und Freizeitgeschäfte	DECATHLON
Verbrauchermärkte + SB Warenhäuser	Kaufland
Hersteller	
Elektronikhersteller	Samsung
Fenster, Türen, Tore	Novoferm
Fertighausanbieter	SchwörerHaus
Heiztechnik- & Wärmepumpenhersteller	STIEBEL ELTRON
Massivhausanbieter	ECO System HAUS