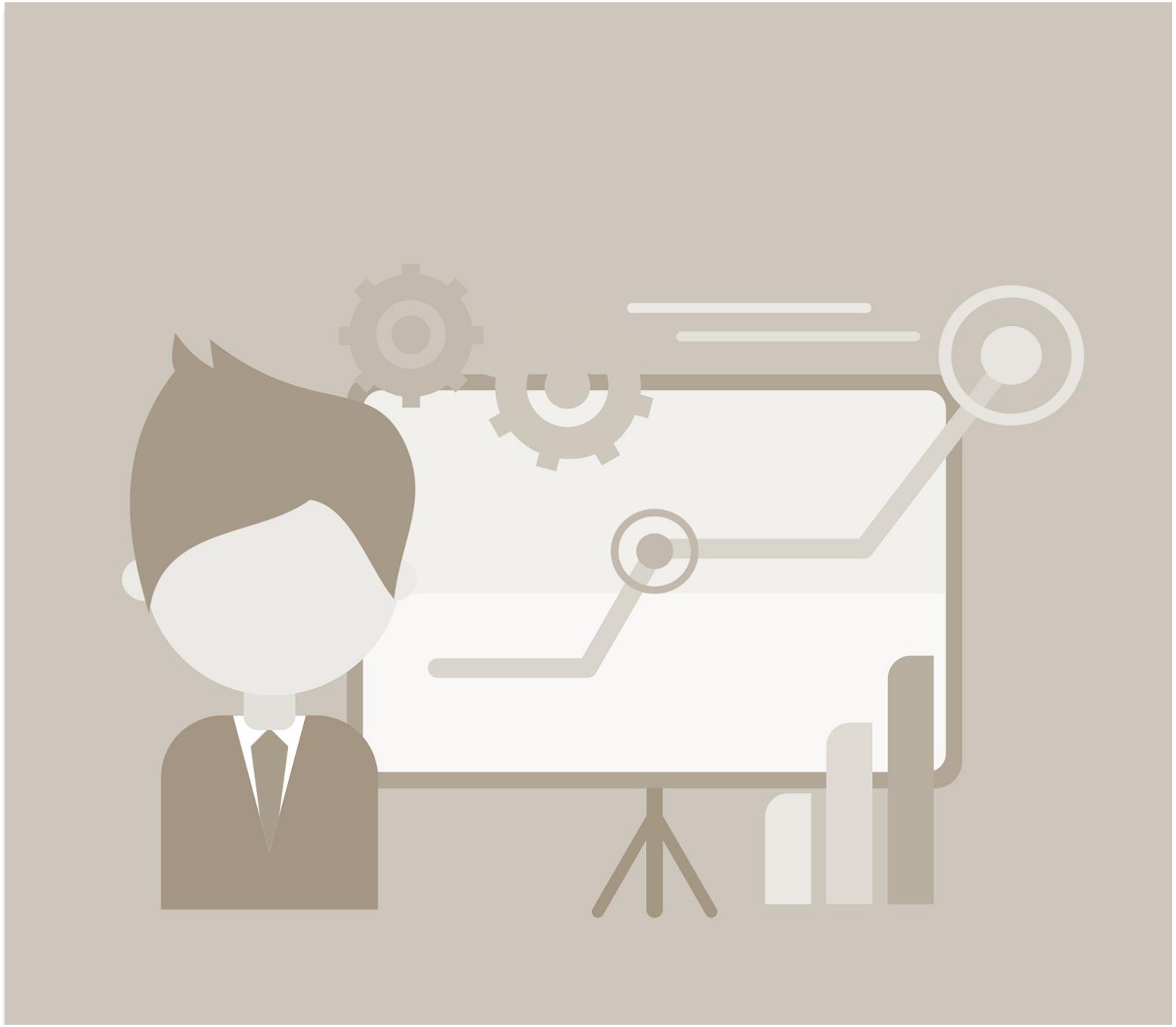
F.A.Z. INSTITUT

# HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2025

MÄRZ 2025

ServiceValue



#

# MOTIVATION & METHODIK

# HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2025

## MOTIVATION

Konsumentinnen und Konsumenten sehen sich täglich mit neuen Erfahrungen konfrontiert, wenn sie mit Produkten und Dienstleistungen von Unternehmen zu tun haben. Stimmt die Erreichbarkeit meiner Bank? Muss ich meine Versicherungen überdenken, weil es bei Mitbewerbern bessere Konditionen gibt? Gibt mein neuer Ofen schon den Geist auf und muss ich eine Beschwerde beim Hersteller einreichen? Wie sieht das nochmal aus mit der Rückgabegarantie? Viele solcher Fragen treibt die Kundschaft umher und beeinflusst deren Zufriedenheit.

Kundenzufriedenheit ist ein zentraler Indikator für den nachhaltigen Markterfolg. Unternehmen und Marken, die positiv wahrgenommen werden, überzeugen durch verlässliche Dienstleistungen, transparente Kommunikation und die Fähigkeit, Kundenerwartungen nicht nur zu erfüllen, sondern zu übertreffen. Gleichzeitig vermittelt es Vertrauen und stärkt somit die Kundenbindung und Treue.

Für herausragende Bewertungen ist auch die Anzahl an und der Umgang mit Beschwerden relevant. Studien zeigen, dass Unternehmen, die Reklamationen effizient, kundenorientiert und lösungsfokussiert bearbeiten, ein besseres Image genießen. In Zeiten digitaler Vernetzung verbreiten sich negative Erfahrungen mit rasanter Geschwindigkeit, weshalb eine schnelle und angemessene Reaktion essenziell ist, um Reputationsschäden zu vermeiden.

Darüber hinaus spielt das emotionale Markenbild eine wesentliche Rolle: Anbieter, die Vertrauen, Authentizität und Kundennähe vermitteln, gewinnen an Ansehen und profitieren von einer stabilen Marktposition. Die Auszeichnung würdigt jene Unternehmen und Marken, die durch innovative Servicekonzepte und konsequente Kundenorientierung Maßstäbe setzen und sich im Wettbewerb durch außergewöhnliche Kundenzufriedenheit auszeichnen.

**Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Herausragende Kundenzufriedenheit 2025“ die Daten eines Social Media Monitorings. Das Social Media Monitoring untersucht die Themengebiete Kundenzufriedenheit, das Gesamtansehen und rechnet zusätzlich einen Beschwerdescore ein.**


© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

# HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2025

## 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.

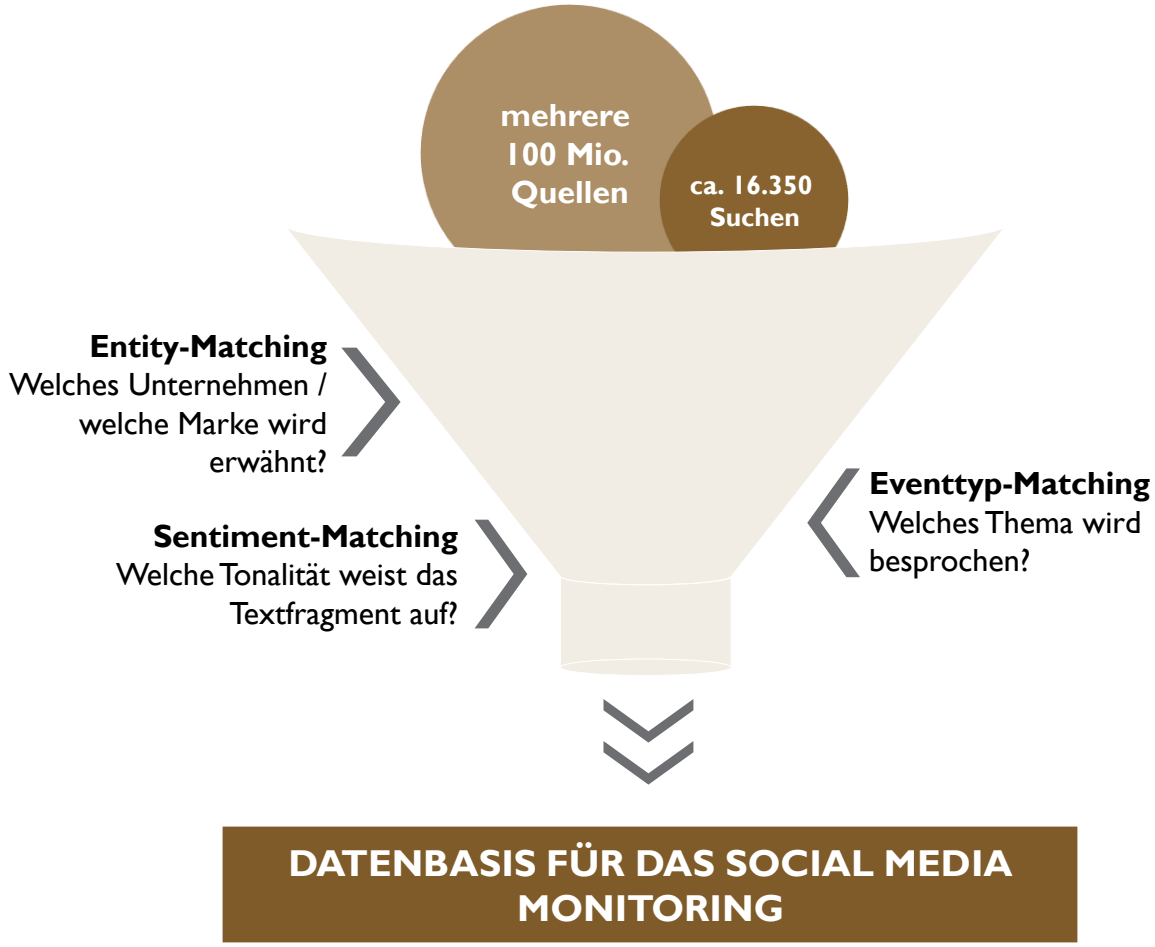
© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

# HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2025

## 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.





© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

# HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2025

## METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL MEDIA MONITORING

### 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 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

Daneben werden außerdem das Gesamtansehen und quantifizierte Beschwerdedaten eingerechnet.


© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

# HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2025

## METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

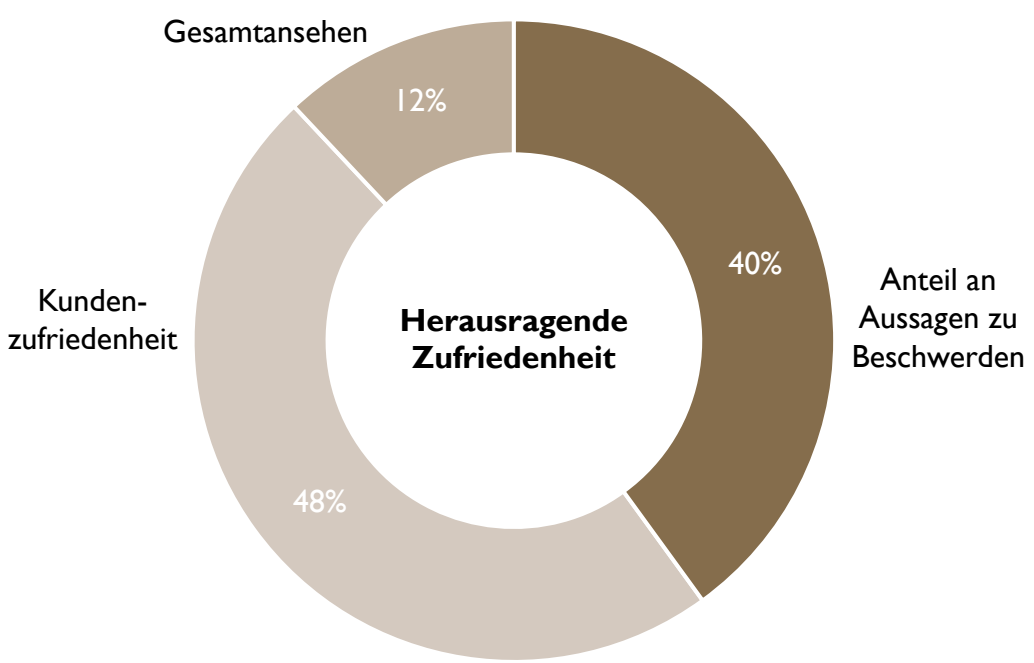
Die „Herausragende Kundenzufriedenheit“ setzt sich aus den folgenden Faktoren zusammen:

1. Beschwerdebezogene Kommunikation.
2. Eine möglichst positive und breit angelegte allgemeine Kommunikation zur Kundenzufriedenheit, die durch das Gesamtansehen der Unternehmen und Marken gestützt wird.

Alle Faktoren werden mittels eines Social Listenings untersucht:

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

Auf die Ermittlung der allgemeinen Kundenzufriedenheit und des Gesamtansehens wird auf der folgenden Folie genauer eingegangen.





© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

# HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2025

## METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

**Wie werden die Punktwerte ermittelt?**

Für diese Studie konnten ca. **61 Millionen Nennungen** zu etwa 16.350 Unternehmen und Marken innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. März 2023 bis 28. Februar 2025** identifiziert und zugeordnet werden.

**Wie werden die Punktwerte für die allgemeine Kundenzufriedenheit und das Ansehen ermittelt?**

Zur Berechnung der Punktwerte werden für jedes Unternehmen und jede Marke des Modells jeweils in den Themenbereichen „allgemeine Kundenzufriedenheit“ und „Gesamtansehen“ 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. Hierdurch kann beurteilt werden, ob die Kommunikation und das Ansehen überwiegend positiv oder negativ gefärbt sind. Danach werden die Punktwerte branchenbezogen normiert. Das beste Unternehmen bzw. die beste Marke jeder Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden danach normiert.


© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

# HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2025

## METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

**Wie erfolgt die Auszeichnung?**

Die Auszeichnung „**Herausragende Kundenzufriedenheit 2025**“ 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 überdurchschnittlich viele Punkte erreicht haben.

© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

#

# KONTAKT

# HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2025

## 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.

© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

# HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2025

## 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

### Wissenschaftspartner

**IMWF GmbH**

### Medienpartner

**F.A.Z. Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH**

Pariser Straße 1
60489 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


*Titelbild: © Irochka - Fotolia.com | Kapitelbild: © Megan_Rexazin_Conde – pixabay.com; © Shafin_Protic – pixabay.com*