

Studieninformation

„Deutschlands beste Händler“ 2025

Stationär und Online

Methode, Fragestellung, Auswertung und Auszeichnung

Eine Untersuchung in Kooperation mit

Handelsblatt

ServiceValue GmbH

Köln, April 2025

Erhebungsmethode

Basis der Untersuchung „Deutschlands beste (Online-)Händler“ ist eine repräsentativ ausgesteuerte Online-Erhebung als Kunden- / Verbraucherbefragung über ein externes Online-Access-Panel. Dabei werden sog. Panelisten zur Bewertung der Untersuchungsobjekte, hier: Anbieter aus dem Einzelhandel (online und stationär), eingeladen. Von den registrierten Panelisten liegen soziodemografische Merkmale vor, sodass bevölkerungsrepräsentativ eingeladen werden kann. Es werden keine Kundenadressen der Anbieter eingeholt oder genutzt. Die Kundenbefragung erfolgt eigeninitiiert und ohne Einbindung der untersuchten Händler.

Jedes Unternehmen (Händler) wird in mehreren Befragungswellen jeweils 1.000 Verbrauchern zur Bewertung angezeigt. Je Händler werden für das Ranking nur die Antworten von den Kunden / Verbrauchern ausgewertet, die in den letzten 12 Monaten Leistungen von dem zu bewertenden Händler in Anspruch genommen haben.

Jeder Panelist erhält eine für ihn überschaubare Auswahl von Händlern zur Bewertung bzw. zur Angabe, ob er bei diesem Händler überhaupt Kunde war oder ist.

Die Befragungen erfolgten im März 2025.

Fragestellung

Die Fragestellung in der Kundenbefragung lautet konkret:

„Wenn Sie alle Ihre Erwartungen und Erfahrungen aus den letzten 12 Monaten zusammenfassen, wie bewerten Sie insgesamt folgende (Online-)Händler in Bezug auf die anderen (Online-)Händler der gleichen Branche?“

Die Antwortskala für den Befragten sieht folgende Antwortmöglichkeiten je Händler und je Branche vor (in Klammern die interpretative Bedeutung):

- 1 = „der beste Händler“ (am besten in der Branche XYZ)
- 2 = „besser als die meisten Händler“ (besser)
- 3 = „ein guter Händler“ (gut)
- 4 = „weder noch“ (nicht gut oder gar besser))

- 5 = „nutze ich nur selten“ (nicht bewertungsrelevant)
- 6 = „nutze ich gar nicht“ (nicht bewertungsrelevant)
- 7 = „ist mir nicht bekannt“ (nicht bewertungsrelevant)

Auswertung und Auszeichnung

Je Unternehmen / Anbieter wird der ungewichtete Mittelwert über alle Antworten / Bewertungen der vorgenannten Bewertungsskala (Antwortmöglichkeiten 1 bis 4) errechnet.

Ist der empirische Mittelwert eines Händlers besser als der Gesamt-Mittelwert der jeweiligen Branche, wird diesem aus Kundensicht überdurchschnittlich bewerteten Unternehmen die Auszeichnung „Beste (Online-) Händler“ zugeschrieben.

Unternehmen / Anbieter mit dem besten Mittelwert innerhalb ihrer Branche erhalten die Auszeichnung „Bester (Online-) Händler“.

Kundenurteile und Untersuchungsobjekte (Händler)

- **Stationäre Händler:** Der Befragung liegen 120.593 Bewertungen zu Grunde. Insgesamt wurden 506 stationäre Händler aus 41 Branchen untersucht.
- **Online-Händler:** Der Befragung liegen 249.662 Bewertungen zu Grunde. Insgesamt wurden 1.458 Online-Händler aus 89 Branchen untersucht.