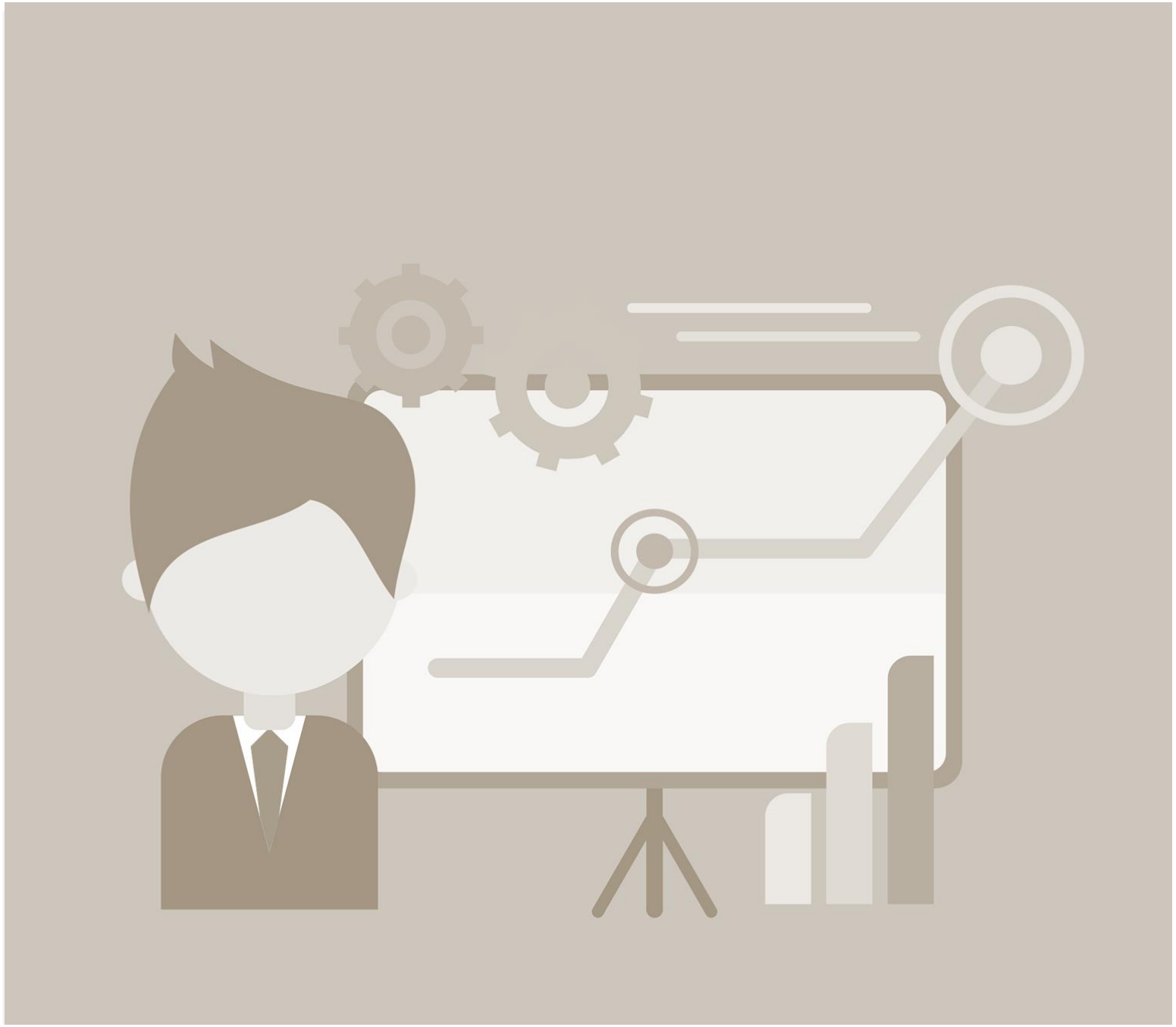
FOCUS MONEY

DEUTSCHLAND TEST

KUNDENLIEBLINGE 2025

APRIL 2025

ServiceValue



#

MOTIVATION & METHODIK

KUNDENLIEBLINGE 2025

MOTIVATION

Sowohl im Alltag als auch im beruflichen Kontext neigen Kunden dazu, Produkte zu kaufen oder Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen, die sie kennen und schätzen.

Eine hohe und zugleich positive Markenbekanntheit führt zu einem starken Markenwert, was wiederum die Markenloyalität der Konsumenten fördert. Dadurch wird bei neuen Anschaffungen häufig erneut zur gleichen Marke gegriffen.

Um neue Kunden zu finden und so langfristig als Unternehmen erfolgreich am Markt zu bleiben, ist eine positive Markenwahrnehmung in der Öffentlichkeit unentbehrlich.

Vor diesem Hintergrund ist die Studie „Kundenlieblinge 2025“ entstanden, die zu etwa 13.500 ausgewählten Marken und Unternehmen Aussagen in den Themen Preis, Qualität und Service analysiert hat. Zusätzlich wurden Emojis und gesetzte Likes in Textfragmenten, die zu Themen aller Art gehören, untersucht. So werden die Dimensionen der Kundenbindung breit und umfassend bewertet.

© ServiceValue GmbH

KUNDENLIEBLINGE 2025

METHODIK: DATENERHEBUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Die Datenerhebung für das Social Media Monitoring erfolgt zweistufig.

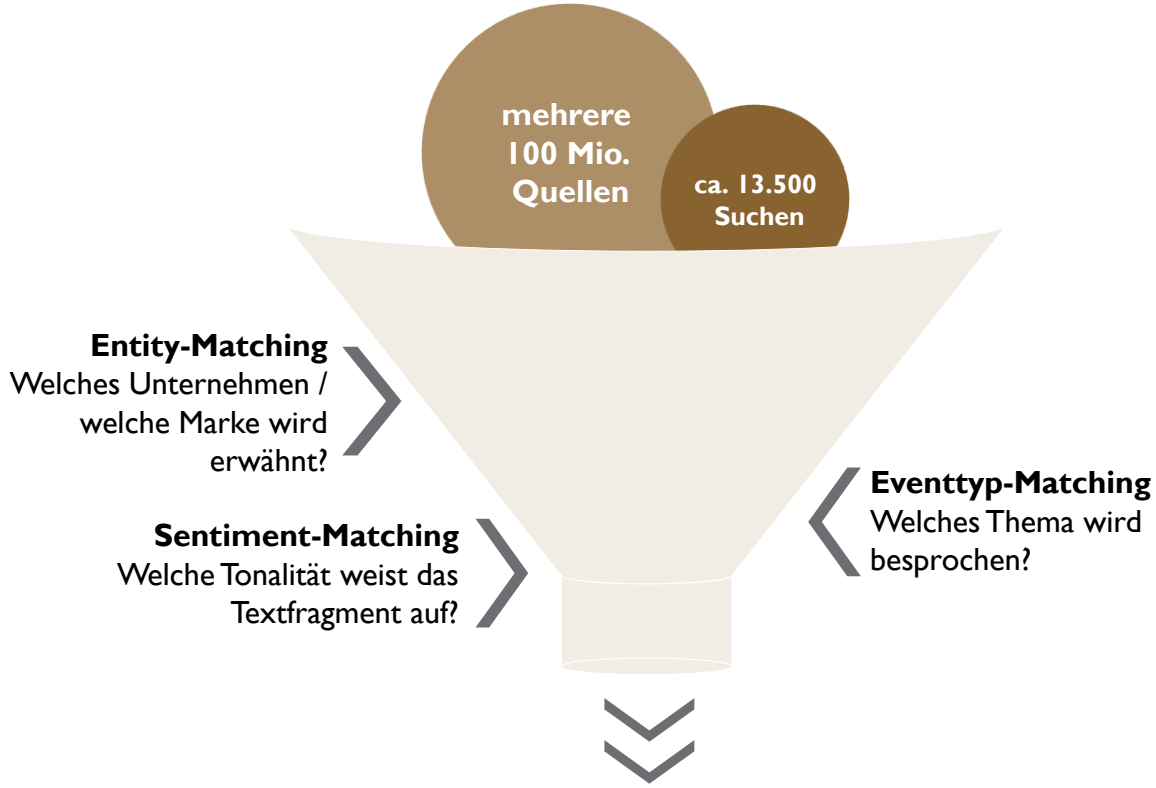
Der erste Schritt ist das sog. Crawling:

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

KUNDENLIEBLINGE 2025

METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL MEDIA MONITORING



© ServiceValue GmbH

KUNDENLIEBLINGE 2025

METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL MEDIA MONITORING

DATENANALYSE TEXTFRAGMEMTE

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.

DATENANALYSE EMOJIS

Zusätzlich werden die im Crawling gesammelten Daten auf die dort verwendeten Emojis analysiert.

1. Die Textfragmente des großen Datentopfs werden dazu von unserem Partner Skaylink mittels Verfahren der **Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze)** hinsichtlich der dort verwendeten Emojis untersucht und anschließend in zwei Stufen analysiert:
   a. Welches Unternehmen / welche Marke wird erwähnt?
   b. Welches Emoji wird eingesetzt?
   c. Welche Tonalität weist das Textfragment auf?
2. Emojis lassen sich in die Kategorien „positiv“, „neutral“ oder „negativ“ einordnen.
3. In den Social-Media-Kanälen werden die dort gesetzten Likes untersucht und entsprechend der Tonalität des verlinkten Textfragments in die Kategorien positiv, neutral oder negativ eingeordnet.

© ServiceValue GmbH

KUNDENLIEBLINGE 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 Eventtypen beinhalten unter anderem folgende Themen:

Preis: Preisveränderung, Kostenpunkt, Ersparnis, Vergünstigung, Preis-Leistung, preiswert, überteuert, hochwertig, günstig

Qualität: qualitativ, auserlesen, minderwertig, fehlerhaft, wertvoll, beschädigt, abgenutzt, defekt, hervorragend, mangelhaft, ausgezeichnet, exzellent, unzureichend, schadhaft

Service: Kundenberatung, Umgang mit Kunden, Reklamation, Kulanz, Kundenbedürfnisse, Kundenzufriedenheit, Garantie, Kundenbetreuung, Kundenfreundlichkeit, Rückgaberecht

© ServiceValue GmbH

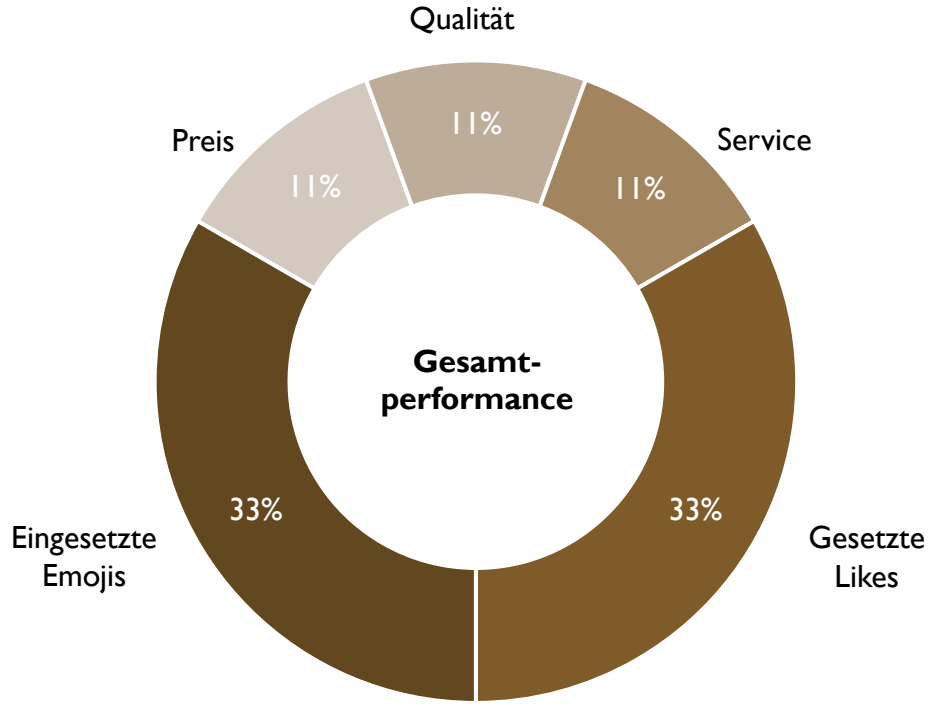
KUNDENLIEBLINGE 2025

METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

Es genügt nicht, allein in einem Themenfeld zu glänzen.

Jede der betrachteten Dimensionen ist wichtig für die Messung der Attraktivität eines Produktes oder einer Dienstleistung.

Die Messung der Performance beruht zu jeweils 33% auf der Bewertung der eingesetzten Emojis und den gesetzten Likes. Die Eventtypen Preis, Qualität und Service machen zusammen ebenso 33% der Gesamtbewertung aus und gehen zu jeweils 11% in die Messung der Performance ein.



© ServiceValue GmbH

KUNDENLIEBLINGE 2025

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **2,4 Millionen Nennungen, gut 52 Millionen Emojis und ca. 532 Millionen gesetzte Likes** zu den etwa 13.500 Unternehmen / Marken innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. April 2023 bis 31. März 2025** identifiziert und zugeordnet werden.

Zur Berechnung der Punktwerte im Social Media Monitoring 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 im Social Media Monitoring.

Danach werden diese Punktwerte für alle Unternehmen und Marken branchenbezogen normiert. Das beste Unternehmen bzw. die beste Marke jeder Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark für den Punktwert des Social Media Monitorings, die weiteren Wettbewerber werden danach normiert.

© ServiceValue GmbH

KUNDENLIEBLINGE 2025

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG EMOJIS UND LIKES

PUNKTWERTE EMOJIS

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte werden für jedes Unternehmen / jede Marke folgende zwei Werte ermittelt:

- Tonalitätssaldo: Differenz aus positiv und negativ konnotierten Emojis geteilt durch die Gesamtzahl der Fragmente
- Reichweite: Anzahl der Fragmente im Verhältnis zum Mittelwert der Branche

Anschließend werden diese Werte zu einem ersten Punktwert verrechnet. Je reichweitenstärker ein Unternehmen / eine Marke ist, desto stärker wirkt sich die Tonalität aus, also ob die Emojis überwiegend positiv oder negativ belegt sind.

Dieser so gewonnene Punktwert wird anschließend für die gesamte Branche normiert. Das beste Unternehmen / die beste Marke erhält hierbei 100 Punkte und bildet hiermit den Vergleichswert für alle anderen Unternehmen / Marken dieser Branche. Weniger als 0 Punkte können nicht erreicht werden.

PUNKTWERTE LIKES

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte für die gesetzten Likes werden für jedes Unternehmen / jede Marke folgende Werte ermittelt:

Je Text wird ermittelt, ob dieser eher positive oder eher negative Äußerungen enthält, oder ob sich diese die Waage halten.

- Tonalitätssaldo: Differenz aus mit positiver und negativer Viralität belegter Texte geteilt durch die Gesamtzahl der Texte
- Reichweite: Anzahl der Texte im Verhältnis zum Mittelwert der Branche

Anschließend werden diese Werte zu einem ersten Punktwert verrechnet

Dieser so gewonnene Punktwert wird anschließend für die gesamte Branche normiert. Das beste Unternehmen / die beste Marke erhält hierbei 100 Punkte und bildet hiermit den Vergleichswert für alle anderen Unternehmen / Marken dieser Branche. Weniger als 0 Punkte können nicht erreicht werden.

© ServiceValue GmbH

KUNDENLIEBLINGE 2025

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Kundenlieblinge 2025**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Gesamtranking vergeben.

Die Punktwerte des Social Media Monitorings, der Emojis und Likes werden zu einem Gesamtpunktwert verrechnet. Dieser wird abschließend branchenspezifisch auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten normiert. Der jeweilige Branchensieger erhält **100** Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen / Marken innerhalb der Branche. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen und Marken, die überdurchschnittlich viele Punkte erreicht haben.

© ServiceValue GmbH

#

KONTAKT

KUNDENLIEBLINGE 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

KUNDENLIEBLINGE 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

Die Studie „Kundenlieblinge 2025“ wurde im Auftrag von Focus Money und Deutschland Test durch die ServiceValue GmbH realisiert.

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