

BESTE ONLINE-BERATUNG 2025

JUNI 2025





#

**MOTIVATION
& METHODIK**

BESTE ONLINE-BERATUNG 2025

MOTIVATION

Die Digitalisierung hat nicht nur das Informationsverhalten verändert, sondern auch die Erwartungen an Servicequalität und Kundenansprache auf ein neues Niveau gehoben. Besonders im digitalen Raum, in dem persönliche Begegnungen fehlen, gewinnt die Qualität der Online-Beratung massiv an Bedeutung. Verbraucherinnen und Verbraucher erwarten individuelle, kompetente und freundliche Unterstützung – jederzeit und über verschiedenste digitale Kanäle hinweg.

Online-Beratung ist heute viel mehr als nur ein zusätzlicher Kontaktweg. Sie ist ein wichtiger Teil der Beziehung zwischen Unternehmen und Kundinnen und Kunden. Wer online individuell, kompetent und freundlich berät, kann sich von der Konkurrenz abheben und Vertrauen gewinnen. Das gilt besonders in Zeiten, in denen persönliche Gespräche seltener werden und der erste Eindruck oft online entsteht.

Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Beste Online-Beratung 2025“ die Daten eines Social Media Monitorings. Das Social Media Monitoring untersucht die Themengebiete „Gesamteindruck“, „Kundenberatung“, „Service“ und „Vertrauen“.

BESTE ONLINE-BERATUNG 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.



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:

Gesamteindruck: themenübergreifende Einordnung der Texte hinsichtlich ihrer Tonalität

Kundenberatung: Beratungsgespräch, Beratungsstelle, Beratungsqualität, Beratungskompetenz, Kundenhotline, Kundenservice, Beratungsangebot, kundenfreundlich

Service: Kundenfreundlichkeit, Kundencenter, Kulanz, Kundenbetreuung, Kundenbedürfnisse, Beratungshotline, Kundenrecht, Kundenzufriedenheit, Kundenwünsche, Support

Vertrauen: Gewissheit, Vertrauen, sich drauf verlassen

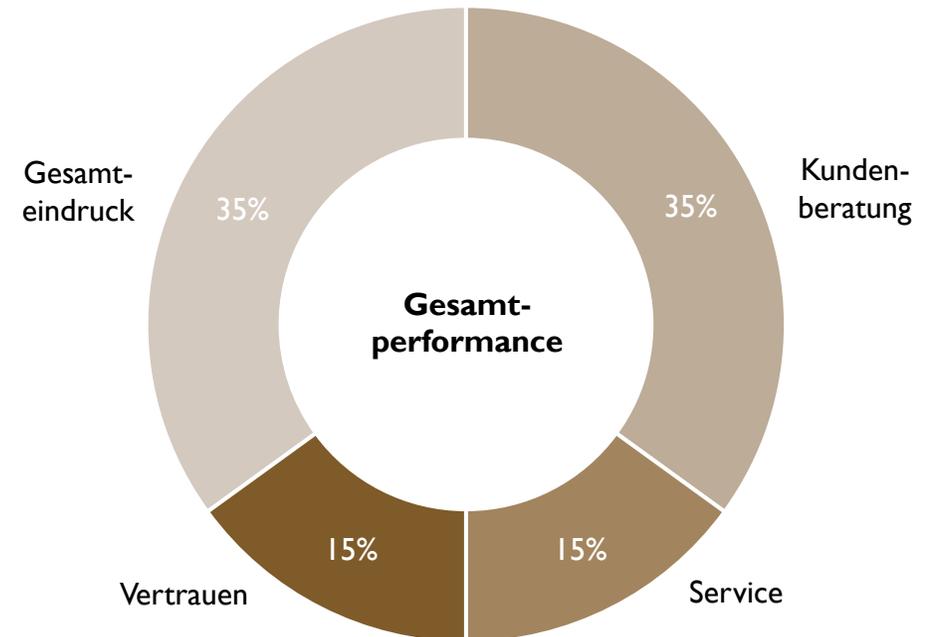
BESTE ONLINE-BERATUNG 2025

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 jeweils 35 % auf der Bewertung der Eventtypen Gesamteindruck und Kundenberatung. Für die Eventtypen Service und Vertrauen erfolgt die Bewertung zu jeweils 15 % (vgl. nebenstehende Grafik).



BESTE ONLINE-BERATUNG 2025

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **24 Millionen Nennungen** zu etwa 14.000 Unternehmen und Marken innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Mai 2023 bis 30. April 2025** 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 branchenübergreifend normiert. Das beste Unternehmen bzw. die beste Marke bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden danach normiert. Abschließend wird der durchschnittliche Punktwert aller Teilnehmer ermittelt. Dieser bildet die Untergrenze für die Vergabe der Auszeichnungen.

BESTE ONLINE-BERATUNG 2025

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Beste Online-Beratung 2025**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Gesamtranking vergeben.

Die Berechnung des Punktwertes erfolgt branchenübergreifend auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Das beste Unternehmen bzw. die beste Marke bildet die Benchmark. Die übrigen werden anhand dieser skaliert.

Eine Auszeichnung erhalten diejenigen, die überdurchschnittlich viele Punkte erreicht haben.





#

KONTAKT

BESTE ONLINE-BERATUNG 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.



BESTE ONLINE-BERATUNG 2025

KONTAKT

Herausgeber der Studie

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 34I
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 I
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