

PRODUKT-CHAMPIONS

WWW.PRODUKT-CHAMPIONS.DE

Schnelle Hypes oder Produktklassiker: In einer großen Untersuchung hat die Analyse- und Beratungsgesellschaft ServiceValue ermittelt, welche Unternehmen und Marken ihre Kundinnen und Kunden mit ihren Produkten begeistern. Hier sind die Champions 2025.

WAS KUNDEN BEGEISTERT

SO WIRD IHR PRODUKT ZUM LIEBLINGSPRODUKT

Eine Pistazie ist eine Pistazie ist eine Pistazie. Früher war sie hierzulande vor allem bekannt als „die komischen grünen Dinger in der Mortadella“ oder „die hellgrüne Eiscreme“ – also nicht die satgrüne, das wäre schließlich Waldmeister. Im vergangenen Jahr jedoch hat die Pistazie einen geradezu komischen Aufstieg hingelegt.

Name der Dubai-Schokolade – einen Hit. Kiki Aweimer schließlich, eine weitere Food-Influencerin, erkannte als eine der Ersten das große Potenzial der neuen Süßigkeit, brachte sie 2024 nach Deutschland und verpasste ihr zudem einen Namen, der auch für deutsche Ohren aufregende Exotik und den nötigen Glamour verspricht: Dubai-Schokolade.

Wie es danach weiterging, haben die meisten Verbraucherinnen und Verbraucher vermutlich selbst erlebt: Dubai-Schokolade als selbstgemachtes Geschenk abenteuerlustiger Hobby-Konditoren, Dubai-Schokolade an der Supermarkt-Kasse, Geschmacksrichtung „Dubai-Schokolade“ im Kakao-Regal, und-und-und. So gut wie jeder mit Rang und Namen in der Lebensmittelindustrie wollte auf der Welle mitreiten und ebenfalls ein Produkt rund um die hochpreisige Spezialität anbieten. Es folgten Klagen um die Namens-Rechte, und am Ende lagen dann „Orient-Kuchen“ oder „Wüsten-Eis“ in den Auslagen der Bäckereien und Eisdienlen – natürlich immer mit dabei: die Pistazie.

Für eine Zeitlang dürfte die Dubai-Schokolade also den Traum eines jeden Produktentwicklers dargestellt haben: Dank der sympathischen Hintergeschichte hatte in der relevanten Zielgruppe so gut wie jeder davon gehört, die Werbung lief

online fast von allein, alle wollten es und am Ende war es wortwörtlich in aller Munde. Die Kunst bei einem solchen Hype-Produkt ist es dann nur noch, die Nachfrage langfristig aufrechtzuerhalten. Dahingehend gibt es erste Rückschlüsse: Der Hype ist jetzt erst einmal vorbei.

Ob sich die Dubai-Schokolade also trotzdem zum Dauerbrenner wird mausern können, oder aber das Auf und Ab des einstigen Hype-Produktes Bubble-Tea erleben wird, bleibt noch abzuwarten. Bei echten Produkt-Champions kommt es nämlich nicht unbedingt auf eine vorübergehend hohe Sichtbarkeit und Beliebtheit an, sondern häufig auf eine langfristige Überzeugungskraft. Die kann auch ganz still und bescheiden daherkommen: Als Schokoladensorte etwa läuft nach wie vor die eher unpräzise Sorte „(Zart-)Bitter“ der aufregenden Dubai-Schokolade den Rang ab und belegt führt hierzulande das Schoko-Ranking.

Ob ein Produkt auf lange Sicht begeistern kann, hängt mit mehreren Faktoren zusammen. Wichtig ist dabei in erster Linie, es seinen Konsumentinnen und Konsumenten einen wie auch immer gearteten Mehrwert bietet: dass es also beispielsweise besonders gut schmeckt oder auch ein ansprechendes Design hat; dass es einfach zu handhaben ist oder Spaß in der Anwendung macht; dass es einen hohen praktischen Nutzen hat oder das Potenzial, für anhaltende positive Erinnerungen zu sorgen.

Ist das der Fall, können Produkte aus grundsätzlich jedem Segment bei ihren Käuferinnen

und Nutzern zu Champions werden – auch ohne dafür eine visuelle Präsenz auf Instagram zu bieten. Welche Unternehmen ihre Kundschaft derzeit mit ihren Produkten besonders begeistern, hat ServiceValue auch in diesem Jahr wieder in der regelmäßig durchgeführten Studie „Produkt-Champions“ erhoben und in ein Ranking übertragen. Dabei wurden Anbieter aus den unterschiedlichsten Segmenten berücksichtigt und zur Bewertung gestellt, sodass vom Anbieter alternativer pflanzlicher Lebensmittel über den Garten- & Motorgerätehersteller bis hin zum Privaten Krankenversicherer und zum Weiterbildungsanbieter alles dabei ist. Die jeweils bestbewerteten Anbieter aller Branchen finden Sie in der Tabelle.



Modernes Märchen aus dem Morgenland: Ob die Dubai-Schokolade als Produkt eher Eintagsfliege oder Dauerbrenner ist, muss sich noch erweisen

DAS MESSINSTRUMENT DER PBS

Basis des Rankings ist der wissenschaftlich belastbare „Product Benefit Score“ (PBS). Er wird per Kundenbefragung ermittelt und ist ein klares, verständliches und effizientes Messinstrument. Die entscheidende Themenstellung: **Bitte geben Sie an, ob Unternehmen xy Sie persönlich über die Qualität seiner Produkte begeistert!**

Die Befragten haben drei Antwortmöglichkeiten: „Ja“, „Nein“ oder „Ich kann die Produkte hier nicht beurteilen bzw. kenne das Unternehmen nicht.“ Als PBS ausgewiesen wird der prozentuale Anteil an Befragten, die von dem/den Produkt/en einer Firma begeistert sind. Die direkte Ja-/Nein- Abfrage hat gegenüber der Messung über eine Zufriedenheits-Skala den entscheidenden Vorteil und gegenüber der Bildung eines Index aus einzelnen Aspekten den Vorzug, dass die Verteilung der Kundenurteile nicht durch vorsätzliche Gewichtung verfälscht werden kann. Da der Score von Branchen und Geschäftsmodellern unabhängig ist, gewährleistet er eindeutige Vergleichbarkeit.

So wird über die Branchen-Rankings mit ihren jeweiligen Gewinnern (s. Tabelle u.) hinaus auch ein branchenübergreifendes Gesamt-Ranking gebildet. Dort rangieren die bestplatzierten Firmen auf Medaillenrängen (Gold, Silber, Bronze). Die Befragung erfolgt über ein Online-Panel mit über 3 Millionen registrierten Bürgerinnen und Bürgern. Grundsätzlich werden pro Unternehmen maximal 1000 und minimal 300 Stimmen – in Einzelfällen aufgrund Inzidenzrate und Kundenzahl auch weniger – eingeholt.



Dieses Gütesiegel wird von WELT in Kooperation mit ServiceValue an die Produkt-Champions der untersuchten Branchen vergeben. Es gilt für ein Jahr

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.

ServiceValue 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.



KUNDEN-VOTUM

DIE BESTEN DER PRODUKT-CHAMPIONS 2025

Marke/Unternehmen	Branche	PBS 2025*	Marke/Unternehmen	Branche	PBS 2025*
ABUS	Sicherheit	80,40%	Philips	Elektrische-/Schall-Zahnbürsten	65,89%
Samsung	Unterhaltungselektronik	78,44%	WE Fashion	Fashion: Familienmode	65,69%
Bosch	Haushaltsgerätehersteller	77,62%	ECO System HAUS	Modishausanbieter	65,59%
GARDENA	Garten- & Motorgerätehersteller	75,22%	DONNER & REUSCHEL	Privatbanken	65,56%
Drogerie Müller	Drogerien	74,53%	ELEMENTS	Badausstatter	65,53%
WENKO	Haushaltswarenhersteller	74,53%	hellafresh.de	Kochboxversender	65,53%
CUBE	Fahrrad- & E-Bikehersteller	73,66%	schrankploner.de	Möbel nach Maß	65,53%
NOVELAN	Heiztechnik & Wärmepumpen	73,57%	WIRTSCHAFTSDRUCK	Druckereien	65,45%
LIDL	Lebensmittel-Discounter	72,23%	Giro	Schaltsystemhersteller	65,31%
Tamaris	Schuhhersteller	71,79%	Sportstech	Fitnessgeräte	65,26%
KOSMOS	Spielwarenhersteller	71,53%	Seiko	Uhrenhersteller	65,25%
Nike	Sportartikelhersteller	71,23%	Hurtigruten	Kreuzfahrtsanbieter	65,25%
Hortan	Kinderwagen	70,86%	bosch Tiernahrung	Tierfutter	65,25%
Hartman	Gartenmöbel	70,82%	as-garten.de	Pflanzenversender	65,24%
LUXHAUS	Fertighausanbieter	70,78%	Villeroy & Boch	Keramik & Glas	65,23%
Condor Flugdienst	Fluggesellschaften	70,39%	WISO Steuer	Steuersoftware	65,21%
WERU	Fenster, Türen & Tore	70,22%	C24	Neobanken	65,02%
Garden Gourmet	Alternative pflanzliche Lebensmittel	70,17%	DEGRO	Online-Broker	64,87%
Frankenstolz	Matratzenhersteller	70,02%	ALDI TALK	Mobilfunkanbieter	64,85%
Maritim Hotels	Hotels - Premium	69,36%	Saturn	Elektro-Fachmärkte	64,82%
rauch Möbel	Möbelmarken	69,19%	blume2000.de	Blumenversender	64,71%
orthomol	Nahrungsergänzungsmittel	69,16%	METTEN Stein+Design	Pflastersteine/Terrassenplatten	64,68%
KÄRCHER Clean Park	Autoswaschanlagen	68,84%	Serengeti-Park	Themenparks	64,63%
HARO	Bodenbelaghersteller	68,80%	Heldring	Ätherische Öle	64,58%
BayWa Bau & Garten	Baumärkte	68,54%	Premio Reifen + Autoservice	Autoservice	64,52%
THÜROS	Grillhersteller	68,53%	Abi	Baby-/Kinderbedarf	64,51%
tchibo.de	Online-Shops (Generalisten)	68,31%	VARTA	Batteriehersteller	64,51%
Springfree	Trampolinhersteller	68,25%	HANSA-PARK	Freizeitparks	64,39%
ALNO	Küchen-Hersteller	68,23%	Pampers	Babypflege	64,25%
Faber-Castell	Büro- & Schreibwaren	68,03%	smartkündigen	Kündigungsdienste	64,21%
OSTERMANN	Möbelhändler	67,94%	Rosetta Stone	Online-Sprachkurse	64,18%
IKK classic	Krankenkassen - überregional	67,86%	Paradies	Bettwaren	64,15%
BURJIA	Arbeitskleidung/Arbeitsschutz	67,78%	Metel One	Hotels - Budget	64,09%
Interstuhl	Büromöbel	67,54%	Altepha und gesund leben Apotheken	Apotheken-Kooperationen	64,03%
CMD Naturkosmetik	Kosmetikhersteller	67,52%	EMRA	E-Bike Versicherer	64,03%
aurord.de	Dienstoffrad-Leasing	67,52%	MEGA Bike	Fahrrad-Shops	64,02%
Haufe Akademie	E-Learning-Anbieter	67,25%	TEDI	Non-Food Discounter	64,01%
Kaufland	Verbrauchermärkte - SB Warenhäuser	67,25%	Alpina	Farben & Lacke	64,00%
ALLVEST	Digitale Versicherungsexperten (Insur Techs)	67,21%	Lassie	Tierversicherer	63,92%
DERTOUR	Reiseveranstalter	67,20%	AOK Hessen	Krankenkassen - regional	63,80%
REWE	Lebensmittel-Einzelhändler	66,97%	KNAUS	Wohnmobil-/Wohnwagenhersteller	63,72%
frabox.de	Briefkästen & Außenanstattung	66,96%	smileunion	Zahnkliniken	63,57%
Timberland	Outdoor	66,94%	eismann	Lebensmittel-Heimservice	63,46%
wajouty	Premium-TV-Anbieter	66,93%	Rituals	Beauty-Shops	63,42%
Berger	Campingausstatter	66,87%	Alte	Babynahrungsmittel	63,41%
Romantik Hotels	Hotelloperationen	66,79%	DECATHLON	Sport- & Freizeitgeschäfte	63,33%
Binder Optik	Optiker	66,77%	POOLUNION	Pool-Fachhändler	63,26%
HauptstadtKoffer	Koffer, Taschen & Rucksäcke	66,73%	MELLERUD	Oberflächenreiner	63,24%
Best Western Hotels & Resorts	Hotels - Mittelklasse	66,65%	SGD - Deutschlands führende Fernschule	Weiterbildungsanbieter	63,24%
Wästenrot Bausparkasse	Bausparkassen	66,57%	quiron	Digitale Finanzexperten (FinTechs)	63,23%
Swiffer	Bodenreinigungssysteme	66,35%	CHRIST	Schmuckgeschäfte	63,23%
pixum.de	Fotodienste	66,30%	Renson	Sarmentenschutzsysteme	63,21%
HörPartner	Hörgeräteakustiker	66,23%	Gartencenter Meckelburg	Gartencenter	63,21%
Bräther	Nähmaschinen	66,21%	Die Bäckerei	Bäckereien	63,21%
Bosch Power Tools	Werkzeugehersteller	66,19%	Louis	Motorrad-Shops	63,20%
Matratzen Concord	Betten & Zubehör	66,07%	L'Ostria	Fast Food Restaurants	63,02%
Covivio	Wohnungsunternehmen	66,03%	Opel	Autohersteller	63,02%
Hansagarten24	Garten-/Gerätehäuser	66,02%	PARI	Elektronik für Gesundheit	63,00%
Hansgrohe	Sanitär	66,01%	IONOS	Webhosting-Anbieter	62,99%
cyber	Kinderstühle	65,96%	EGLÖ	Lampen & Beleuchtung	62,99%
mey	Fashion: Wäsche & Strümpfe	65,95%	Starbucks	Coffee-Shops	62,93%
GALERIA	Kaufhaus/Warenhaus	65,91%	Geridoo	Fahrradhänger	62,89%

Die Tabellen listen die 186 Bestplatzierten je Branche nach PBS (s.o.) auf. Einem Gold-Rang entspricht ein PBS von mindestens 65,82 %, für Silber ist ein PBS von mindestens 63,87 % und für Bronze der Mindestwert von 62,29 % erforderlich (Werte gerundet)

DIE BESTEN BRANCHEN 2025

Marke/Unternehmen	Branchenwert	Anzahl Unternehmen pro Branche
Drogerien	67,9%	5
Heiztechnik & Wärmepumpen	65,7%	20
Trampolinhersteller	64,8%	7
Haushaltsgerätehersteller	64,4%	61
Matratzenhersteller	63,7%	17
Bodenreinigungssysteme	62,8%	4
Werkzeugehersteller	62,6%	11
Haushaltswarenhersteller	62,5%	32
Fahrrad- & E-Bikehersteller	62,4%	31
Elektro-Fachmärkte	62,1%	6
Lebensmittel-Discounter	62,0%	7
Hotels - Mittelklasse	61,8%	11
Keramik & Glas	61,7%	10
Hotelloperationen	61,6%	7
Batteriehersteller	61,6%	4
Büromöbel	61,6%	20
Gartenmöbel	61,4%	14
Möbel nach Maß	61,3%	10
Unterhaltungselektronik	61,2%	31
Themenparks	61,1%	8
Koffer, Taschen & Rucksäcke	61,1%	28
Elektrische-/Schall-Zahnbürsten	61,1%	9
Küchen-Hersteller	61,1%	21
Grillhersteller	60,9%	17
Hotels - Premium	60,9%	16
Neobanken	60,8%	7
Ätherische Öle	60,7%	5
Kochboxversender	60,7%	5
Büro- & Schreibwaren	60,6%	22
Möbelmarken	60,5%	36
Nahrungsergänzungsmittel	60,5%	28
Garten- & Motorgerätehersteller	60,4%	18
Fitnessgeräte	60,2%	13
Zahnkliniken	60,1%	4
Kosmetikhersteller	60,1%	29
Babypflege	60,1%	5
Kindersitze	60,1%	5
Steuersoftware	60,1%	10
Garten-/Gerätehäuser	60,0%	10
Reiseveranstalter	59,9%	8
Dienstoffrad-Leasing	59,9%	11
Spielwarenhersteller	59,8%	32
Hotels - Budget	59,8%	7
Arbeitskleidung/Arbeitsschutz	59,7%	14
Elektrogeräte für Gesundheit	59,6%	9
Baumärkte	59,6%	15
Alternative pflanzliche Lebensmittel	59,5%	13
Premium-TV-Anbieter	59,4%	11
Fashion: Wäsche & Strümpfe	59,3%	14
Sanitär	59,1%	32

Mehr Informationen unter www.servicevalue.de

