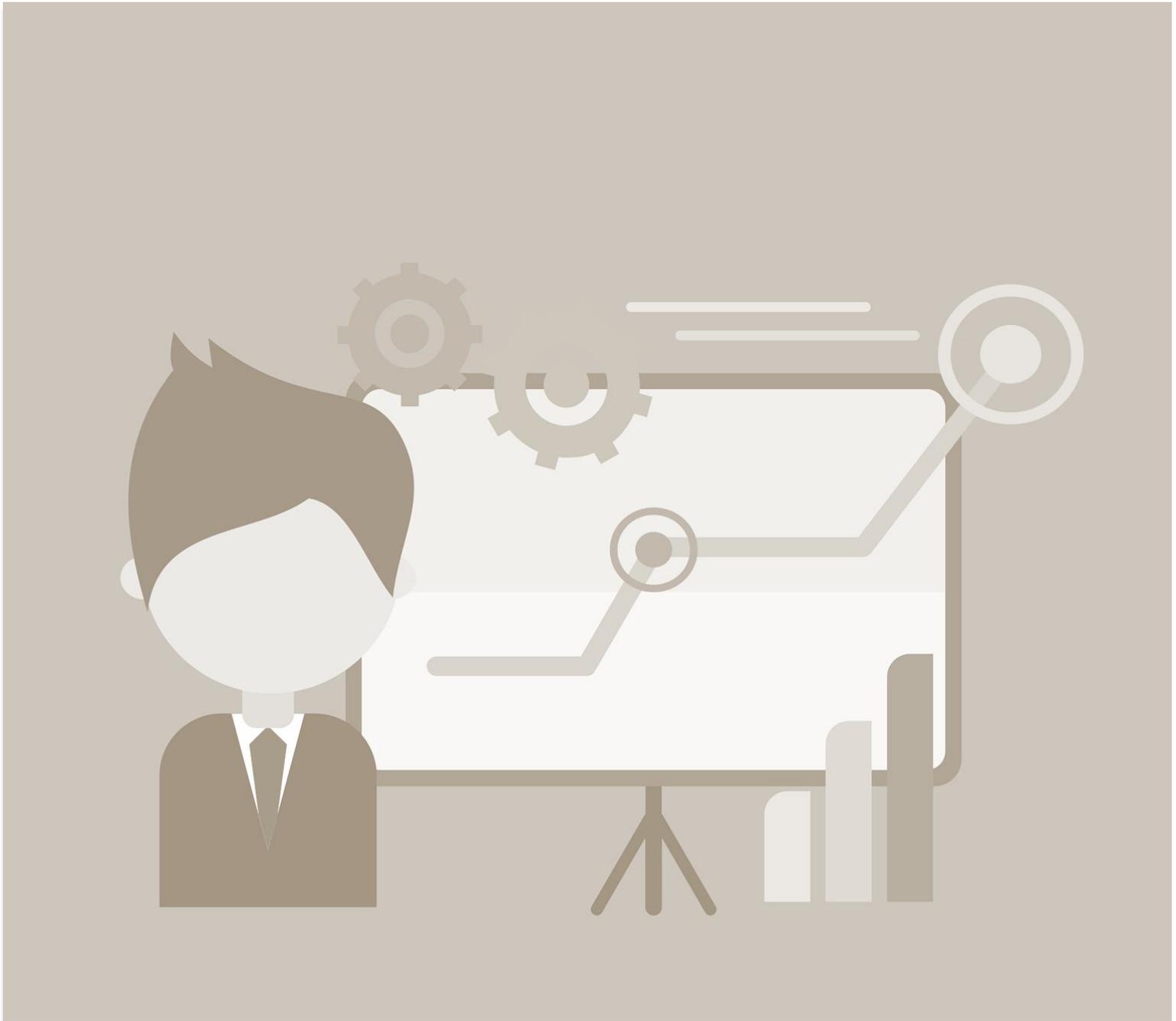


CHAMPIONS IN DER KUNDENBETREUUNG 2025

JULI 2025





#

MOTIVATION & METHODIK

CHAMPIONS IN DER KUNDENBETREUUNG 2025

MOTIVATION

In einem Markt, in dem viele um Aufmerksamkeit und Vertrauen ringen, wird gute Kundenbetreuung immer wichtiger. Menschen erwarten heute mehr als nur Antworten. Sie wünschen sich echte Hilfe, freundliche Kommunikation und Lösungen, die schnell und unkompliziert weiterhelfen. Wer das bietet, hebt sich von anderen ab und hinterlässt einen bleibenden Eindruck.

Kundenbetreuung zeigt sich nicht nur in Abläufen, sondern im Miteinander – im Zuhören, in Verlässlichkeit und echtem Interesse. Unternehmen, die das leben, schaffen Vertrauen und bauen langfristige Beziehungen auf. Sie sind da, wenn es zählt, und werden gern weiterempfohlen.

Die ausgezeichneten Unternehmen zeigen: Starke Kundenbetreuung ist kein Zufall, sondern das Ergebnis klarer Werte, gelebter Servicekultur und echter Kundennähe. Genau das macht im Wettbewerb den Unterschied.

Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Champions in der Kundenbetreuung 2025“ die Daten eines Social Media Monitorings. Dieses untersucht die Themenfelder Kundenberatung, Service, Kundenzufriedenheit, Weiterempfehlung und Gesamteindruck. Die Auswertung zeigt, welche Unternehmen besonders positiv wahrgenommen werden – und damit Maßstäbe in Sachen Kundenbetreuung setzen.

CHAMPIONS IN DER KUNDENBETREUUNG 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.

Nachrichten-Seiten 

Webseiten 

Foren 



 **Wichtige**
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**
Seiten

 **Presse-**
mitteilungen

 **Blogs**

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 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:

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

Service: Kundenfreundlichkeit, Kundencenter, Kulanz, Kundenbetreuung, Kundenbedürfnisse, Reklamation, Garantie, Beratungshotline, Rückgaberecht, Kundenrecht

Kundenzufriedenheit: Kundenwertschätzung, Kündigung, Beschwerdemanagement, Kundenerlebnisse, Reklamation, Umtausch, Service für Kunden

Weiterempfehlung: abraten, anraten, abbringen, ausreden, empfehlenswert, empfehlungswürdig, Empfehlung, empfohlen von,

Gesamteindruck: themenübergreifende Einordnung der Texte hinsichtlich ihrer Tonalität

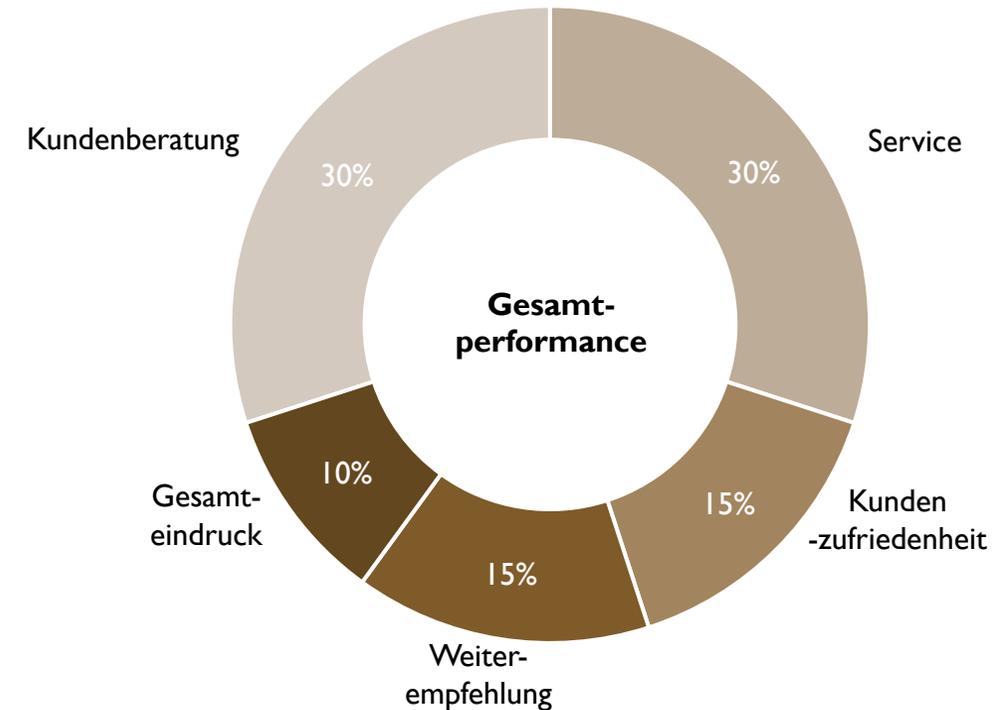
CHAMPIONS IN DER KUNDENBETREUUNG 2025

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.

Die Messung der Performance basiert auf fünf Kriterien: Kundenberatung und Service gehen jeweils mit 30% in die Bewertung ein, Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlung mit jeweils 15% sowie der Gesamteindruck mit 10% (vgl. nebenstehende Graphik).



CHAMPIONS IN DER KUNDENBETREUUNG 2025

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **26,7 Millionen Nennungen** zu etwa 16.000 Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Juli 2023 bis 30. Juni 2025** identifiziert und zugeordnet werden. Zur Berechnung der Punktwerte werden für jedes Unternehmen 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 branchenbezogen normiert. Das beste Unternehmen jeder Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden danach normiert. Abschließend wird für jede Branche der durchschnittliche Punktwert aller Teilnehmer ermittelt. Dieser bildet die Untergrenze für die Vergabe der Auszeichnungen.

CHAMPIONS IN DER KUNDENBETREUUNG 2025

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Champions in der Kundenbetreuung 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 innerhalb der Branche. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen, die überdurchschnittlich viele Punkte erreicht haben.





#

KONTAKT

CHAMPIONS IN DER KUNDENBETREUUNG 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.



CHAMPIONS IN DER KUNDENBETREUUNG 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