

DEUTSCHLANDS BESTE BERATER 2025

JULI 2025



#

**MOTIVATION
& METHODIK**

MOTIVATION

Wer sind Deutschlands beste Berater?

Im Kontext zunehmender Marktkomplexität und digitaler Transparenz stehen beratende Unternehmen unter besonderer Beobachtung, sowohl hinsichtlich ihrer fachlichen Expertise als auch im Hinblick auf Servicequalität, Preisgestaltung und langfristige Kundenbindung. In dieser Studie werden daher die besten Berater im B2B Bereich ermittelt, abhängig von der positiven Wahrnehmung in den sozialen Medien. Entscheidend ist dabei nicht nur ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis, sondern vor allem die Fähigkeit der Unternehmen, individuelle Kundenbedürfnisse präzise zu erfassen und in passgenaue, wirtschaftlich tragfähige Lösungen zu überführen.

Unternehmen, die in dieser Studie hervorgehoben werden, zeichnen sich durch eine hohe Servicequalität, transparente Kommunikation und lösungsorientierte Herangehensweisen in Sachen Beratung aus. Es zeigte sich bereits in der Vergangenheit, dass Vertrauen, fachliche Kompetenz und Verlässlichkeit zentrale Faktoren für eine stabile Kundenbeziehung sind und die Maßstäbe für den hauseigenen Service setzen. Insbesondere in beratungsintensiven Branchen sind diese Faktoren wichtig, da die getroffenen Entscheidungen oft mit hohen Investitionen verbunden sind. Die Hinzunahme der Weiterempfehlungsrate dient indessen als weiteres Messmerkmal für die Stärke der Kundenbindung und Kundenzufriedenheit. Durch diese Studie werden all diejenigen Unternehmen hervorgehoben, die es verstehen, sich als verlässliche Berater in einem wettbewerbsintensiven Markt zu positionieren und mit ihrer nachhaltigen Kundenzentrierung punkten.

Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Deutschlands beste Berater 2025“ die Daten eines Social Media Monitorings. Das Social Media Monitoring untersucht die Themengebiete Preis-Leistung, Kundenberatung, Preis, Qualität, Weiterempfehlung und Service.

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



Blogs



Wichtige
Social-Media-Kanäle



Consumer-
Seiten



Presse-
mitteilungen

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:

Preis-Leistung: preiswert, überteuert, hochwertig, für wenig Geld, für kleines Geld, angemessen, günstig

Kundenberatung: Beratungsgespräch, Beratungsstelle, Beratungsqualität, Beratungskompetenz

Preis: Preisveränderung, Preisverhandlung, Preispolitik, Preismanagement, Kostenpunkt, Ersparnis, Vergünstigung

Qualität: wertig, vollständig, abgenutzt, wertvoll, defekt, ausgezeichnet, geringwertig, hochwertig, miserabel

Weiterempfehlung: abraten, anraten, abbringen, ausreden, empfehlenswert, empfehlungswürdig

Service: Kundenfreundlichkeit, Kundencenter, Kulanz, Kundenbetreuung, Kundenbedürfnisse, Reklamation

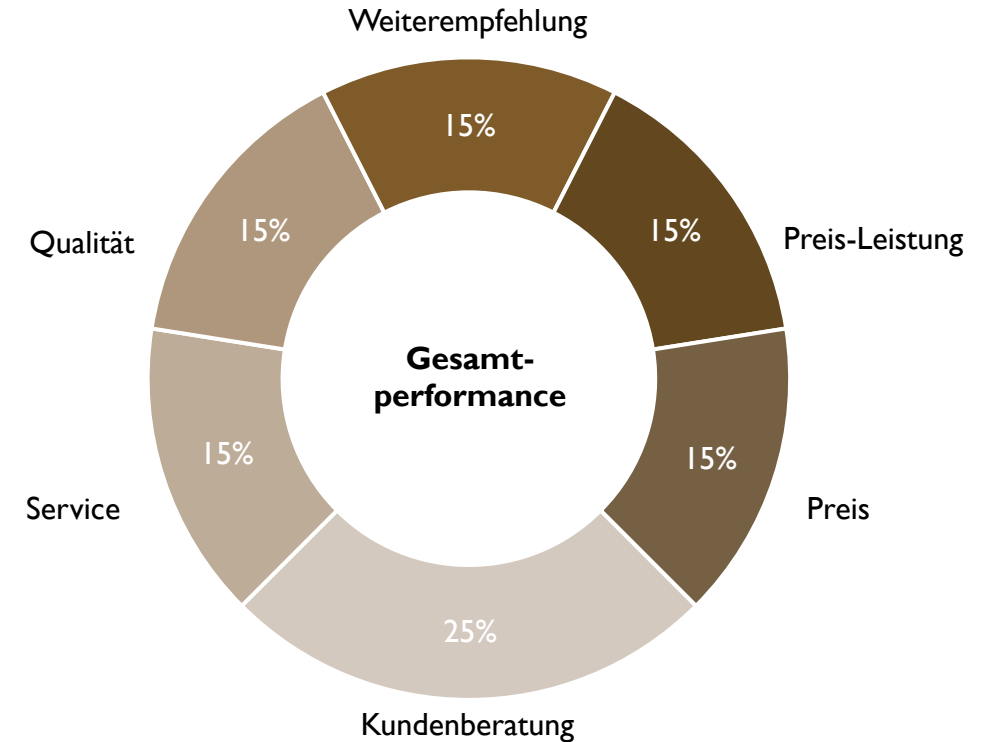
DEUTSCHLANDS BESTE BERATER 2025

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 beruht zu jeweils 15 % auf der Bewertung der Eventtypen Preis-Leistung, Preis, Qualität, Weiterempfehlung und Service. Für den Eventtyp Kundenberatung erfolgt eine Bewertung zu 25 %.(vgl. nebenstehende Graphik).



METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **650 Tausend Nennungen** zu etwa 2.800 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.

DEUTSCHLANDS BESTE BERATER 2025

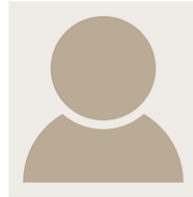
METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Deutschlands beste Berater 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

DEUTSCHLANDS BESTE BERATER 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.



DEUTSCHLANDS BESTE BERATER 2025

F.A.Z. INSTITUT



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 1
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