

DEUTSCHER CHAMPION

DEUTSCHER-CHAMPION.DE

Was ist wichtiger im Kampf um die Kundschaft: eine namhafte Marke oder ein günstiger Preis? Ein tolles Produkt oder ein ausgezeichneter Service? Eine einladende Filiale oder ein überzeugender Internetauftritt? Bei manchen Unternehmen stimmt auch einfach alles – und das sind die „Deutschen Champions“.



GETTY IMAGES/TETRA IMAGES/MIKE KEMP

Die „Deutschen Champions“ sind im Unternehmensbereich vergleichbar mit dem Pokal der Pokalsieger: Hier werden ausschließlich Service-Profis gekürt, denen ihre Kunden in jeglicher Hinsicht Bestleistungen attestieren.

DER DIENSTLEISTER

SERVICEVALUE
GMBH

ServiceValue ist eine auf das Beziehungsmanagement zwischen Unternehmen und Anspruchsstellern (Stakeholder) spezialisierte Analyse- und Beratungsgesellschaft mit Sitz in Köln, gegründet 2009.

Sie 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.

KÜR DER MULTITALENTE

OHNE FRAGE DER BESTE – „DEUTSCHER CHAMPION 2026“

Bei den wenigsten Entscheidungen ist die beste Wahl eindeutig. Wer besonders preisbewusst einkauft, muss mitunter Abstriche bei der Produktqualität machen. Wer eine bestimmte Marke vorzieht, muss manchmal mit Vertriebswegen vorlieben, die nicht seinen Gewohnheiten entsprechen. Wer besonderen Wert auf einen herausragenden Service legt, muss wiederum nicht selten einen höheren Preis dafür zahlen.

Für welchen Anbieter sich der Einzelne dann entscheidet, hängt maßgeblich von seinen jeweiligen Prioritäten ab. Diese können von den wirtschaftlichen Möglichkeiten, eventuellen Einschränkungen beim Zugang zur Angebotsvielfalt sowie natürlich auch von den persönlichen Vorlieben geprägt sein. In der Regel gilt dann aber: Man kann nicht alles haben.

Oder vielleicht doch? Manchen Unternehmen gelingt es schließlich, auf ganzer Linie zu überzeugen und darüber hinaus zu begeistern. Welche Anbieter das sind, zeigt die aktuelle Studie „Deutscher Champion 2026“ von WELT in Kooperation mit der Kölnner Rating- und Rankingagentur ServiceValue. Die Untersuchung basiert auf Erhebungen zu den sechs unabhängigen voneinander

geprüften Teilbereichen Service, Produkt, Preis, Marke, Filiale und Digitalisierung. Alle sechs Erhebungen wurden im Laufe des Jahres 2025 nach fest definierten, empirisch belastbaren Kriterien durchgeführt.

Dazu wurde eine jeweils unterschiedliche, jedoch stets repräsentative ausgesteuerte Anzahl von geschäftsfähigen Deutschen befragt, ob die in den Studien genannten Unternehmen sie als Kunden in den vergangenen Monaten begeistert haben. Aus dem Anteil positiver Antworten er gab sich für jedes abgefragte Unternehmen ein prozentualer Messwert (siehe „Verfahren und Methode“).

Erreichte dieser Messwert am Ende eine bestimmte, eigens für jeden Teilbereich festgelegte Höhe, wurde das entsprechende Unternehmen im jeweiligen Ranking der sechs oben genannten Untersuchungen als Service-, Produkt-, Preis-, Marken-, Filial- bzw. Digitalisierungs-Champion gelistet und entsprechend ausgezeichnet.



Zum achten Mal wurde jetzt die Auszeichnung „Deutscher Champion“ verliehen. Das entsprechende Siegel gehört pro Branche nur jeweils einem Unternehmen, das im Multi-Wettbewerb über bis zu sechs Disziplinen in Summe am besten abgeschnitten hat

Der Titel „Deutscher Champion“ wird für jede Branche nur einmal vergeben – das aber schon seit vielen Jahren. Unter den insgesamt 45 antizierenden „Deutschen Champions“ sind altbekannte Dauersieger wie beispielsweise Commerzbank, Apollo-Optik, SEGmüller, SchwörerHaus, ILS, toom Baumarkt, CosmosDirekt, ADVOCARD und WWK (als Lebensversicherer). Auch Junge die Bäckerei sowie das Hotel (Premium) Steigenberger Hotels & Resorts und der Ökoenergiedienstleister Grünwelt Energie konnten, wie noch weitere Anbieter, erneut an ihre Vorjahresfolge anknüpfen. Neu als Gewinner innerhalb ihrer Branchen hinzugekommen sind in diesem Jahr zum Beispiel TK – Die Techniker (Krankenkassen - überregional), elco (Heiztechnik- & Wärme pumpenhersteller), E.ON (Energieversorger – bundesweit), VELUX (Fenster, Türen, Tore), Heinz von Heiden (Massivhausanbieter) und Allianz (Private Krankenversicherer).

All diese sowie weitere 27 aktuelle Champions haben ihre Kundinnen und Kunden über das letzte Jahr hinweg stetig und nachhaltig begeistert und mit Bestleistungen in jeder Hinsicht überzeugt. Wer sich also stets für den Besten entscheiden möchte, sollte auf das „Deutsche Champions“-Qualitätsseiegel achten – und kann bei den Ausgezeichneten getrost darauf vertrauen: Diese Anbieter sind in jeder Hinsicht top.

Mehr Informationen unter www.servicevalue.de



AUSZEICHNUNG „DEUTSCHER CHAMPION“

VERFAHREN UND METHODE

Seit Dezember 2018 kürt die Analysegesellschaft ServiceValue in Kooperation mit WELT exklusiv den „Deutschen Champion“ unter in Deutschland tätigen Unternehmen.

Die Auszeichnung basiert auf den Scores der jährlich einzeln durchgeführten Champions-Untersuchungen, aktuell sechs an der Zahl: Filial-Champions (SFS, Store Fascination Score), Produkt-Champions (PBS, Product Benefit Score), Preis-Champions (PSS, Price Structuring Score), Digital-Champions (DES, Digital Experience Score), Marken-Champions (BFS, Brand Fascination Score) und Service-Champions (SES, Service Experience Score) sowie der freiwilligen Service Potenzial Analyse (SPA) beim Management für die Mitgliedschaft im „Club der Besten“.

UNABHÄNGIGE KUNDENBEFRAGUNGEN

Grundlagen jeder Untersuchung sind unabhängige Befragungen zur Kundenbegeisterung (wie im „Club der Besten“ ein Management-Audit). Die Kundenbefragungen finden ohne Mitwirkung und Einflussnahme der Unternehmen statt.

Die Durchführung einer SPA setzt einen im Vergleich zu allen untersuchten Unternehmen überdurchschnittlichen Score in mindestens einer der sechs Untersuchungen sowie eine kostenpflichtige Anmeldung und Mitwirkung voraus. Zur Ermittlung des Preisträgers „Deutscher Champion“ innerhalb einer Branche erfolgt eine Meta-Analyse der Champions-Studien, die diese Branche mit aufführen.

Angewandt wird dann ein standardisiertes Auswertungsverfahren. Die Scores (auf einer Skala von 0 – 100) der jeweiligen Kundenbefragungen gehen, wenn sie breiter angelegt sind und sich auf das gesamte Unter-

nehmen beziehen (wie bei Marke, Filiale und Digitalisierung), mit einfacher Gewichtung in die Auswertung ein. Bei Vollsortimentern, Vollversicherern oder Multi-Dienstleistern gilt der Score für alle Branchen, denen sie dann zugeordnet werden sind. Doppelt zählen Scores, die sich auf einzelne Geschäftsfelder oder Unternehmens-Teilbereiche beziehen (Produkt, Preis, Service).

Der entsprechende Score ist also branchenspezifisch. Daher haben Vollsortimenter, Vollversicherer oder Multi-Dienstleister ebenso viele Scores, wie sie Branchen zugeordnet sind.

Der Score einer SPA (ebenfalls auf einer Skala von 0 – 100) zählen doppelt in der Auswertung. Das Management-Audit basiert auf einem mehrdimensionalen Ansatz, der ebenfalls breiter angelegt ist und sich auf das gesamte Unternehmen bezieht.

UNABHÄNGIGE KUNDENBEFRAGUNGEN

Grundlagen jeder Untersuchung sind unabhängige Befragungen zur Kundenbegeisterung (wie im „Club der Besten“ ein Management-Audit). Die Kundenbefragungen finden ohne Mitwirkung und Einflussnahme der Unternehmen statt.

Die Durchführung einer SPA setzt einen im Vergleich zu allen untersuchten Unternehmen überdurchschnittlichen Score in mindestens einer der sechs Untersuchungen sowie eine kostenpflichtige Anmeldung und Mitwirkung voraus. Zur Ermittlung des Preisträgers „Deutscher Champion“ innerhalb einer Branche erfolgt eine Meta-Analyse der Champions-Studien, die diese Branche mit aufführen.

Angewandt wird dann ein standardisiertes Auswertungsverfahren. Die Scores (auf einer Skala von 0 – 100) der jeweiligen Kundenbefragungen gehen, wenn sie breiter angelegt sind und sich auf das gesamte Unter-

nehmen beziehen (wie bei Marke, Filiale und Digitalisierung), mit einfacher Gewichtung in die Auswertung ein. Bei Vollsortimentern, Vollversicherern oder Multi-Dienstleistern gilt der Score für alle Branchen, denen sie dann zugeordnet werden sind. Doppelt zählen Scores, die sich auf einzelne Geschäftsfelder oder Unternehmens-Teilbereiche beziehen (Produkt, Preis, Service).

Der entsprechende Score ist also branchenspezifisch. Daher haben Vollsortimenter, Vollversicherer oder Multi-Dienstleister ebenso viele Scores, wie sie Branchen zugeordnet sind.

Der Score einer SPA (ebenfalls auf einer Skala von 0 – 100) zählen doppelt in der Auswertung. Das Management-Audit basiert auf einem mehrdimensionalen Ansatz, der ebenfalls breiter angelegt ist und sich auf das gesamte Unternehmen bezieht.

Zudem ist dieser Score nur bei jenen Unternehmen vorhanden, die eine SPA haben durchführen lassen.

PRO BRANCHE EIN CHAMPION

Der Titel „Deutscher Champion“ wird je Branche nur einmal vergeben. Die Auswahl der Branchen orientiert sich an den Branchenlisten, zu finden in den zweifach gewichteten Champions-Kundenbefragungen (Produkt, Preis, Service). Ist eine ausgewählte Branche nicht in allen Untersuchungen vertreten, so wird in ihr dennoch ein „Deutscher Champion“ gekürt, sofern zumindest drei der sechs kundenbezogenen Champions-Untersuchungen ihrer Meta-Analyse zugrunde liegen.

Als grundsätzlich für den Titel qualifiziert gelten jene Unternehmen, die in allen kundenbezogenen Champions-Untersuchungen in der jeweiligen Branche einen Eigenwert aufweisen.

SIEGER IN SECHS KATEGORIEN

DEUTSCHE CHAMPIONS

Metabranche / Branche	Unternehmen
Dienstleister	
Autobanken	STELLANTIS Bank
Autoservice	ATU
Bausparkassen	BHW Bausparkasse
Direktbanken	Consorsbank
Direktversicherer	CosmosDirekt
Energiedienstleister - bundesweit	E.ON
Energiedienstleister - regional	envirom/ MITGAS
Filialbanken	Commerzbank
Fondsgesellschaften	DWS
Hotels - Budget	Motel One
Hotels - Mittelpalette	Leonardo Hotels
Hotels - Premium	Steigenberger Hotels & Resorts
Kfz-Versicherer	ADAC Versicherungen
Krankenkassen - regional	AOK Hessen
Krankenkassen - überregional	TK - Die Techniker
Lebensversicherer	WWK
Mobilfunk-Discounter	ALDI TALK
Nochleidenebietter	Schülerlife
Ökoenergie	Grünwelt Energie
Paketzdienste	DHL
Personalienleister	Hofmann Personal
Private Krankenversicherer	Allianz
Rechtsschutzversicherer	ADVOCARD
Telekommunikationsanbieter	1&1
Vergleichsportale	verivox.de
Webohosting-Anbieter	IONOS
Weiterbildungsbetreiber	ILS
Händler	
Bäckereien	Junge die Bäckerei
Baumärkte	toom Baumarkt
Elektrohändler	Saturn
Fahrradhändler	CUBE Store / Multicycle
Küchenfachhändler	Küche&Co
Lebensmittel-Discounter	LIDL
Lebensmittel-Einzelhändler	REWE
Möbelhäuser	SEGmüller
Möbelhäuser - Discount	POCO Einrichtungsmärkte
Non-Food Discounter	TEDI
Optikerketten	Apollo-Optik
Sport- und Freizeitgeschäfte	DECATHLON
Verbrauchermarkte + SB Warenhäuser	Kaufland
Hersteller	
Elektrohersteller	Samsung
Fenster, Türen, Tore	VELUX
Fertighausanbieter	SchwörerHaus
Heiztechnik- & Wärme pumphen hersteller	elco
Massivhausanbieter	Heinz von Heiden