

BRANCHENBESTE DES JAHRES 2026

MÄRZ 2026



#

**MOTIVATION
& METHODIK**

MOTIVATION

Welche Produkte und Dienstleistungen stehen bei Verbraucherinnen und Verbrauchern hoch im Kurs?

Immer wenn sie ein Produkt kaufen oder eine Dienstleistung in Anspruch nehmen, stehen Verbraucherinnen und Verbraucher vor einem vielfältigen Angebot, aus dem sie auswählen können und müssen. Die Entscheidung fällt dabei nicht immer leicht.

Um sich im Entscheidungsprozess zu orientieren, informieren sich Verbraucherinnen und Verbraucher häufig im Internet. Sie lesen Kommentare und Erfahrungsberichte, die andere Nutzerinnen und Nutzer über Produkte, Händler oder Dienstleistungen veröffentlicht haben. Daraus lässt sich neben einem allgemeinen Gesamteindruck auch ein Eindruck zu verschiedenen Einzelaspekten gewinnen.

Social Media Monitoring ist eine Methode zur Quantifizierung der im Internet vorhandenen Kommentare und Berichte. Sie unterstützt dabei, den Gesamteindruck zu ermitteln, indem Inhalte aus einem breiten Spektrum an Quellen gesammelt, den jeweiligen Produkten, Shops oder Dienstleistungen zugeordnet und anschließend analysiert werden. Berücksichtigt werden dabei alle in den vergangenen zwei Jahren veröffentlichten Beiträge. Auf dieser Grundlage lassen sich die besten Anbieter innerhalb ihrer Branche identifizieren.

In der vorliegenden Studie wird der Gesamteindruck untersucht, der sich aus allen zu einer Entität gefundenen Textfragmenten ableiten lässt. Zusätzlich werden thematische Schwerpunkte analysiert, die typischerweise in sogenannten Eventtypen erfasst werden und für eine Entität relevant sind.

Dadurch wird neben dem Gesamteindruck auch die Performance in verschiedenen Dimensionen bewertet, beispielsweise Attraktivität, Qualität, Service, Innovation, Wirtschaftlichkeit, Preis, Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlung.

Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Branchenbeste des Jahres 2026“ die Daten eines umfassenden Social-Media-Monitorings.

BRANCHENBESTE DES JAHRES 2026

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

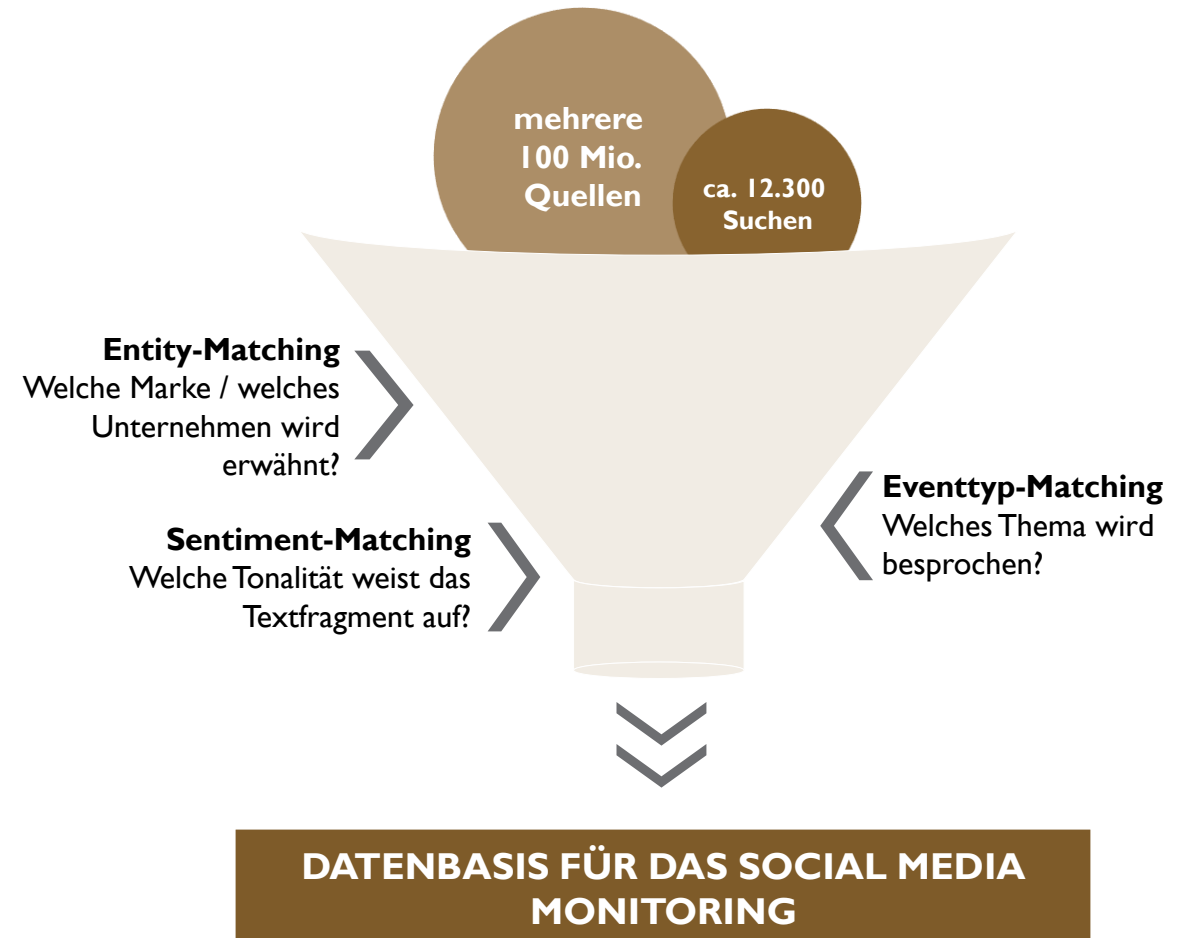


Pressemitteilungen

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. Welche Marke / 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

In dieser Studie werden sämtliche Fragmente analysiert, die einer Marke bzw. einem Unternehmen zugeordnet werden können.

Teil 1 umfasst die Analyse des Gesamteindrucks. Hierbei werden alle zugeordneten Fragmente ohne weitere inhaltliche Differenzierung betrachtet und nach ihrer Tonalität klassifiziert.

Teil 2 analysiert die zugeordneten Fragmente differenziert nach Themengebieten. Zu diesem Zweck werden die Fragmente im Verarbeitungsprozess mithilfe der eingesetzten Künstlichen Intelligenz – sofern möglich – einzelnen Themengebieten zugeordnet. Dabei ist es möglich, dass ein Fragment mehreren Themengebieten gleichzeitig zugeordnet wird.

Diese Themengebiete werden im Rahmen der Studie als „**Eventtypen**“ bezeichnet. Die getrennt untersuchten Eventtypen decken ein breites thematisches Spektrum ab.

GEWICHTUNG EVENTTYPEN

Dabei werden Unterteilungen in die Themengebiete **Qualität, Service, Preis, Produktneuheiten, Kundenzufriedenheit, Weiterempfehlung, Wirtschaftlichkeit, Management, Digitalisierung, Technologie** sowie weitere Themenbereiche vorgenommen.

Die Messung der Performance basiert zu **50 %** auf dem in Teil 1 beschriebenen Eventtyp „**Gesamteindruck**“ und zu **50 %** auf der Analyse der nach Eventtypen unterteilten Fragmente.

Den einzelnen Themengebieten werden – abhängig von der jeweiligen Branche – unterschiedlich viele Fragmente zugeordnet. Diese unterschiedlichen Häufigkeiten werden bei der branchenspezifischen Bestimmung der Gewichtungen berücksichtigt.

Die Gewichtung eines Themengebiets in Teil 2 ergibt sich aus dem Verhältnis der Anzahl der diesem Themengebiet zugeordneten Fragmente zur Gesamtanzahl der auf Branchenebene identifizierten Fragmente.

BRANCHENBESTE DES JAHRES 2026

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **21,1 Millionen Nennungen** zu gut **12.300 Marken und Unternehmen** innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. März 2024 bis 28. Februar 2026** identifiziert und zugeordnet werden.

Zur Berechnung der Punktwerte werden für Jede Marke und 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 Marken und Unternehmen branchenbezogen normiert. Die beste Marke bzw. 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.

BRANCHENBESTE DES JAHRES 2026

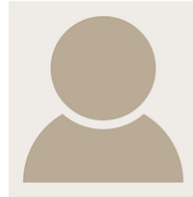
METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Branchenbeste des Jahres 2026**“ 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 Marken und Unternehmen innerhalb der Branche. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen die überdurchschnittlich viele Punkte in ihrer Branche erreicht haben.







#

KONTAKT

BRANCHENBESTE DES JAHRES 2026

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.



BRANCHENBESTE DES JAHRES 2026

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