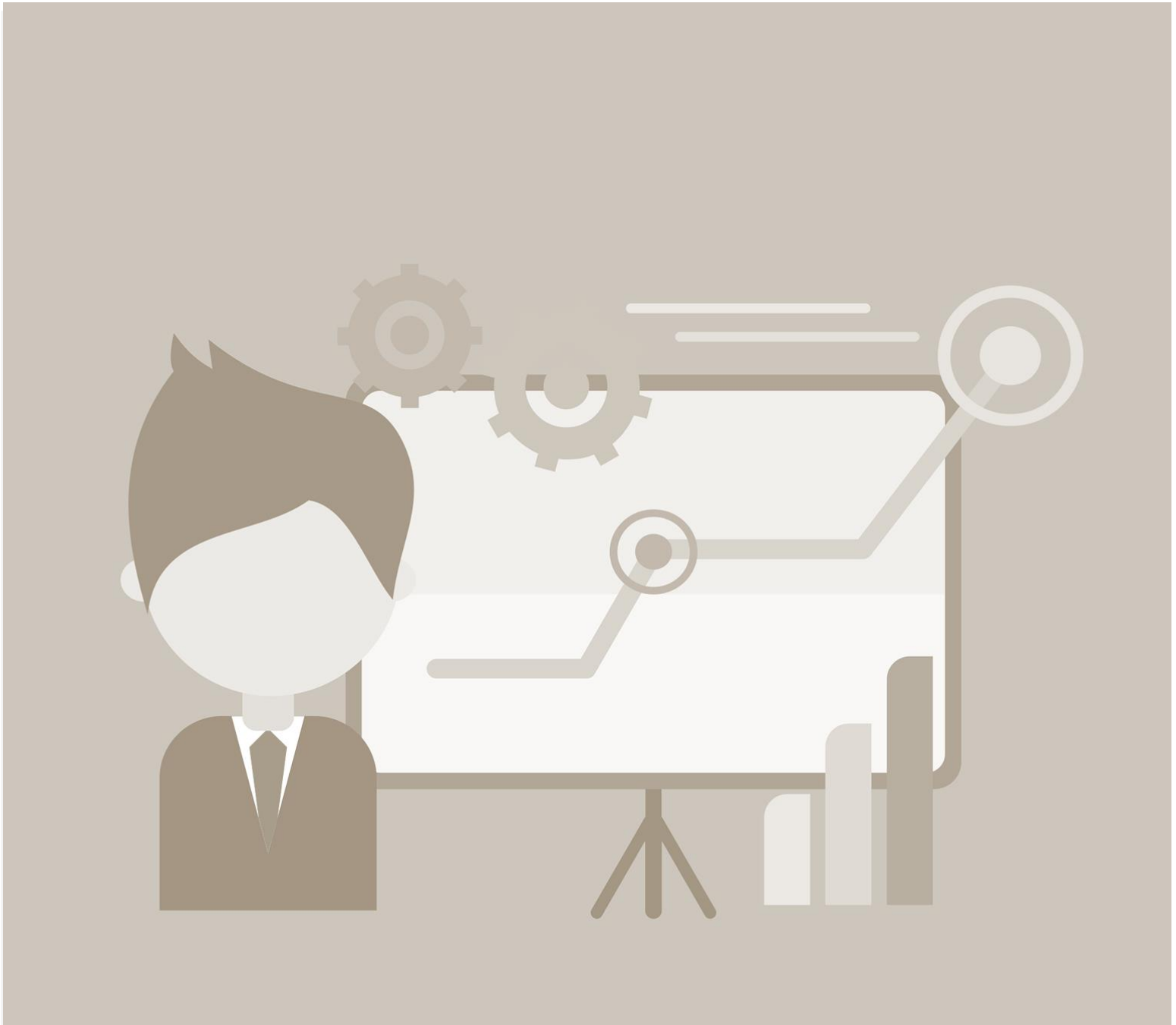


HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2026

MÄRZ 2026





#

MOTIVATION & METHODIK

MOTIVATION

Verbraucherinnen und Verbraucher machen jeden Tag neue Erfahrungen im Umgang mit den Produkten und Dienstleistungen verschiedener Anbieter. Ob es um die Erreichbarkeit der eigenen Bank geht, den Vergleich von Konditionen bei Versicherungen oder die Frage, ob der neue Backofen hält, was er verspricht – solche alltäglichen Erlebnisse prägen die Erwartungen der Kundschaft maßgeblich. Wenn Fragen zur Rückgabegarantie auftauchen oder Probleme auftreten, beeinflusst das sofort die persönliche Zufriedenheit. In einem dynamischen Marktumfeld ist diese Kundenzufriedenheit der wichtigste Faktor für den langfristigen Erfolg. Unternehmen und Marken, die hier überzeugen, zeichnen sich durch Zuverlässigkeit, eine klare Kommunikation und den Anspruch aus, die Wünsche ihrer Kunden nicht nur zu erfüllen, sondern sie positiv zu überraschen. Das schafft Vertrauen und sorgt für eine echte, dauerhafte Kundenbindung.

Ein entscheidender Punkt für eine herausragende Bewertung ist dabei auch der Umgang mit Kritik. Unternehmen, die Reklamationen unkompliziert, kundenorientiert und lösungsorientiert bearbeiten, genießen ein deutlich besseres Image. Da sich schlechte Erfahrungen im Internet heute rasend schnell verbreiten, ist eine zügige und angemessene Reaktion essenziell, um das eigene Ansehen zu schützen. Am Ende zählt das Gesamtbild: Wer als Anbieter authentisch auftritt und echte Kundennähe zeigt, sichert sich eine starke Position im Wettbewerb. Die vorliegende Auszeichnung ehrt genau jene Unternehmen und Marken, die durch moderne Servicekonzepte und eine konsequente Ausrichtung auf ihre Kundschaft besondere Maßstäbe setzen.

Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Herausragende Kundenzufriedenheit 2026“ die Daten eines Social Media Monitorings. Das Social Media Monitoring untersucht die Themengebiete Kundenzufriedenheit, das Gesamtansehen und rechnet zusätzlich einen Beschwerdescore ein.

HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 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 



 **Wichtige**
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**
Seiten

 **Presse-**
mitteilungen

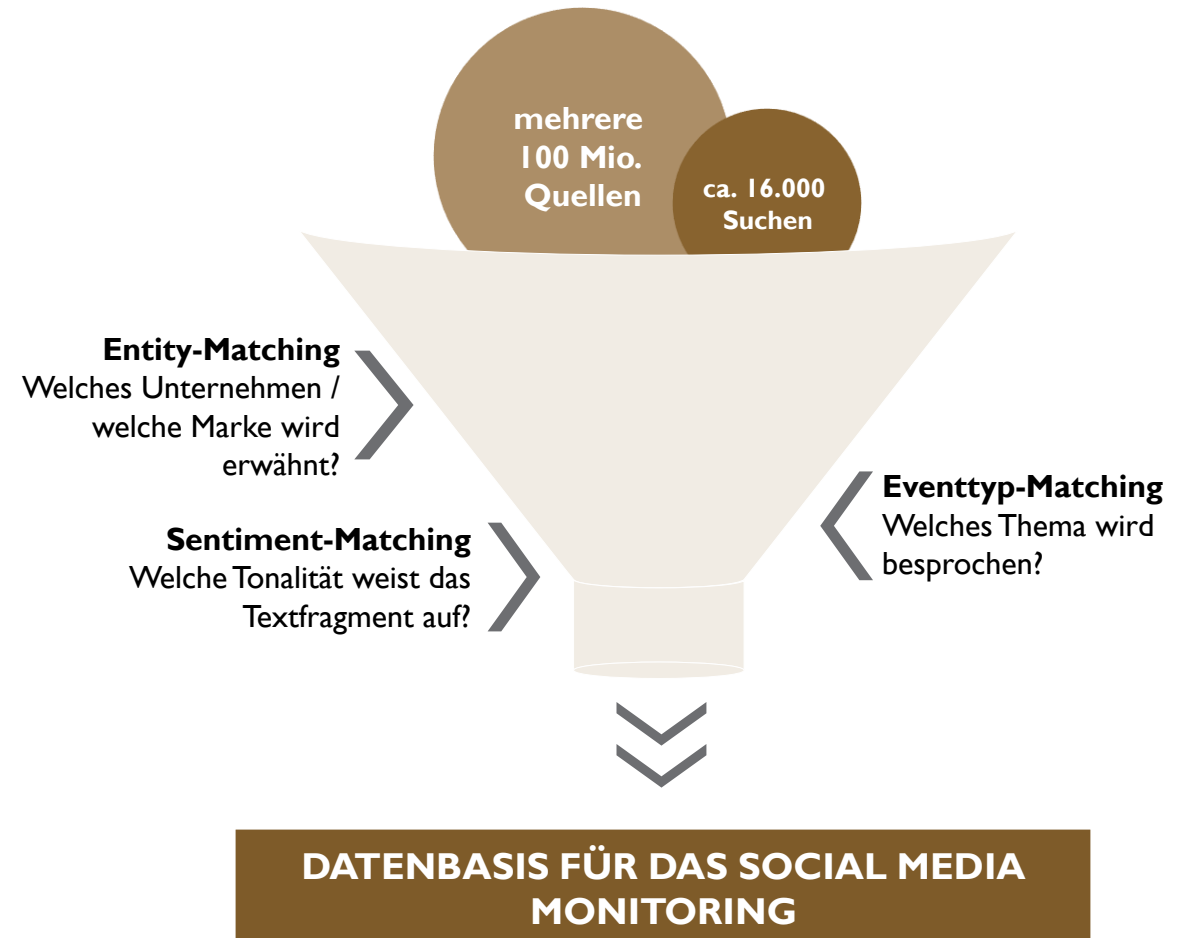
 **Blogs**

HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2026

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 / welche Marke 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 vorliegende Studie konzentriert sich auf den Eventtyp **Kundenzufriedenheit**. Dieser beinhaltet unter anderem folgende Themen:

- Kundenwertschätzung
- Kundenerlebnisse
- Kündigung
- Reklamation/Umtausch
- Beschwerdemanagement
- Kundenzufriedenheit
- Qualität und Sicherheit für Kunden
- Service für Kunden

Daneben werden außerdem das Gesamtansehen und quantifizierte Beschwerdedaten eingerechnet.

HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2026

METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

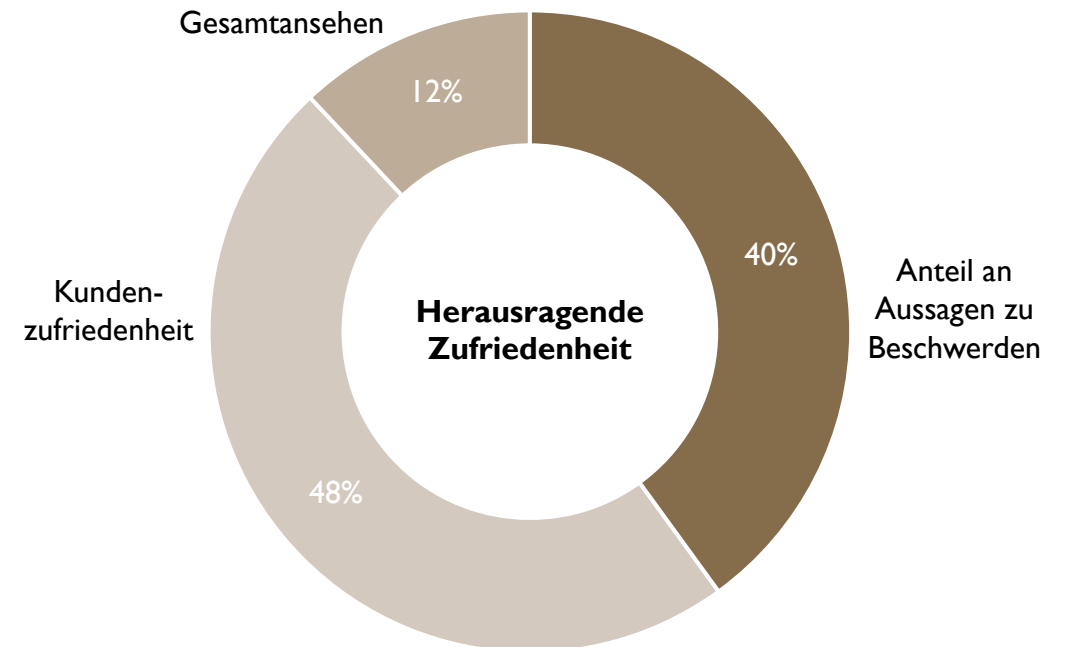
Die „Herausragende Kundenzufriedenheit“ setzt sich aus den folgenden Faktoren zusammen:

1. Beschwerdebezogene Kommunikation.
2. Eine möglichst positive und breit angelegte allgemeine Kommunikation zur Kundenzufriedenheit, die durch das Gesamtansehen der Unternehmen und Marken gestützt wird.

Alle Faktoren werden mittels eines Social Listening untersucht:

Die beschwerdebezogene Kommunikation wird durch einen möglichst geringen Anteil an beschwerderelevanten Aussagen an der gesamten Kommunikation quantifiziert.

Auf die Ermittlung der allgemeinen Kundenzufriedenheit und des Gesamtansehens wird auf der folgenden Folie genauer eingegangen.



HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2026

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **72 Millionen Nennungen** zu etwa 16.000 Unternehmen und Marken innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. März 2024 bis 28. Februar 2026** identifiziert und zugeordnet werden.

Wie werden die Punktwerte für die allgemeine Kundenzufriedenheit und das Ansehen ermittelt?

Zur Berechnung der Punktwerte werden für jedes Unternehmen und jede Marke des Modells jeweils in den Themenbereichen „allgemeine Kundenzufriedenheit“ und „Gesamtansehen“ zwei Werte ermittelt:

- Tonalitätssaldo: Differenz aus positiven und negativen Nennungen geteilt durch die Gesamtzahl der Nennungen
- Reichweite: Differenz von positiven und negativen Fragmenten je Eventtyp, die gewichtet und zu einem Gesamtreichweitenwert verrechnet werden

Anschließend werden diese Werte zu einem ersten Punktwert verrechnet. Je reichweitenstärker ein Unternehmen ist, desto stärker wirkt sich die Tonalität aus. Hierdurch kann beurteilt werden, ob die Kommunikation und das Ansehen überwiegend positiv oder negativ gefärbt sind. Danach werden die Punktwerte branchenbezogen normiert. Das beste Unternehmen bzw. die beste Marke jeder Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden danach normiert.

HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2026

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Herausragende Kundenzufriedenheit 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 Unternehmen und Marken innerhalb der Branche. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen und Marken, die überdurchschnittlich viele Punkte erreicht haben.





#

KONTAKT

HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2026

KURZPORTRAIT SERVICEVALUE

Marktforschung

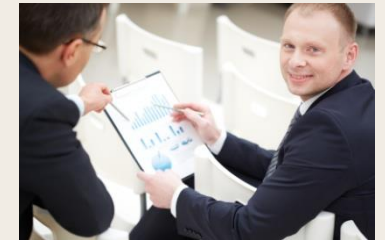
Wir liefern umsetzungsorientierte Ergebnisse aus Kunden- und Mitarbeiterbefragungen sowie aus Marktanalysen und Marktpotenzialschätzungen. Auf Ihr Anliegen passgenau zugeschnittene Erhebungsverfahren sowie optimale Stichprobenumfänge erhöhen die Effizienz und schaffen zugleich ökonomische Entlastung 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.



HERAUSRAGENDE KUNDENZUFRIEDENHEIT 2026

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

Vermarktungspartner

F.A.Z. Institut 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