

TAGESSPIEGEL

# HÖCHSTE KUNDENORIENTIERUNG 2026

MAI 2026





#

**MOTIVATION  
& METHODIK**

# HÖCHSTE KUNDENORIENTIERUNG 2026

## MOTIVATION

### **Was zeichnet die kundenorientiertesten Unternehmen und Marken 2026 aus?**

In Märkten, in denen Angebote immer austauschbarer werden, ist echte Kundenorientierung der entscheidende Vorteil. Sie sorgt nicht nur für schnelle Zufriedenheit, sondern sichert die langfristige Loyalität der Kunden. Unternehmen und Marken, die von Anfang an Vertrauen und Verlässlichkeit ausstrahlen, schaffen damit das Fundament für stabile Partnerschaften, die sich über Jahre hinweg bewähren.

Das Prinzip dahinter ist klar: Kunden binden sich an Marken, bei denen sie sich individuell wahrgenommen fühlen. Wer der Zielgruppe aktiv zuhört, Feedback ernst nimmt und Prozesse transparent gestaltet, sorgt für eine hohe Kundenzufriedenheit und damit für echte Treue. In der digitalen Welt ist dieser Umgang gleichzeitig der stärkste Treiber für das gesellschaftliche Ansehen. Eine starke Reputation entsteht heute nicht mehr durch reine Werbeversprechen, sondern durch die Summe aller realen Erfahrungen an jedem einzelnen Kontaktpunkt.

Um genau diese Mechanismen transparent zu machen, analysiert und bewertet die Studie „Höchste Kundenorientierung 2026“ die Daten eines Social Media Monitorings.

# HÖCHSTE KUNDENORIENTIERUNG 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

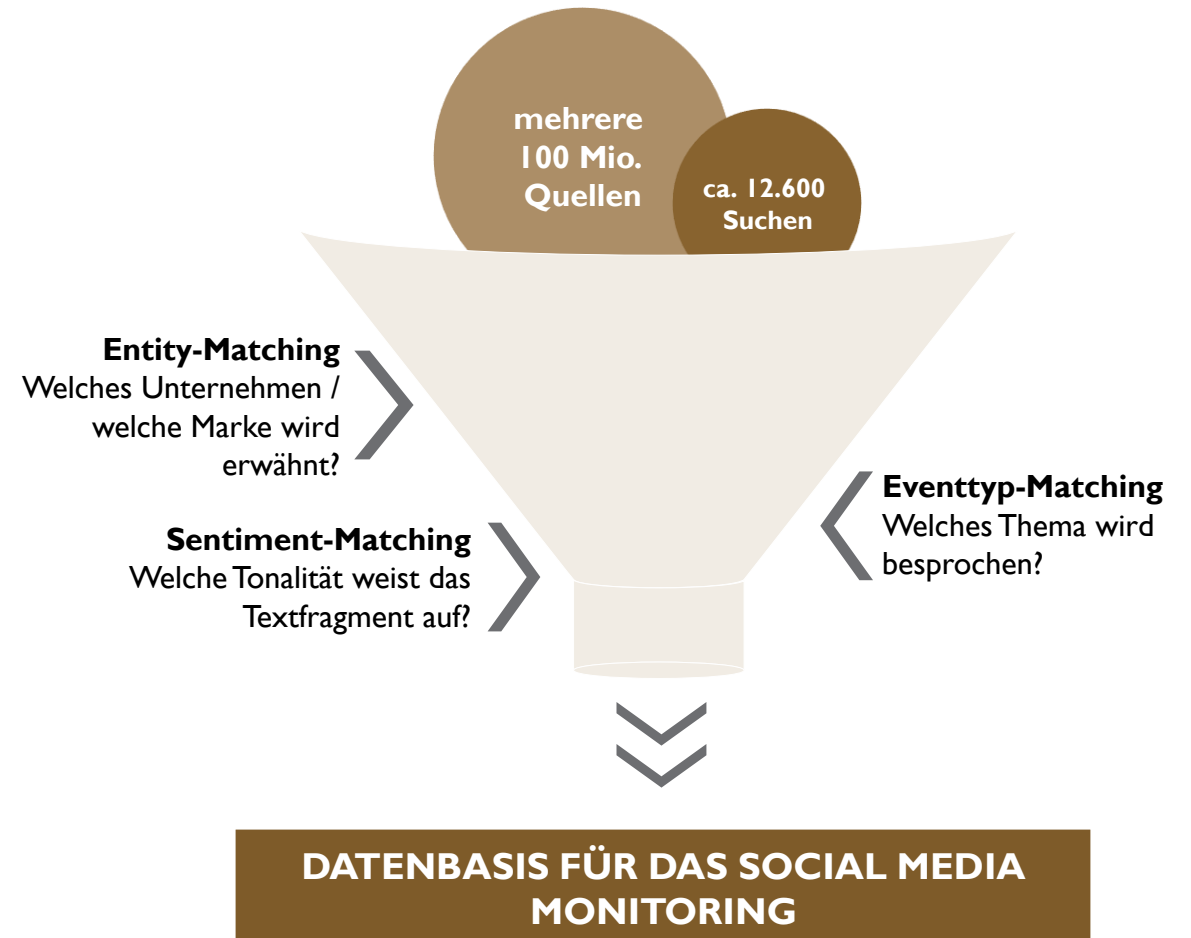
 **Blogs**

# HÖCHSTE KUNDENORIENTIERUNG 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.



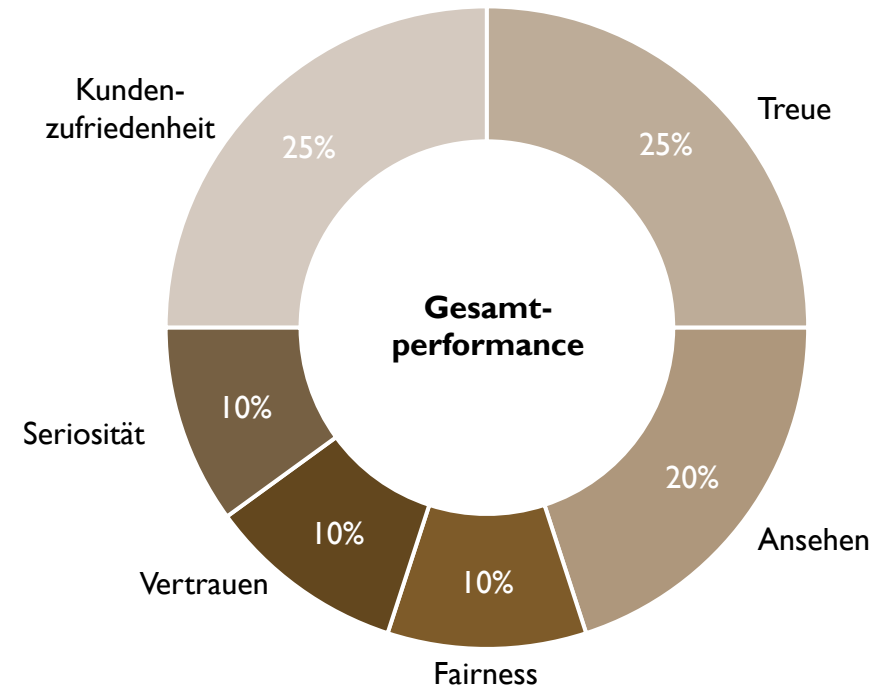
# HÖCHSTE KUNDENORIENTIERUNG 2026

## 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 / einer Marke.

Die Messung der Performance beruht zu jeweils 25 % auf der Bewertung der Eventtypen Kundenzufriedenheit und Treue. Für den Eventtyp Ansehen erfolgt eine Bewertung zu 20 %. Für die restlichen drei verbleibenden Eventtypen Seriosität, Vertrauen und Fairness erfolgt eine Gewichtung mit je 10% (vgl. nebenstehende Graphik).



# HÖCHSTE KUNDENORIENTIERUNG 2026

## METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

### Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **7,9 Millionen Nennungen** zu etwa 12.600 Unternehmen und Marken innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Mai 2024 bis 30. April 2026** identifiziert und zugeordnet werden. Zur Berechnung der Punktwerte werden für jedes Unternehmen und jede Marke 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 und Marken branchenbezogen normiert. Das beste Unternehmen bzw. die beste Marke 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.

# HÖCHSTE KUNDENORIENTIERUNG 2026

## METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

### Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Höchste Kundenorientierung 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**

# HÖCHSTE KUNDENORIENTIERUNG 2026

## KURZPORTRAIT SERVICEVALUE

### Marktforschung

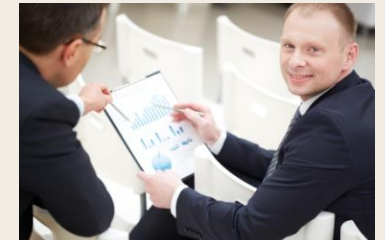
Wir liefern umsetzungsorientierte Ergebnisse aus Kunden- und Mitarbeiterbefragungen sowie aus Marktanalysen und Marktpotenzialschätzungen. Auf Ihr Anliegen passgenau zugeschnittene Erhebungsverfahren sowie optimale Stichprobenumfänge erhöhen die Effizienz und schaffen zugleich ökonomische Entlastung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



# HÖCHSTE KUNDENORIENTIERUNG 2026

TAGESSPIEGEL



## KONTAKT

### Herausgeber der Studie

#### **ServiceValue GmbH**

Dürener Straße 341  
50935 Köln

Fon: +49 221 67 78 67 61  
Fax: +49 221 67 78 67 99

E-Mail: [Info@ServiceValue.de](mailto:Info@ServiceValue.de)

[www.servicevalue.de](http://www.servicevalue.de)

### Medienpartner

#### **Verlag Der Tagesspiegel GmbH**

Askanischer Platz 3  
10963 Berlin