

FAMILIENFREUNDLICHE UNTERNEHMEN

FAMILIENFREUNDLICHKEIT IST GOLD WERT

Ein hübsches Apartment, ein schicker Sportwagen oder lieber Luxusreisen um die ganze Welt – mit 174.000 Euro kann man einiges anstellen. Alternativ kann man das Geld aber auch verschenken. Und zwar am besten an jemanden, der über Jahre hinweg weder im Haushalt hilft noch auf die Idee kommt, sich jemals für all die Aufwendungen zu bedanken – der gleichzeitig aber nicht in Geld und Gold aufzuwiegen ist und wertvoller ist als ein Apartment, ein Sportwagen und alle Luxusreisen der Welt zusammen.

Die Rede ist hier natürlich von Kindern und der Summe, die es nach neuesten Berechnungen in Deutschland kostet, auch nur eines von ihnen bis zu seinem 18. Lebensjahr großzuziehen: offenbar eben 174.000 Euro. Bei rund 14 Millionen Kindern unter 18, die laut statistischem Bundesamt derzeit in Deutschland leben, kommt somit eine beachtliche Gesamtsumme zustande, die über die Jahre hinweg stetig für Kinder, beziehungsweise für deren Bedürfnisse – etwa Wohnen, Ernährung, Bekleidung und Freizeit – ausgegeben wird. Die Kosten für die erwachsenen Familienmitglieder, die schließlich in der Regel bei denselben Anbietern wohnen, essen und einen Teil ihrer Freizeit verbringen, sind da noch nicht einmal mit inbegriffen.

Alles in allem sind Familien mit Kindern also eine nicht unerhebliche Zielgruppe für kommerzielle Anbieter aller Art. Und die einzelnen – erwachsenen – Mitglieder dieser Zielgruppe sind untereinander oft bemerkenswert gut vernetzt, so dass bei Begegnungen am Schultor oder Spielplatzrand ein teils reger Austausch über Anbieter und deren Leistungen und Produkte stattfindet. Zufriedene Kunden werden darum häufig zu starken Multiplikatoren, die mit ihren Weiterempfehlungen für eine Reihe neuer Kunden bei ihrem Lieblingsunternehmen sorgen.

Grund genug also, diese Zielgruppe zu umwerben und mit Familienfreundlichkeit aufzufallen. Besonders erfolgreich sind dabei vielfach Unternehmen, die sich mit ihren Kernleistungen und -produkten unmittelbar an



Wie die Mutter, so die Tochter: Familien sind als Zielgruppe sowohl hoch begehrt als auch stark umkämpft. Vor allem ihre Kaufkraft ist legendär

WELT

Familienfreundliches Unternehmen aus Kundensicht

Nr.1

Unternehmensname

Im Ranking: XY Anbieter der Branche XY

ServiceValue.de/Familie 08/2024

Für Marktforschung und Auswertung

unternehmensWert Familien Gütesiegel

WELT

Familienfreundliches Unternehmen aus Kundensicht

Unternehmensname

Im Ranking: XY Anbieter der Branche XY

ServiceValue.de/Familie 08/2024

Für Marktforschung und Auswertung

unternehmensWert Familien Gütesiegel

Das Siegel mit der Nr. 1 ist den Besten einer Branche vorbehalten. Es ist, wie alle anderen Siegel für „Familienfreundliche Unternehmen“, für ein Jahr gültig

die Jüngsten wenden. Wenig überraschend, glänzen folglich insbesondere Freizeit- und Ferieneinrichtungen, bei denen die Kleinen zum Hauptklientel gehören, oft mit ihren kindgerechten Angeboten. Auch Händler von Kinderbekleidung, Spielwaren und Babyausstattung haben die Wünsche und Bedürfnisse junger Kunden naturgemäß im Blick und sind deshalb in der Regel auch bestens darauf eingestellt – hinsichtlich ihres Sortiments und ihres Gesamtkonzepts, aber auch beispielsweise in Sachen Barrierefreiheit oder kindgerechte Sanitäranlagen.

Selbst das aufregendste Kinderleben besteht allerdings nicht ausschließlich aus Freizeitaktivitäten und Spielen. Und bei der Entscheidung, wofür das Familienbudget ausgegeben wird, hat im Normalfall nicht das Kind das letzte Wort, sondern ein Erziehungsberechtigter. Klar, dass die Eltern zumeist andere Prioritäten bei familienbezogenen Kauf-

und Konsumentscheidungen setzen: Wo das Kind vor allem Spaß und Beschäftigung sucht, sind den Eltern die Befriedigung von Grundbedürfnissen sowie Faktoren wie Gesundheit und Sicherheit, Bezahlbarkeit und die Vereinbarkeit mit den Anforderungen ihres Alltags wichtig. Und für all das nutzen sie dieselben Anbieter wie Kundinnen und Kunden ohne Kinder.

Aus der Masse der Anbieter gilt es dann diejenigen herauszufiltern, die zwar nicht ausschließlich für Familien, aber eben auch für Familien attraktive Angebote vorhalten. Dass es gut möglich ist, familienfreundliches zu sein, obwohl das Geschäftsmodell nicht primär danach verlangt, beweisen Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen: vom Direktversicherer bis zum

Hotel und vom Küchenmarkt bis zur Optikerkette. All diese Branchen haben in der diesjährigen Studie „Familienfreundliche Unternehmen“, durchgeführt von der Kölner ServiceValue GmbH, aus Familiensicht überdurchschnittlich gut abgeschnitten. Neben einer Vielzahl stark familienbezogener Anbieter wie Freizeitparks, Themenparks und Veranstalter von Cluburlaub sind also auch solche Unternehmen, die im Allgemeinen weniger mit Kindern assoziiert werden, weit vorne mit dabei. Welchen Anbietern die Familienorientierung in diesem Jahr aus Kundensicht jeweils am besten gelungen ist, zeigt das nebenstehende Ranking. Alle weiteren ausgezeichneten Unternehmen finden sie mit Hilfe des QR-Codes unten.

DER DIENSTLEISTER ANALYSE & BERATUNG

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.



KUNDEN-VOTUM

DIE FAMILIENFREUNDLICHSTEN UNTERNEHMEN 2026

Unternehmen / Anbieter	FES 2026	Auszeichnung	Unternehmen / Anbieter	FES 2026	Auszeichnung
Autohändler			Krankenkassen		
Autohaus König	71,3	Gold - Nr. 1	BARMER	74,0	Gold - Nr. 1
ROSIER	70,9	Gold	Novitas BKK	73,4	Gold
PRECKEL AUTOMOBILE	70,7	Gold	DAK-Gesundheit	73,3	Gold
LUEG	70,6	Gold	TK - Die Techniker	73,1	Gold
Scherer Gruppe	69,3	Gold	IKK Südwest	73,1	Gold
Brass Gruppe	69,2	Gold	mkk - meine krankenkasse	73,0	Gold
Autohaus Jacob Fleischhauer	68,6	Gold	Pronova BKK	73,0	Gold
			IKK classic	73,0	Gold
Baby- und Kleinkindausstattung			VIActiv Krankenkasse	72,9	Gold
BabyOne	80,8	Gold - Nr. 1	mhlus Krankenkasse	72,6	Gold
baby-walz	80,4	Gold	BKK Firmus	72,2	Gold
BABYPROFI	79,6	Gold	KNAPPSCHAFT	72,0	Gold
			BAHN-BKK	71,9	Gold
Bäckereiketten			ADK Bayern	71,8	Gold
Junge Die Bäckerei	70,3	Gold - Nr. 1	KKH - Kaufmännische Krankenkasse	71,7	Gold
Brotmeisterei Steinecke	68,6	Gold	Deleka BKK	71,6	Gold
MALZERS	68,1	Gold	energie-BKK	71,5	Gold
Sternenbäck	68,0	Gold			
			Kreuzfahrten		
Baumärkte			AIDA	76,1	Gold - Nr. 1
toom Baumarkt	61,2	Gold - Nr. 1	TUI Cruises	75,3	Gold
OBI	59,5	Gold	MSC Cruises	74,8	Gold
hagebau	58,7	Gold			
BAUHAUS	58,4	Gold	Küchenmärkte		
			FLANA Küchenland	75,1	Gold - Nr. 1
Bausparkassen			Küchen Aktuell	74,8	Gold
BKM - Bausparkasse Mainz	72,0	Gold - Nr. 1	musterhaus küchen	74,4	Gold
Wisterat Bausparkasse	71,8	Gold	Marquardt Küchen	73,0	Gold
Bausparkasse Schwäbisch Hall	71,3	Gold	Dassbach Küchen	72,6	Gold
SIGNAL IDUNA Bauspar	70,4	Gold	Küche&Co	72,5	Gold
Buchhändler			Lebensmittel-Discounter		
Osiander	71,8	Gold - Nr. 1	ALDI SÜD	63,9	Gold - Nr. 1
Thalia	71,6	Gold	ALDI Nord	63,6	Gold
Heymann	69,0	Gold			
			Lebensmittel-Einzelhandel		
Burger-Restaurants			EDEKA	63,8	Gold - Nr. 1
Hans im Glück	69,4	Gold - Nr. 1	tegut	63,2	Gold
Peter Pans	68,7	Gold			
HAMBURGEREI	68,6	Gold	Möbel-discounter		
Burgerheart	68,4	Gold	POCO Einrichtungsmärkte	65,5	Gold - Nr. 1
			ROLLER	63,2	Gold
Cluburlaub					
TUI MAGIC LIFE	82,0	Gold - Nr. 1	Möbelhäuser		
Aldiana Club Resorts	80,9	Gold	SEGMÜLLER	74,9	Gold - Nr. 1
			XXLutz	74,3	Gold
Direktversicherer			Höffner	74,1	Gold
HUK24	81,5	Gold - Nr. 1	porta	73,3	Gold
DFV Deutsche Familienversicherung	80,7	Gold	MÖBEL WANNINGER	73,2	Gold
CosmosDirekt	80,3	Gold	Möbelcenter biller	72,7	Gold
Allianz Direct	79,7	Gold	IKEA	72,1	Gold
GVV Direkt	79,5	Gold			
AdmiralDirekt	79,0	Gold	Mode-Discounter		
			NKD	65,0	Gold - Nr. 1
Drogerien			Zeeman	63,2	Gold
Drogeriemarkt Müller	71,6	Gold - Nr. 1			
ROSSMANN	71,1	Gold	Modehäuser		
			Breuninger	69,8	Gold - Nr. 1
Einkaufscenter			WÖHLR	68,7	Gold
P.C. PAUNSDORF CENTER	73,9	Gold - Nr. 1	KRESS Modezentrum	68,3	Gold
Westfield Centro	71,9	Gold			
Westfield RUHR PARK	71,3	Gold	Modeläden		
Rhein-Center	71,0	Gold	C&A	71,0	Gold - Nr. 1
NordWest-Zentrum Frankfurt	70,3	Gold	Ernsting's family	70,5	Gold
			WE Fashion	70,0	Gold
Erlebnisbäder			OLYMP	69,1	Gold
Wannmeer Erlebnisbäder	81,8	Gold - Nr. 1	s.Oliver	68,3	Gold
Aqualand (Köln)	80,6	Gold			
AquaMagis Plettenberg	80,3	Gold	Non-Food Discounter		
Badeparadies Schwarzwald	79,3	Gold	Action	69,3	Gold - Nr. 1
			CENTERSHOP	68,2	Gold
Erlebnismuseen			Thomas Philipps	68,1	Gold
Phänomenta	79,9	Gold - Nr. 1			
GAULLEO-PARK	79,7	Gold	ÖPNV-Betriebe		
mondo mio!	79,6	Gold	Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)	64,5	Gold - Nr. 1
Dynamikum Pirmasens	78,8	Gold	Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB)	64,1	Gold
Kinder-Akademie Fulda	78,0	Gold	Hamburger Verkehrsverbund (hvv)	63,7	Gold
			Ruhrbahn	63,5	Gold
Factory-Outlet-Center					
Designer Outlet Ochtrup	72,8	Gold - Nr. 1	Optikerketten		
Outletcity Metzingen	72,3	Gold	Apollo	74,7	Gold - Nr. 1
Ingolstadt Village	68,8	Gold	Binder Optik	73,5	Gold
			MATT	73,3	Gold
Fahrrad-Shops			pro optik	72,7	Gold
BIKE&CO	75,1	Gold - Nr. 1	KRASS Optik	72,2	Gold
B.O.C.	74,2	Gold			
Zweirod-Center Stadler	73,4	Gold	Outdoorshops		
ZEG	73,2	Gold	Berger	72,0	Gold - Nr. 1
			VAUDE	70,5	Gold
Familienreisen					
ADAC KinderReiseWelt	77,3	Gold - Nr. 1	Reisebüros		
FOR FAMILY REISEN	77,0	Gold	DERTOUR Reisebüro	74,3	Gold - Nr. 1
kinderhotels	76,6	Gold	REISELAND	73,9	Gold
Unforgettable Journeys	75,1	Gold	sonnenklar.tv Reisebüro	73,3	Gold
Fast-Food-Restaurants			Reiseveranstalter		
McDonald's	70,3	Gold - Nr. 1	l'tur	78,2	Gold - Nr. 1
Kochlöffel	70,0	Gold	alltours Flugreisen	77,2	Gold
			TUI	76,5	Gold
Ferienparks			Gebeco	75,2	Gold
EuroParcs	81,3	Gold - Nr. 1			
Roompot	78,9	Gold	Schuhhändler		
			DEICHMANN	70,0	Gold - Nr. 1
Filialbanken			ara Shoes	68,6	Gold
Sparkassen	69,1	Gold - Nr. 1	Mayer's Markenschuhe	68,3	Gold
Sparkassen	68,7	Gold	Zimmerle	68,1	Gold
Commerzbank	68,2	Gold	Siemes Schuhcenter	68,1	Gold
TARGOBANK	67,2	Gold			
			Spielwarenhandel		
Freizeitparks			SMYTHS	80,8	Gold - Nr. 1
Movie Park Germany	86,3	Gold - Nr. 1	Spielzeit by Thalia	79,3	Gold
Skyline Park	85,5	Gold			
Heide Park Resort	85,4	Gold	Sport- und Freizeitgeschäfte		
Europa-Park	85,4	Gold	DECATHLON	71,0	Gold - Nr. 1
HANSA-PARK	85,3	Gold	INTERSPORT	69,4	Gold
Boymern-Park	84,3	Gold	keller-sports.de	69,0	Gold
Full-Service-Gastronomie			Themenparks		
Marché Mivenspick	71,0	Gold - Nr. 1	LEGOLAND	82,7	Gold - Nr. 1
Pizza Hut	70,9	Gold	ELORIA-Erlebnisfabrik	82,1	Gold
			PLAYMOBIL-FunPark	81,4	Gold
Fußballvereine			Verbrauchermärkte		
Borussia Mönchengladbach	77,9	Gold - Nr. 1	Kaufland	68,2	Gold - Nr. 1
Bayern 04 Leverkusen	77,1	Gold	familia Nordwest	65,6	Gold
FC Bayern München	76,2	Gold			
Borussia Dortmund	74,8	Gold	Verkehrsgastronomie		
VfL Wolfsburg	74,2	Gold	Tank & Rast	70,2	Gold - Nr. 1
			Café bonjour (TOTAL)	69,3	Gold
Handelsgastronomie			MAXI Autohöfe	65,4	Gold
porta Restaurants	76,5	Gold - Nr. 1			
SEGMÜLLER Restaurants	76,0	Gold	Versicherer		
Kochmütze Restaurants (Höffner)	75,7	Gold	R+V	68,9	Gold - Nr. 1
			BarmeniaGothaer	68,1	Gold
Hausbootvermieter			HanseMerkur	67,7	Gold
Le Boat	71,6	Gold - Nr. 1	Generali	67,4	Gold
Boataround	70,3	Gold	Alte Leipziger	67,3	Gold
Riverly	68,2	Gold	PROVINZIAL	67,3	Gold
			Mecklenburgische Versicherung	67,1	Gold
Heimtierbedarf			LVM Versicherung	67,1	Gold
ZOO & Co.	64,4	Gold - Nr. 1	Versicherer im Raum der Kirchen (vrik)	67,0	Gold
DAS FUTTERHAUS	64,2	Gold	ADAC Versicherungen	67,0	Gold
			Allianz	67,0	Gold
Hotels			SV SparkasseVersicherung	66,8	Gold
Fair Hotels	85,6	Gold - Nr. 1	HUK-COBURG	66,6	Gold
Maritim Hotels	85,0	Gold	Deleka	66,5	Gold
Familotel	84,7	Gold	Württembergische	66,3	Gold
Family Resorts	84,2	Gold	Münchener Verein	66,3	Gold
Best Western Hotels & Resorts	80,4	Gold	ARAG	66,3	Gold
H-Hotels	79,7	Gold	VGH Versicherungen	66,2	Gold
			NÜRNBERGER Versicherung	66,0	Gold
Kaufhäuser			SIGNAL IDUNA	66,0	Gold
GALERIA	57,2	Gold - Nr. 1	LV 1871	65,9	Gold
Woolworth	56,8	Gold	Ammerländer Versicherung	65,9	Gold
HEMA	55,7	Gold			

BEWERTUNGSSYSTEM

FAMILY EXPERIENCE SCORE (FES)

Der FES wurde in Kooperation mit dem Institut für Psychologie der Goethe-Universität Frankfurt/M. entwickelt und bildet die Grundlage der branchenspezifischen Rankings. Zur Ermittlung der Familienfreundlichkeit von Unternehmen werden in einer deutschlandweiten Kundenbefragung einer repräsentativen Gruppe von Kunden, die in Haushalten mit einem oder mehreren Kindern leben, folgende acht Aussagen vorgelegt. 1. Das Produkt- und Dienstleistungsangebot ist auf Familien und Kinder ausgerichtet. 2. Die Mitarbeiter sind familien- und kinderfreundlich. 3. Ich fühle mich mit meinem Kind dort gut aufgehoben.

4. Zusatzleistungen für Familien und Kinder (z. B. Spielangebote, Aufenthaltsmöglichkeiten) werden angeboten. 5. Die Umfeldgestaltung (z. B. Filiale, Shop) ist familien- und kindgerecht. 6. Betroffene Aussagen und Versprechen gegenüber Familien und Kindern werden eingehalten. 7. Bedürfnisse von Familien und Kindern werden erfüllt. 8. Das Preis-Leistungs-Verhältnis für Familien und Kinder ist angemessen. Die Befragten werten jede der Aussagen mittels einer fünfstufigen Skala, die von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft nicht zu“ reicht. Der FES berechnet sich als Mittelwert aller Aussagen, wobei jeder Aussage das gleiche Gewicht beigemessen wird. So ent-

stehen die Rankings, in denen das Gesamtergebnis der einzelnen Unternehmen in Indexpunkten mit jeweils einer Dezimalstelle auf einer Skala von 0 (keine Zustimmung) bis 100 (volle Zustimmung) dargestellt wird. Unternehmen und Marken, die innerhalb ihrer Branche und auf Grundlage ihres individuellen FES zum besten Drittel gehören, erhalten das Prädikat „Gold“. Die jeweils bestbewer-teten Anbieter ihrer Branche werden zudem als Branchengewinner ausgewiesen. Alle ausgezeichneten Unternehmen können ihren Status als „Familienfreundliches Unternehmen“ über ein entsprechendes Gütesiegel nach außen kommunizieren. Auf dem Prüfstand waren 634 Unternehmen aus 50 Branchen.