

HÖCHSTE QUALITÄT 2026

OKTOBER 2026



#

**MOTIVATION
& METHODIK**

Welche Unternehmen bieten ihren Kundinnen und Kunden hohe Qualitätsstandards?

Die Reputation eines Unternehmens ist im Wettbewerbsumfeld besonders wichtig. Sie wird unter anderem mitbestimmt durch die Qualität der angebotenen Produkte und Dienstleistungen.

Bei der Auswahl eines Unternehmens ziehen potenzielle Kundinnen und Kunden oft nicht nur eines sondern gleich mehrere in Betracht.

Sie orientieren sich anhand der Urteile und Meinungen, die sie im Internet finden. Hierbei ist ihnen wichtig, wie Qualität, Innovationen und die angebotenen Produkte und Dienstleistungen bewertet werden. Ebenso ist es wichtig, ob andere Kundinnen und Kunden zufrieden mit dem Angebot eines Unternehmens sind und ob diese es sogar weiterempfehlen. Auf Basis all dieser Kriterien stellen sie Vergleiche im Wettbewerbsumfeld an.

Die vorliegende fragebogenunterstützte Social-Media-Monitoring-Studie Höchste Qualität 2026 übernimmt diesen Wettbewerbsvergleich und sichtet und analysiert die Erwähnungen im Internet zu den oben genannten Themengebieten.

Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Höchste Qualität 2026“ die Daten eines Social Media Monitorings. Zudem werden die Daten einer umfangreichen und strukturierten Online-Befragung ausgewertet.

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

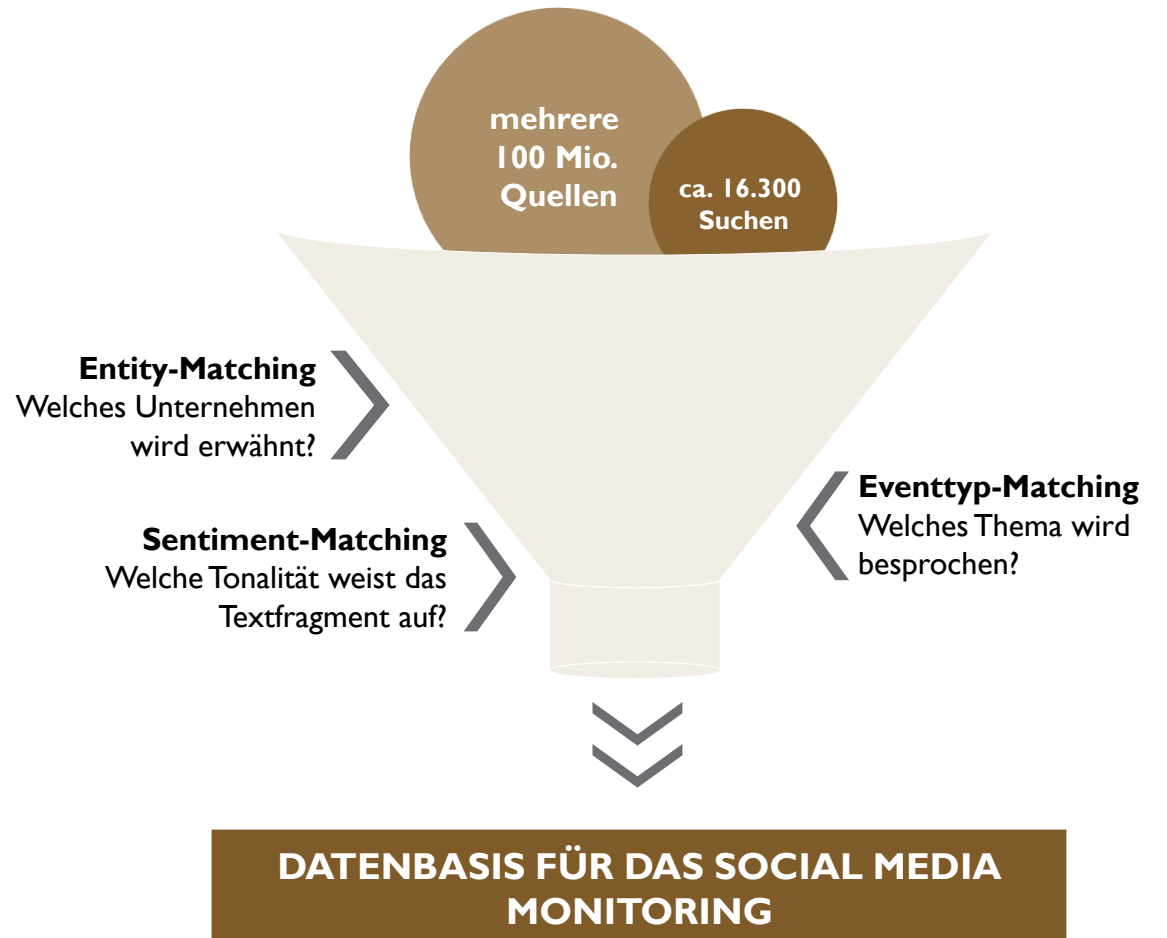


Pressemitteilungen

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. 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

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 Eventtypen beinhalten unter anderem folgende Themen:

Qualität: wertig, vollständig, abgenutzt, wertvoll, defekt, ausgezeichnet, geringwertig, hochwertig, miserabel

Produkt & Service: preiswert, überteuert, hochwertig, für wenig Geld, für kleines Geld, angemessen, günstig

Kundenzufriedenheit: Kundenwertschätzung, Kündigung, Beschwerdemanagement, Kundenerlebnisse, Reklamation

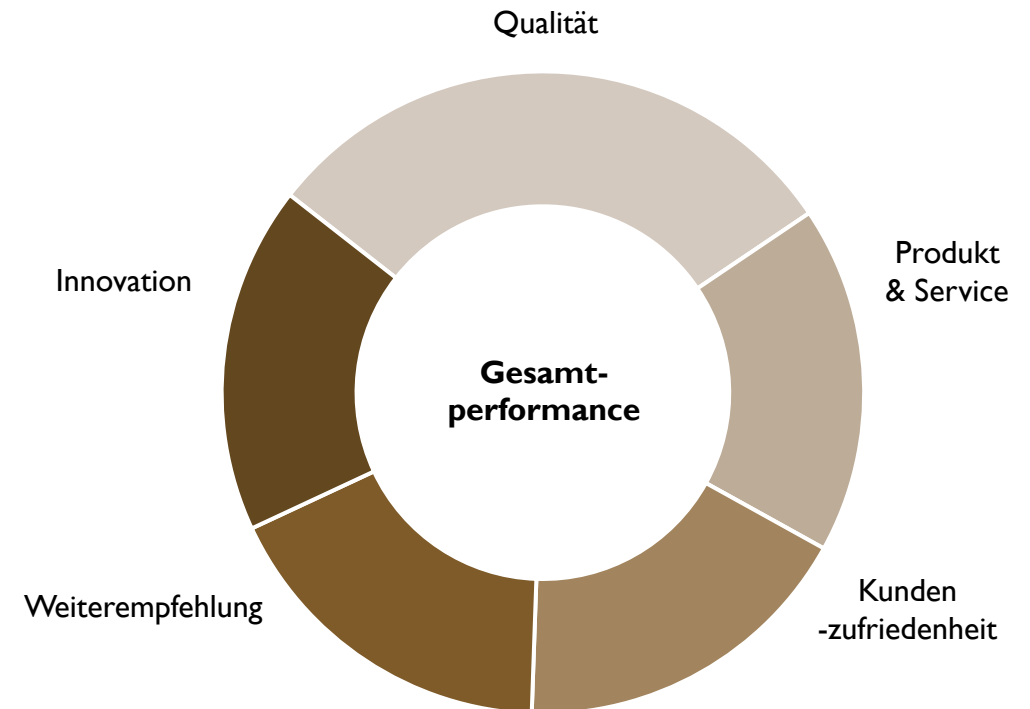
Innovation: agile Methoden, Innovationen, Vernetzung, neue Konzepte, disruptive Technologie, fortschrittlich

Weiterempfehlung: abraten, anraten, abbringen, ausreden, empfehlenswert, empfehlungswürdig

Es genügt nicht, allein in einem Themenfeld zu glänzen.

Jede der betrachteten Dimensionen ist wichtig für die Messung der Performance eines Unternehmens.

Die Messung der Performance beruht zu 30 % auf der Bewertung des Eventtypen Qualität. Die Bewertung der Eventtypen Produkt & Service, Kundenzufriedenheit, Innovation sowie Weiterempfehlung gehen zu jeweils 17,5% in die Messung der Performance ein (vgl. nebenstehende Graphik).



METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Wie werden die Punktwerte im Social Media Monitoring ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **15,4 Millionen Nennungen** zu etwa **16.300 Unternehmen** innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Oktober 2024 bis 30. September 2026** identifiziert und zugeordnet werden.

Zur Berechnung der Punktwerte im Social Media Monitoring werden für 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 Unternehmen branchenbezogen normiert. Das beste Unternehmen jeder Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden danach normiert.

Dieser Punktwert des Social Media Monitorings wird mit dem Punktwert des Fragebogens verrechnet und abschließend branchenbezogen normiert.

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG FRAGEBOGEN

Wie erfolgt die Auswertung des Fragebogens?

Parallel zum Social Media Monitoring wurde an die **Unternehmen in Deutschland** ein strukturierter Online-Fragebogen verschickt. Die maximal zu erreichenden Punktzahlen beim Online-Fragebogen waren wie folgt:

Kategorie	Maximale Punktzahl
Qualitätsmerkmale	40
Umgang mit Reklamationen	30
Qualitätskontrollen	55
Häufigkeit	15
Methoden	40

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG FRAGEBOGEN

Kategorie	Maximale Punktzahl
Erreichbarkeit des Services	50
Kommunikationskanäle	35
Servicezeiten	15
Servicebearbeitung	80
Reaktionszeiten	30
Bearbeitungszeiten	30
Auslagerung von Dienstleistungen	20

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG FRAGEBOGEN

Kategorie	Maximale Punktzahl
Anliegen	35
Anliegen lösen	10
Befugnisse	25
Messung der Servicequalität	55
Maßnahmen	30
Kennzahlen	25

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG FRAGEBOGEN

Kategorie	Maximale Punktzahl
Qualitätszertifikate	20
Qualitätsmanagement	20
Verantwortliche für das Qualitätsmanagement	10
Ebene des Qualitätsmanagements	10
Qualitätssteigerung	50
Methoden der Qualitätsplanung	25
Methoden zur Qualitätsverbesserung	25
Maximal erreichbare Gesamtpunktzahl*	435

*Aufgrund der Filterführung im Fragebogen kann die maximale Punktzahl je nach Branche geringer ausfallen.

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG FRAGEBOGEN

Wie werden die Punkte für den Fragebogen ermittelt?

Für jedes der untersuchten Unternehmen wird anhand der einzelnen Themenblöcke die Gesamtpunktzahl durch Addition der Einzelpunktzahlen pro Frage ermittelt. Diese Gesamtpunktzahl wird anschließend normiert. Hierbei bildet wie beim Social Media Monitoring das beste Unternehmen mit **100** Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden anhand ihres Punktwerts abgetragen.



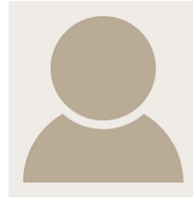
Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Höchste Qualität 2026**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Gesamtranking vergeben.

Zunächst werden die branchennormierten Punktzahlen des Social Media Monitorings und des Fragebogens zu einem gewichteten Mittel verrechnet und abschließend auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten normiert. Der jeweilige Branchensieger erhält 100 Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen innerhalb der Branche. Der durchschnittliche Punktwert aller Teilnehmer in einer Branche bildet die Untergrenze für die Vergabe der Auszeichnungen.

Eine Auszeichnung erhalten diejenigen, die überdurchschnittlich gut in der Gesamtwertung sind.







#

KONTAKT

HÖCHSTE QUALITÄT 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 QUALITÄT 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

Medienpartner

F.A.Z. Institut 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