

## **Studie**

# **SERVICE-CHAMPIONS**

## **2014**

Fragestellung, Methode, Auswertung

Eine Untersuchung in Kooperation mit

**DIE**  **WELT**

ServiceValue GmbH

Köln, Oktober 2014

## Inhalt

Einleitung .....	3
Methodisches Vorgehen .....	4
Service Experience Score (SES) .....	5
Auswertung.....	7
Wissenschaftlichkeit .....	8
Beispiel für die demographische Struktur der Stichproben .....	10
Nutzungsbedingungen Gütesiegel „Service-Champions“ .....	11
Service-Rankings 2014.....	14
Ranking 10 2014: Branchengewinner .....	14
Ranking 10 2014: Rang 1 bis 767 .....	19
Ranking 10 2014: Rang 768 bis 1519.....	36
Zusammenfassung und Ausblick .....	56

## Einleitung

Jedes Unternehmen kann seine Preise kommunizieren und jeder Kunde kann vergleichen, ob der ausgewiesene Preis des Produktes A höher oder niedriger ist als der des Produktes B. Er kann diese Feststellung auch seinem Nachbarn gegenüber glaubwürdig und verständlich mitteilen.

Jedes Unternehmen kann seine Produkte kommunizieren und die meisten Kunden können vergleichen, ob das ausgewiesene Produkt A eine höhere oder geringere Qualität aufweist als das Produkt B. Wird der „Geschmack“ einmal außer Acht gelassen, dann kann diese Feststellung ebenfalls glaubwürdig und nachvollziehbar mitgeteilt werden.

Jedes Unternehmen kann auch seinen Service kommunizieren. Und jeder Kunde, sobald er eine entsprechende Erfahrung gemacht hat, kann auch vergleichen, ob der erlebte Service hier besser oder dort schlechter war. Auch kann der Kunde seine Erfahrung glaubwürdig und verlässlich mitteilen. Die Nachvollziehbarkeit und Verständlichkeit ist hingegen nicht immer gegeben, bewegen sich die Kunden doch meist in unterschiedlichen Erfahrungs- und Handlungsräumen.

Der Unterschied zwischen Preis, Produkt und Service liegt in der „Intersubjektivität“. Preise und Produkte sind objektiv messbar, sie sind mitunter absolute Größen. Der Service ist dagegen subjektiv und relativ – hängt seine Bewertung doch von vielen Variablen ab, die von Kunde zu Kunde recht unterschiedlich ausgeprägt sein können. Beim Service geht es zudem auch um eine dynamische Leistungskomponente, dessen Ziel stets ein Optimum, nicht ein Maximum ist.

Wie groß die Anzahl der Variablen ist, die man zur Beschreibung und Bewertung einer Servicequalität heranziehen könnte, kann man sich relativ schnell klarmachen, indem man sich alle Definitionen, Explikationen, Analysen von Service und darüber hinaus alle sozialen und interaktiven Situationen sowie ferner alle Geschäftsmodelle, Branchen und Typen von Dienstleistungen vor Augen führt.

Jede wissenschaftliche Auseinandersetzung mit komplexen Themen zwingt dazu, aus der Vielzahl von Variablen, die zur Beschreibung möglich sind, einige herauszugreifen und andere zu vernachlässigen. Dies gilt umso mehr, will man eine Vielzahl von „Servicegebern“ (Unternehmen / Marken) miteinander vergleichen und die Servicequalität als Kennzahl nachvollziehbar und verständlich kommunizieren. Insofern konzentrieren wir uns beim Thema Service auf das Kundenerleben, d.h. auf die Frage, ob der Kunde im Kontakt mit einem Unternehmen / einer Marke einen sehr guten Kundenservice erlebt hat oder nicht. Um welches konkrete Erlebnis es sich dabei handelt, wird in dieser Studie weder für das jeweilige Unternehmen / Marke noch für den Kunden erfasst. Diese Fragestellung bedarf einer tiefergehenden Analyse, welche wir mit unserer Service-Erfolgsmessung im Einzelfall angehen können.

In der vorliegenden Untersuchung werden somit anhand des einfachen, aber validen „Service Experience Score“ (SES) eine Vielzahl von Branchen und Unternehmen / Marke hinsichtlich ihrer Servicequalität von einer Vielzahl von Kunden (ehemalige und aktuelle) gemessen und miteinander verglichen. Die Unternehmen / Marken mit den höchsten Werten platzieren sich auf einen Bronze-, Silber- oder Gold-Rang.

## Methodisches Vorgehen

Bei der vorliegenden Untersuchung handelt es sich um eine Online-Befragung. Dabei werden sog. Panelisten zur Bewertung von Unternehmen / Marken eingeladen. Von über 350.000 Panelisten liegen soziodemografische Merkmale vor, sodass bevölkerungsrepräsentativ eingeladen werden kann. Jeder Panelist erhält eine für ihn überschaubare Auswahl von Unternehmen / Marken zur Bewertung bzw. zunächst zur Angabe, ob er bei diesem Unternehmen / Marke überhaupt Kunde war oder ist. Der Datenschutz wird durch die Freiwilligkeit der Befragungsteilnehmer nicht nur beachtet, sondern auch eingehalten.

Es werden keine Kundenadressen der Unternehmen / Marken eingeholt oder genutzt. Die Kundenbefragung erfolgt eigeninitiiert und ohne Einbindung der untersuchten Unternehmen.

Die Befragung erfolgt jährlich; je Unternehmen / Marke werden grundsätzlich mindestens 500 und max. 1.000 Kundenstimmen eingeholt. In einzelnen Branchen kann die Stichprobengröße bei Unternehmen / Marken in Abhängigkeit von Inzidenzrate und Kundenzahl auch darunter liegen.

Nähere Ausführungen zum Durchführungsweg, Repräsentativität etc. siehe im Abschnitt: Wissenschaftlichkeit.

Anhand des „Service Experience Score“ (SES, siehe auch nächster Abschnitt), wird ein Ranking über alle untersuchten Unternehmen / Marken und zwischen sowie innerhalb der Branchen erstellt. Die Darstellung des SES erfolgt jeweils mit einer Dezimalstelle.

## Service Experience Score (SES)

Zielsetzung bei der Entwicklung des „Service Experience Score“ (SES) war es, ein klares, verständliches und effizientes Instrument zur Messung des erlebten Kundenservices zu schaffen.

- Verständlich bedeutet dabei, dass die Frage von jedem Kunden ohne großes Nachdenken klar und eindeutig beantwortet werden kann.
- Effizient bedeutet dabei, schonend mit den Ressourcen der Teilnehmer umzugehen, d.h. die Befragung soll möglichst wenig Zeit in Anspruch nehmen.

Weiterhin sollte das entwickelte Instrument Branchen- und Geschäftsmodell-übergreifend eingesetzt werden können. Kundenservice ist im Detail jedoch sehr unterschiedlich gestaltet. Um die Vergleichbarkeit gewährleisten zu können, ist eine Reduktion auf den „kleinsten gemeinsamen Nenner“ notwendig. Für den SES wurden daher die folgenden Fragen entwickelt:

1. *Sind oder waren Sie in den letzten 36 Monaten Kunde bei [Unternehmen / Marke]?*  
Antwortmöglichkeiten: ja / nein
2. *Haben Sie bei [Unternehmen / Marke] einen sehr guten Kundenservice erlebt?*  
Antwortmöglichkeiten: ja / nein

Im Ergebnis erhält man den Anteil an aktuellen und ehemaligen Kunden (längstens 3 Jahre zurückliegend), bei denen es dem Anbieter tatsächlich gelungen ist, Kundenservice erlebbar zu machen.

Auf den ersten Blick mag diese Frage vielleicht zu einfach wirken. Hier muss man sich aber nochmal die Zielsetzung des SES verdeutlichen: Der SES soll ausschließlich als Gesamt-Gradmesser des erlebten Kundenservices dienen. Die Bewertung einzelner Serviceaspekte oder die Suche nach Ursachen für eine Bewertung ist selbstverständlich tiefergehenden und an das Serviceangebot des Anbieters angepassten Analysen vorbehalten.

Verglichen mit anderen Kundenservicestudien bzw. -analysen hat der SES den Vorteil, dass jeder das Konzept und die Berechnung schnell verstehen und – wenn er danach gefragt wird – auch wiedergeben kann.

Eine Erweiterung ist, über eine offene Frage, den erlebten Kundenservice konkret zu erfassen.

*„Könnten Sie kurz Ihr Serviceerlebnis beschreiben?“ [offen]*

Aus forschungsökonomischen Gründen wird bei den Service-Champions diese offene Frage allerdings nicht gestellt.

Der SES steht in einem engen Zusammenhang mit der Kundenbindung, wie Kundentreue oder Wiederkauf. Insbesondere die Erweiterung um die offene Frage ist für die Vorhersage der tatsächlichen Weiterempfehlung hilfreich und aussagekräftig. Denn diese hängt stark davon ab, ob der Kunde auch ein konkretes Serviceerlebnis berichten kann. Ansonsten bleibt die Weiterempfehlungsbereitschaft (siehe auch Net Promoter Score, NPS) zunächst lediglich eine Einstellung, ohne unmittelbaren Wert für das Unternehmen / die Marke.



### Wie die Wissenschaft den SES bewertet

"Der Service Experience Score (SES) ist ein in der Anwendung zuverlässiges und zugleich einfaches Instrument zur Messung des erlebten Kundenservices. Der SES ist darüber hinaus ein verlässlicher Gradmesser für Kundenbindung, weil er mit der Weiterempfehlung, der Wiederwahl, dem Kauf zusätzlicher Produkte und Dienstleistungen sowie einer emotionalen Verbundenheit einhergeht. Diese Zusammenhänge haben sich bereits in verschiedenen Dienstleistungsbereichen ergeben und weisen darauf hin, dass der SES ein Messinstrument ist, welches die Zufriedenheit der Kunden mit dem Service eines Unternehmens gut widerspiegelt."

*Prof. Dr. Rolf van Dick*  
*Goethe-Universität Frankfurt, Institut für Psychologie*

## Auswertung

### Ranking

Für das Ranking und zur Feststellung der Service-Champions wird das Antwortverhalten (Kundenurteile) der Befragten hinsichtlich der Fragestellung, ob Sie bei [Unternehmen / Marke] einen sehr guten Kundenservice erlebt haben, herangezogen. Der erhobene Service Experience Score (SES) bildet somit die Grundlage des Rankings. ServiceValue behält sich aber vor, anlassbezogen weitere themenspezifische und Kundenbindungs-Fragen zu stellen.

Das Ranking bildet die Basis für alle nachfolgenden Veröffentlichungen. Das Ranking wird kontinuierlich aktualisiert. Eine Verlängerung (z.B. durch Aufnahme neuer Branchen und Unternehmen / Marken) oder Verkürzung (z.B. bei Unternehmensauflösungen oder -zusammenschlüssen) des Rankings durch ServiceValue ist möglich.

### Medaillen-Ränge

Die ersten hundertundfünfzig im Ranking aller untersuchten Unternehmen / Marken (branchenübergreifend) werden auf einem Gold-Rang geführt; die Unternehmen / Marken auf den Plätzen 151 bis 300 auf einem Silber-Rang und die Unternehmen / Marken auf den Plätzen 301 bis 450 auf einem Bronze-Rang. Darüber hinaus werden Unternehmen / Marken, die innerhalb aller untersuchten Unternehmen / Marken ihrer Branche die beste Platzierung im Ranking erreicht haben, als Branchengewinner ausgewiesen.

Medaillen-Ränge können über ein Gütesiegel „Service-Champions“ kommuniziert und beworben werden. Siehe dazu den Abschnitt: Nutzungsbedingungen Gütesiegel „Service-Champions“.

## Wissenschaftlichkeit

### Erlebter Kundenservice

In der Befragung zu den „Service-Champions“ wird der erlebte Kundenservice („Service Experience“) mit der Frage „Haben Sie bei [Unternehmen / Marke] einen sehr guten Kundenservice erlebt?“ (Antwortmöglichkeiten ja oder nein, „Score“) ermittelt (siehe Ausführungen zum „SES“). Der Begriff „Kundenservice“ ist dabei bewusst sehr umfangreich gefasst und bildet so das allgemeine Serviceerleben der Kunden ab. Vom Befragten möglicherweise assoziierte Teilaspekte (wie Freundlichkeit, Hilfsbereitschaft, Beratungsqualität etc.) werden somit bereits in der Erhebungsphase zu einer Meta-Dimension zusammengefasst.

Wenn dabei ein Teil der Kunden bei dem Begriff „sehr guter Kundenservice“ mehr an die Freundlichkeit der Mitarbeiter denkt, ein anderer mehr an die Beratungsqualität etc., so ergibt sich in der Summe der vielen Befragten das Gesamtbild aller Kundenaussagen für einen Anbieter genau in dem Verhältnis, wie diese Kunden in der Befragung vertreten sind.

Eine solche direkte Abfrage als Meta-Dimension („Service Experience Score“) hat gegenüber einer ex-post vorgenommenen Indexbildung auf der Basis einzelner Teildimensionen den enormen Vorteil, dass die Verteilung der Kundenvoten nicht durch eine (zwar begründbare, aber letztendlich „willkürliche“) Gewichtung verfälscht wird. Zudem handelt es sich um ein ausgesprochen forschungsökonomisches Vorgehen, da keine zusätzlichen Informationen erfragt werden müssen, die später lediglich in ein Gesamtergebnis (Index) einfließen, für sich genommen jedoch „verloren“ sind.

Gerade vor dem Hintergrund einer stetig abnehmenden Auskunftsbereitschaft bei Marktforschungsuntersuchungen ist einem solchen Vorgehen, das mit der wertvollen Ressource „Zeit“ des Befragten schonend umgeht, der Vorzug zu geben. Dies findet daher auch zunehmend Verbreitung, so wird beispielsweise seit vielen Jahren auch beim Kundenmonitor Deutschland der ServiceBarometer AG aus München eine Meta-Dimension zur Kundenzufriedenheit erfolgreich eingesetzt.

### Status der Befragten

Die Beurteilung von erlebtem Kundenservice („Service Experience“) kann logischerweise nur von Personen geleistet werden, die die Service-Qualitäten des jeweiligen Unternehmen / der Marke „am eigenen Leib“ erlebt haben. ServiceValue geht bei der Einschätzung der Urteilsfähigkeit deshalb sehr streng vor: In die Auswertung gehen nur Aussagen der Befragten ein, die die Frage „Sind oder waren Sie in den letzten 36 Monaten Kunde bei [Unternehmen / Marke]?“ für das jeweilige Unternehmen / Marke bejaht haben, d.h. nur die Aussagen von Kunden im Bezugszeitraum.

### Repräsentativität

Für die Repräsentativität einer Studie müssen zunächst einmal für alle zu beurteilenden Unternehmen / Marken die gleichen Fragen gestellt werden. Deshalb erhält jeder Befragte / Kunde zu den Unternehmen / Marken, bei denen er Kunde ist / war, die gleiche Frage „Haben Sie bei [Unternehmen / Marke] einen sehr guten Kundenservice erlebt?“. Die Befragung zu den einzelnen Unternehmen / Marken ist somit für jedes Unternehmen / Marke völlig identisch, es handelt sich daher – wissenschaftlich gesprochen – um eine „objektiv vergleichbare Situation“.



Repräsentativ ist lt. Brockhaus eine „*statist. Teilerhebung, bei der die untersuchte Teilmasse die Bedingung der Repräsentativität erfüllt, d.h., daß die Teilmenge die Struktur der Gesamtmenge richtig widerspiegelt.*“ Eine solche repräsentative Stichprobe kann durch ein Zufalls-Verfahren erreicht werden, es kann aber auch – wie z.B. beim GfK Haushaltspanel – ein Quota-Verfahren eingesetzt werden: Liegen nämlich hinreichende Kenntnisse über die Zusammensetzung der Grundgesamtheit (hier: Bevölkerung in Deutschland) nach bestimmten Merkmalen wie Alter, Geschlecht, Haushaltseinkommen etc. vor, kann auch eine Quotierung der Stichprobe nach diesen Merkmalen vorgenommen werden. Die Quotenauswahl bildet daher auch das in der Marktforschung am häufigsten angewandte Auswahlverfahren. Es hat sich vielfach bewährt und in einer Reihe von Testversuchen gezeigt, dass die Repräsentativität der Ergebnisse denen einer Zufallsstichprobe in nichts nachsteht. Aus wissenschaftlicher Sicht erfüllt somit eine gut gezogene Quota-Stichprobe den notwendigen Anspruch der Repräsentativität voll und ganz.

### **Online-Access-Panel**

Beim Durchführungsweg der Befragung handelt es sich um ein Online-Access-Panel, d.h. um eine Gruppe von Personen, die ex ante ihre Bereitschaft zur Teilnahme an Befragungen bekundet haben und auf die situativ für Befragungen zugegriffen (access) werden kann. Somit liegt für jede Befragung im Zeitablauf eine neue, lediglich strukturgleiche (aber nicht personengleiche) Stichprobe vor. Auf diese Weise wird so genannten „Panel-Effekten“ vorgebeugt, d.h. der langfristig verhaltens- oder zumindest antwortbeeinflussende Effekt einer wiederholten Teilnahme an inhaltsgleichen Befragungen kann somit vermieden werden.

### **Belohnung der Befragten**

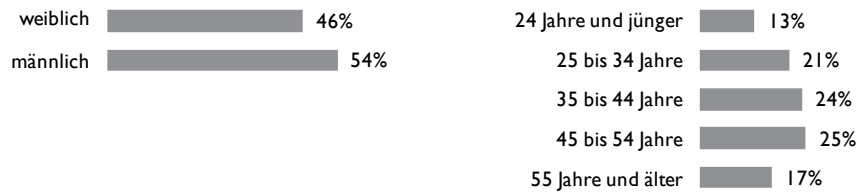
Der Befragte / Kunde bekommt für die Teilnahme an einer Befragung zwischen 15 und 60 Punkte, die er in Gutscheine (ab 80.000 Punkten = 20€) oder Zahlungen (ab 100.000 Punkten = 25€) umtauschen kann. Bei 60 Punkten erhält der Befragte somit lediglich eine „Bezahlung“ von 1,5 Cent für die Teilnahme an der Befragung zum Thema Service-Champions (Beantwortung des SES).

Reich werden die Befragten dadurch natürlich nicht, die Incentivierung schafft jedoch bei den Panel-Mitgliedern genügend Anreize, an solchen Befragungen teilzunehmen, ohne dass aber dadurch mit der Zeit „Profi-Befragte“ entstünden, die ihren Lebensunterhalt durch die Teilnahme an Befragungen verdienen. Die Incentivierung der Befragten ist zudem völlig unabhängig davon, ob sie angeben, bei einem Unternehmen / einer Marke als Kunde einen sehr guten Service erlebt zu haben oder nicht. Eine mögliche Beeinflussung zu einem „erwünschten Verhalten“ ist somit ausgeschlossen, da das Antwortverhalten der Befragten keine Implikationen auf die Belohnung hat.

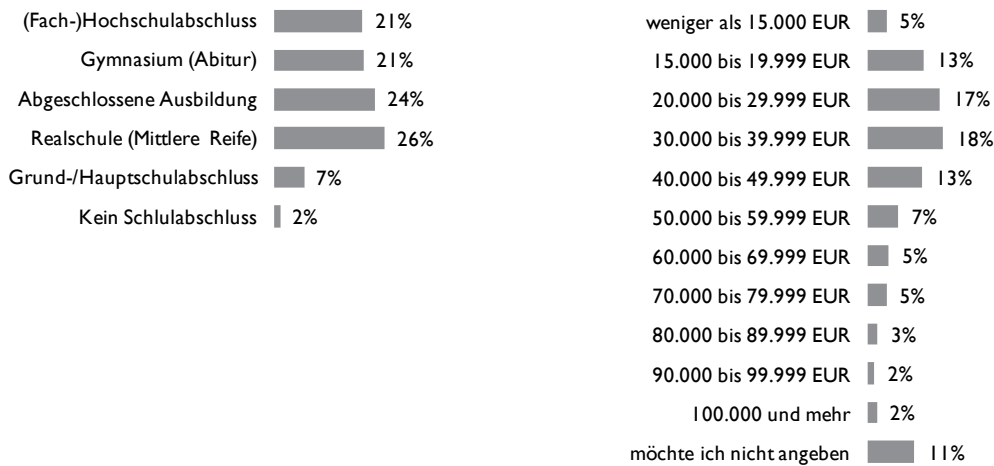
## Beispiel für die demographische Struktur der Stichproben

Branche: Automobilhersteller, 13 Anbieter in der Auswertung, 10.626 Befragte (2014)

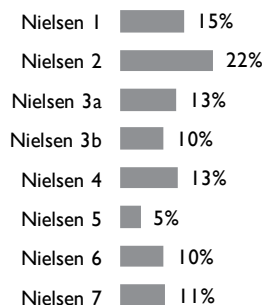
### Geschlecht und Alter



### Bildungsabschluss und Netto-Einkommen



### Nielsen-Gebiete



## Nutzungsbedingungen Gütesiegel „Service-Champions“

Die Ergebnisse von Servicebefragungen durch die ServiceValue GmbH sollen Märkte, Branchen und Unternehmen für die Kunden übersichtlicher machen. Deshalb sollen die Befragungsergebnisse bei geschäftlichen Handlungen, insbesondere in der Werbung, nicht dazu verwendet werden, den Kunden einen Eindruck von der Überlegenheit einzelner Leistungen zu vermitteln, der durch die veröffentlichten Befragungsergebnisse nicht gerechtfertigt ist. Die ServiceValue GmbH erwartet daher lautere geschäftliche Handlungen im Zusammenhang mit der Nutzung der Befragungsergebnisse, insbesondere eine lautere Werbung mit den Befragungsergebnissen in Form der Service-Champions-Siegel.

Den ersten hundertundfünfzig im Ranking aller untersuchten Unternehmen (branchenübergreifend, über 1.500 Unternehmen und 188 Branchen) können hochauflösende Dateien (für den Druck- sowie Online-Einsatz geeignet) des Siegels „Service-Champions Gold“ bereitgestellt werden. Den Unternehmen auf den Plätzen 151 bis 300 können Dateien des Siegels „Service-Champions Silber“ bereitgestellt werden. Den Unternehmen auf den Plätzen 301 bis 450 können Dateien des Siegels „Service-Champions Bronze“ bereitgestellt werden.



Darüber hinaus können Unternehmen, die innerhalb aller untersuchten Unternehmen ihrer Branche die beste Platzierung im Ranking erreicht haben, Dateien des Siegels „Service-Champions Nr. 1 der Branche“ bereitgestellt werden.



Zum Zwecke geschäftlicher Handlungen, insbesondere der Werbung mit den Befragungsergebnissen erlaubt die ServiceValue GmbH die Nutzung ihrer für die erreichten Ränge zu verwendenden Siegel, sofern der Verwender die nachfolgenden Bedingungen einhält:

- 1.) Geschäftliche Handlungen einschließlich Werbung mit den Befragungsergebnissen der ServiceValue GmbH sind nur gestattet, wenn ihre Verwendung bei den Kunden keine falschen Vorstellungen über die Erhebungsmethode und die vorgenommene Beurteilung der Serviceleistungen entstehen lässt. Die Verwendung der Befragungsergebnisse ist daher insbesondere nur gestattet, wenn die Aussagen bei geschäftlichen Handlungen einschließlich der Werbung, die sich auf die Befragungsergebnisse der ServiceValue GmbH beziehen, von anderen Aussagen des Verwenders abgesetzt sind und wenn die Aussagen der ServiceValue GmbH vom Verwender nicht mit eigenen Worten umschrieben werden.
- 2.) Die Terminologie der Bewertung (insbesondere „Service-Champions“) darf nicht bei geschäftlichen Handlungen, insbesondere im Zusammenhang mit Werbung verwendet werden, die sich nicht auf die Ergebnisse der von der ServiceValue GmbH durchgeführten Untersuchungen beziehen.
- 3.) Für den Verwender günstige Einzelaussagen oder Kommentierungen aus den Befragungsergebnissen dürfen nicht isoliert bei geschäftlichen Handlungen wie in der Werbung angegeben werden, wenn andere Einzelaussagen oder Kommentierungen aus den Befragungsergebnissen für den Verwender weniger günstig sind.
- 4.) Veröffentlichte zusammengefasste Qualitätsurteile müssen bei allen geschäftlichen Handlungen einschließlich der Werbung mit oder im Zusammenhang mit der Angabe von Befragungsergebnissen mitgeteilt werden.
- 5.) Jegliche Verwendung der Befragungsergebnisse der ServiceValue GmbH im Rahmen von geschäftlichen Handlungen einschließlich der Werbung ist nur gestattet, wenn die Untersuchung nicht mit Erhebungsmethoden oder Serviceleistungen in Zusammenhang gebracht wird, für die sie nicht gilt. Die Nutzung der Befragungsergebnisse ist daher ausgeschlossen, wenn
  - a. sich das angebotene Produkt oder die erbrachten Leistungen, welche Gegenstand der Befragung waren, seit der Veröffentlichung der Befragung in Merkmalen, welche Gegenstand der Befragung waren, wesentlich geändert haben;
  - b. sie für ein gleiches Produkt oder eine gleiche Leistung erfolgt, welche von der Befragung aber nicht erfasst waren, ohne das Produkt oder die Leistung zu erwähnen, welche tatsächlich Gegenstand der Befragung war;
  - c. eine Übertragung des Qualitätsurteils auf nicht getestete Produkte oder Leistungen vorgenommen wird oder eine solche Übertragung mit der Art der Darstellung nahegelegt wird.
- 6.) Geschäftliche Handlungen einschließlich der Werbung mit den Befragungsergebnissen der ServiceValue GmbH sind nur gestattet, wenn die Angaben über die Befragungsergebnisse leicht und eindeutig nachprüfbar sind. Dazu gehört, dass in dem Siegel als auch bei jeglicher anderweitiger

Verwendung der Befragungsergebnisse die Angaben zu Monat und Jahr der Befragung bzw. der Veröffentlichung bestehen bleiben.

- 7.) Die Befragungsergebnisse der ServiceValue GmbH dürfen im Übrigen nur dann verwendet werden, wenn der Rang des verwendeten Qualitätsurteils insbesondere dann erkennbar gemacht wird, wenn bessere Qualitätsurteile für andere Produkte oder Leistungen vergeben worden sind.

Um die Einheitlichkeit des Erscheinungsbildes von geschäftlichen Handlungen und Werbung mit Befragungsergebnissen der ServiceValue GmbH zu gewährleisten, gestattet die ServiceValue GmbH die Nutzung der vergebenen Siegel nur dann, wenn durch den Verwender keine grafischen Veränderungen an den zur Verfügung gestellten Dateien vorgenommen werden. Insbesondere gestattet die ServiceValue GmbH die Verwendung der Siegel nur, wenn die Form nicht verfälscht oder beschnitten und die Farbzusammensetzung der Siegel beibehalten wird. Ist im Einzelfall eine mehrfarbige Darstellung der Siegel aus technischen Gründen nicht möglich oder auf Grund des verwendeten Mediums nicht üblich, erfolgt die Darstellung in schwarz/weiß. Davon abweichende Verwendungen müssen grundsätzlich von der ServiceValue GmbH genehmigt werden. Es ist stets zu gewährleisten, dass bei Nutzung des Siegels sämtliche Bestandteile des Siegels lesbar sind. Bei der Nutzung des Siegels bei einer Siegelbreite von 4,5 cm ist die Internetadresse in der Fußzeile 6pt groß.

An dieser Stelle weist die ServiceValue GmbH ausdrücklich darauf hin, dass jeder autorisierte Nutzer des Siegels selbst auf die Rechtmäßigkeit der Verwendung achten muss; insoweit übernimmt die ServiceValue GmbH keine Gewähr oder Haftung.

### **Bereitstellung des Gütesiegels**

Das Gütesiegel „Service-Champions“ kann von den bezugsberechtigten Unternehmen bei der ServiceValue GmbH gegen eine Lizenzgebühr bestellt werden. Per E-Mail wird ein Siegel-Paket an das Unternehmen versendet, welches eine vektorbasierte PDF- sowie EPS-Datei, ein hochauflösendes, druckfähiges JPG (CMYK, 300dpi) und eine für die Nutzung im Internet oder in Präsentationen geeignete PNG-Datei enthält.

Anlassbezogen wird das entsprechende Siegel auch als schwarz-weiße Variante oder im Querformat zur Verfügung gestellt.

### **Nutzungsdauer**

Die Gütesiegel haben jeweils eine Gültigkeitsdauer von 12 Monaten (ab dem 16.10.2014) und sind in der Nutzung nicht auf bestimmte Medien beschränkt.

## Service-Rankings 2014

Im Folgenden sind zunächst die Branchengewinner sowie die im Ranking überdurchschnittlich platzierten Marken / Unternehmen mit SES und Rang ausgewiesen. Das aktuelle Ranking für 10|2014 ist auch unter [www.Service-Champions.de](http://www.Service-Champions.de) veröffentlicht.

### Ranking 10|2014: Branchengewinner

Branche	Anzahl der Unternehmen pro Branche	Branchengewinner	Branchenmittel
Apotheken-Kooperationen	9	LINDA Apotheke	64,3%
Auto-Banken	8	Volkswagen Bank	61,1%
Autobörsen	6	autoscout24.de	53,9%
Autoglasreparatur	4	Carglass	62,7%
Autohersteller	14	Audi	65,2%
Autoservice	13	First Stop	60,9%
Autovermietungen	11	Europcar	60,9%
Autowaschanlagen	7	Mr. Wash	61,0%
Baby- und Kleinkindausstattung	7	babywalz	58,4%
Bäckereiketten	11	Meisterbäckerei Steinecke	62,9%
Bäckereiketten - SB	4	BackWerk	46,7%
Baumärkte	10	hagebau	57,9%
Bausparkassen	8	Bausparkasse Schwäbisch Hall	60,4%
Bonussysteme	4	Payback	56,3%
Buchhändler - online	5	buch.de	48,3%
Buchhändler - stationär	13	Hugendubel	59,8%
Bundesligaclubs	14	Borussia Dortmund	52,8%
Carsharing-Anbieter	8	book-n-drive	51,5%
Cash & Carry	5	CITTI-Markt	61,2%
Cluburlaub	8	Robinson Club	59,4%
Coffee-Shops	12	Tchibo	57,3%
Computer-Fachmärkte	5	K&M Computer	60,4%
Consumer Electronics - online	8	notebooksbilliger.de	54,0%
Direktbanken	10	Bank of Scotland	63,0%
Direktversicherer	8	HUK24	62,0%
Drogerien	5	Rossmann	63,4%
Druckereien	6	diedruckerei.de	47,5%
Einkaufszentren	11	Alstertal Einkaufszentrum Hamburg	59,1%
Eisdielen	3	Häagen Dazs	55,4%
Elektro-Fachmärkte	6	EP: Electronic Partner	61,3%
Elektronikhersteller	17	Samsung	60,1%
Elektronikversandhändler	4	Conrad.de	62,6%

<b>Branche</b>	<b>Anzahl der Unternehmen pro Branche</b>	<b>Branchengewinner</b>	<b>Branchenmittel</b>
E-Mail-Anbieter	10	Google mail	40,9%
Energieerzeuger	4	RWE	52,2%
Entsorgungsdienstleister	7	REMONDIS	54,1%
Erlebnisgeschenke-Anbieter	6	Mydays	52,4%
Factory-Outlet-Center	9	Designer Outlet Berlin	54,3%
Fashion: Damenmode	14	Ulla Popken	57,1%
Fashion: Dessous-Shops	5	Triumph	61,1%
Fashion: Familienmode	16	Esprit	60,0%
Fashion: Herrenmode	5	Anson`s	61,8%
Fashion: Jeans Stores	9	Diesel	58,5%
Fashion: Modehäuser	8	Peek & Cloppenburg (Hamburg)	61,1%
Fast-Food Restaurants	7	Vapiano	54,1%
Fensterhersteller	6	Velux	56,9%
Ferienparks	5	Center Parcs	56,8%
Fernbusreiseanbieter	7	MeinFernbus	54,7%
Filialbanken - bundesweit	7	Commerzbank	61,7%
Filialbanken - regional	23	Sparda-Bank Berlin	57,7%
Finanzvertriebe	8	Postbank Finanzberatung	55,9%
Fitnessgeräte-Händler	8	Sport-Thieme	55,2%
Fitnessgeräte-Hersteller	3	Kettler	59,2%
Fitness-Studios	9	Kieser Training	61,8%
Fluggesellschaften	8	Lufthansa	57,2%
Flughäfen (groß, >8 Mio. Fluggäste/Jahr)	7	Frankfurt Airport	65,3%
Flughäfen (klein, <8 Mio. Fluggäste/Jahr)	8	Flughafen Hannover	57,2%
Flusskreuzfahrten	4	IAVista	48,3%
Fondsgesellschaften	9	Union Investment	55,4%
Fotogeschenke-Shops	5	printplanet.de	46,8%
Freizeitgastronomie	7	Cafe & Bar Celona	60,1%
Freizeitparks	10	Europa-Park	67,1%
Friseur-Ketten	10	Essanelle	52,0%
Full-Service-Gastronomie	9	Mövenpick	63,1%
Gartencenter	11	Dehner Gartencenter	58,9%
Gasversorger - bundesweit	8	eprimo	53,5%
Gasversorger - regional	6	EWE	50,7%
Genusshändler	10	Hussel	59,8%
Getränkemärkte	7	trinkgut	56,1%
Gutschein-Anbieter	5	groupon.de	53,2%
Gutscheinbuch-Anbieter	4	Gutscheinbuch.de	56,4%
Handelsgastronomie	7	Kaufland Gaststätten	59,6%
Handwerker-Auktionsportale	5	myhammer.de	49,3%
Hausgeräteservice	6	Bosch	68,0%

<b>Branche</b>	<b>Anzahl der Unternehmen pro Branche</b>	<b>Branchengewinner</b>	<b>Branchenmittel</b>
Haushalt und Geschenke	9	Villeroy & Boch	60,0%
Haushaltskleingerätehersteller	10	Braun	62,3%
Haustechnik	6	Abus	60,7%
Heimtierbedarf	6	Fressnapf	62,1%
Hörgeräteakustiker	7	KIND Hörgeräte	51,7%
Hotelbuchungsportale	9	HRS.de	59,8%
Hotels - Budget	6	Ramada	55,9%
Hotels - Mittelklasse	9	NH Hoteles	64,9%
Hotels - Premium	13	Steigenberger Hotel	69,6%
Internet-Auktionshäuser	4	ebay.de	46,7%
Kabelnetzbetreiber	7	unitymedia NRW	46,5%
Kaffeevollautomatenhersteller	5	Melitta	66,5%
Kaufhaus/Warenhaus	4	Karstadt	60,1%
Kfz-Prüfstellen	3	Dekra	59,6%
Kinderspielzeug und -bekleidung	8	myToys	58,0%
Kinoketten	5	Cinemaxx	63,3%
Kliniken	8	Paracelsus Kliniken	57,8%
Kontaktlinsenversandhändler	5	kontaktlinsen.de	58,8%
Krankenkassen - regional	11	AOK Bayern	59,7%
Krankenkassen - überregional	18	Techniker Krankenkasse	63,7%
Kreditkartengesellschaften	4	Visa	59,4%
Kreuzfahrten	9	AIDA Cruises	62,7%
Küchenmärkte	10	Küche&Co	58,3%
Lebensmittel-Discounter	8	Lidl	41,3%
Lebensmittel-Einzelhändler	11	EDEKA	51,0%
Lebensmittel-Heimservice	3	bofrost	56,2%
Lebensmittel-Online-Versender	6	edeka24.de	52,3%
Messen	11	Leipziger Messe	58,1%
Metzgereien	11	Lutz	52,6%
Mietwagen-Vergleichs-Portale	7	billiger-mietwagen.de	53,1%
Möbelhändler	18	Höffner	57,0%
Mobilfunk-Discounter	8	ALDI Talk	48,8%
Mobilfunkshops	6	O2 Mobilfunkshops	52,8%
Modeschmuckgeschäfte	7	Bijou Brigitte	57,8%
Musik- und Instrumentenfachhandel	6	Music Store	57,4%
Nachhilfenanbieter	10	Studienkreis	54,1%
Natur- und Biomärkte	7	ALNATURA	57,9%
Ökostromanbieter	6	Grünwelt Energie	55,7%
Online-Ankaufdienste	9	Cashfix.de	53,3%
Online-Blumenversand	7	blume2000.de	55,9%
Online-Fahrrad-Shops	9	fahrrad.de	59,5%
Online-Fitness-Studios	6	gymondo.de	58,2%



<b>Branche</b>	<b>Anzahl der Unternehmen pro Branche</b>	<b>Branchengewinner</b>	<b>Branchenmittel</b>
Online-Fleischversand	3	otto-gourmet.de	55,0%
Online-Flugportale	8	billigfluege.de	53,3%
Online-Flugsuchmaschinen	5	Swoodoo.com	56,1%
Online-Fotodienste	10	snapfish.de	53,2%
Online-Grill-Fachhändler	7	grillfuerst.de	49,5%
Online-Kleinanzeigen-Portale	5	kleinanzeigen.ebay.de	53,1%
Online-Küchenhandel	5	Küchen Quelle	56,5%
Online-Lampenshops	7	lampenwelt.de	56,5%
Online-Lernplattformen	5	Scoyo.com	49,7%
Online-Möbelshops	9	avandeo.de	52,0%
Online-Musik-Shops	7	Google play	56,4%
Online-Optiker	7	misterspex.de	54,5%
Online-Outdoor-Shops	5	outdoorshop.de	53,6%
Onlineportale für Ferienwohnungen	10	fewo-direkt.de	56,3%
Online-Reifenhandel	6	reifen.com	57,1%
Online-Shops (Generalisten)	19	amazon.de	59,7%
ÖPNV-Betriebe	14	Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB)	56,3%
Optikerketten	10	Fielmann	59,8%
Paketdienste	9	Hermes	59,5%
Papier- und Schreibwarenläden	6	Viking	54,4%
Parfümerien - online	5	douglas.de	61,0%
Parfümerien - stationär	10	Douglas	61,0%
Partnervermittlung	9	AcademicPartner.de	44,7%
Personalisierte Kleidung und Accessoires - online	7	spreadshirt.de	52,7%
Pizza-Lieferservice	9	Smiley's Pizza	54,7%
Polstermöbelspezialisten	5	Multipolster	51,2%
Preisvergleichsportale	8	idealo.de	53,3%
Premium-TV-Anbieter	3	Sky	60,3%
Reisebüros - online	12	opodo.de	62,8%
Reisebüros - stationär	13	alltours Reisecenter	56,9%
Reiseveranstalter	17	TUI	63,9%
Schienenpersonenfernverkehr	4	InterConnex	52,5%
Schienenpersonennahverkehr	8	Ostdeutsche Eisenbahn (ODEG)	58,1%
Schmuckgeschäfte	8	Christ	60,9%
Schuhhandel - online	6	deichmann.de	62,5%
Schuhhandel - stationär (div. Markenlinien)	14	Runners Point	58,1%
Schuhhandel - stationär (Eigenmarke)	7	Tamaris	63,5%
Shopping-Clubs	6	zalando-lounge.de	59,7%
Single-Börsen	9	FriendScout24.de	44,7%

<b>Branche</b>	<b>Anzahl der Unternehmen pro Branche</b>	<b>Branchengewinner</b>	<b>Branchenmittel</b>
Singlereisen-Anbieter	4	tripodo.de	54,4%
Skihallen	5	alpincenter Bottrop	52,1%
Social Networks	10	Google+	51,4%
Sonnenstudios	7	SUNPOINT	51,0%
Spielehersteller	5	Ravensburger	63,3%
Sport- und Freizeitgeschäfte	10	Globetrotter	63,0%
Sportartikelhersteller	5	Adidas	68,2%
Sprachschulen	5	Berlitz	55,7%
Stromversorger - bundesweit	5	Yello Strom	60,7%
Stromversorger - regional	12	enviaM	55,8%
Tankstellen	12	ARAL	59,1%
Telekommunikation	11	O2	53,6%
Teppichmärkte / Fachmärkte für Wand und Boden	5	tedox	51,5%
Themenparks	5	Bavaria Filmstadt	62,5%
Ticketshops	9	eventim.de	53,6%
TV-Shopping-Sender	7	QVC	57,6%
Verbrauchermärkte + SB Warenhäuser	10	Globus	55,7%
Vergleichsportale	7	check24.de	49,9%
Vergleichsportale für Wohnmobile	3	camperdays.de	57,4%
Verkehrsclubs	5	ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil-Club)	61,8%
Verkehrsgastronomie	8	Yorma's	55,7%
Versandapotheken	15	apo-rot.de	62,2%
Versicherer - Exklusivvertrieb	13	HUK-COBURG	59,9%
Versicherer - Maklerversicherer	12	VHV	55,9%
Versicherer - Multikanalvertrieb	19	ADAC Versicherungen	61,7%
Videotheken - online	7	Watchever.de	55,4%
Videotheken - stationär	7	Video World	56,4%
Webhosting-Anbieter	9	STRATO	50,6%
Weinhändler	10	Jacques' Wein-Depot	52,8%
Weiterbildungsanbieter	4	ILS (Institut für Lernsysteme)	54,6%
Werkzeughersteller	8	Bosch (Elektrowerkzeuge)	58,4%
Werkzeug-Versandhandel	5	eshop.wuerth.de	51,8%
Wohlfahrtsverbände	5	Deutsches Rotes Kreuz (DRK)	56,9%
Zoo	18	Zoologischer Garten Berlin	59,4%

**Ranking I0|2014: Rang I bis 767**

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
1	Steigenberger Hotel	80,6%
2	LINDA Apotheke	79,2%
3	Kempinski	78,5%
4	TUI	78,3%
5	Techniker Krankenkasse	76,3%
6	Hilton	75,8%
7	Thomas Cook	75,7%
8	Douglas	75,6%
9	Europa-Park	75,2%
10	AIDA Cruises	74,6%
11	Europcar	74,5%
12	Carglass	74,5%
13	Fressnapf	74,3%
14	Adidas	73,8%
15	Fielmann	73,6%
16	Maritim Hotel	73,5%
17	Sixt	73,3%
18	Hugendubel	73,0%
19	HRS.de	72,9%
20	Braun	72,9%
21	ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil-Club)	72,7%
22	Villeroy & Boch	72,7%
23	Heide Park Resort	72,7%
24	Audi	72,5%
25	Avis	72,5%
26	Bank of Scotland	72,5%
27	Lufthansa	72,5%
28	alltours flugreisen	72,4%
29	Conrad.de	72,4%
30	Tchibo	72,3%
31	Thalia	72,2%
32	BMW	72,1%
33	NH Hoteles	72,1%
34	Travel Charme Hotels & Resorts	72,0%
35	Volkswagen	71,9%
36	WMF	71,8%
37	Kieser Training	71,7%
38	Mercedes	71,7%
39	ING-Diba	71,6%
40	Injoy	71,6%
41	deichmann.de	71,5%
42	amazon.de	71,4%
43	Christ	71,2%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
44	QVC	71,1%
45	HUK24	71,0%
46	Bosch	71,0%
47	gesund leben apotheke	70,9%
48	Best Western	70,9%
49	douglas.de	70,8%
50	Jack Wolfskin	70,8%
51	Barmer GEK	70,7%
52	Volkswagen Bank	70,7%
53	Futterhaus	70,7%
54	Dehner Gartencenter	70,6%
55	ADAC Versicherungen	70,6%
56	HUK-COBURG	70,5%
57	Miele	70,5%
58	Tefal	70,4%
59	AEG	70,4%
60	Hermes	70,3%
61	Bausparkasse Schwäbisch Hall	70,3%
62	Globetrotter	70,2%
63	Neckermann Reisen	70,1%
64	HSE24	70,1%
65	booking.com	70,0%
66	Mercure	70,0%
67	Celebrity Cruises	70,0%
68	Mayersche	69,8%
69	Die Schwenninger Krankenkasse	69,7%
70	apo-rot.de	69,7%
71	McCafé	69,6%
72	Allianz	69,6%
73	Frankfurt Airport	69,6%
74	DHL	69,6%
75	SportScheck	69,6%
76	IKK classic	69,6%
77	AOK Bayern	69,5%
78	DKB (Deutsche Kreditbank)	69,4%
79	Holiday Inn	69,4%
80	apotal.de	69,3%
81	Phantasialand	69,3%
82	junited AUTOGLAS	69,3%
83	Ravensburger	69,2%
84	Hussel	69,1%
85	Tamaris	69,1%
86	DAK Gesundheit	69,0%
87	Apollo Optik	69,0%
88	Mr. Wash	68,8%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
89	Nike	68,8%
90	Bosch (Elektrowerkzeuge)	68,7%
91	Meisterbäckerei Steinecke	68,7%
92	BKK vor Ort	68,6%
93	Fossil	68,6%
94	Dunkin Donuts	68,6%
95	Knappschaft	68,5%
96	opodo.de	68,5%
97	expedia.de	68,5%
98	Commerzbank	68,3%
99	Air Berlin	68,3%
100	mea - meine apotheke	68,2%
101	Pandora	68,1%
102	TUIfly	68,1%
103	holidaycheck.de	68,1%
104	Samsung	68,0%
105	Mövenpick	68,0%
106	Hansa-Park	68,0%
107	Sparda-Bank Berlin	68,0%
108	Ditsch	67,9%
109	fahrrad.de	67,9%
110	Melitta	67,9%
111	Yello Strom	67,9%
112	TUIfly.com	67,8%
113	Mövenpick Hotels	67,8%
114	BMW Bank	67,8%
115	Intercontinental Hotel	67,7%
116	Anson`s	67,7%
117	Yves Rocher	67,6%
118	Weltbild	67,6%
119	Blumen Risse	67,6%
120	R+V	67,6%
121	Abus	67,6%
122	ALNATURA	67,6%
123	BBBank (Badische Beamtenbank)	67,5%
124	UPS	67,4%
125	CosmosDirekt	67,4%
126	Siemens	67,4%
127	Holiday Park Hassloch	67,3%
128	Intersport (Sportpoint)	67,3%
129	bike24.de	67,2%
130	Zoologischer Garten Berlin	67,2%
131	ab-in-den-urlaub.de	67,2%
132	versandapotheke.de	67,1%
133	BLOCK HOUSE	67,1%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
134	Höffner	67,1%
135	Küche&Co	67,1%
136	Marriott International	67,0%
137	Velux	67,0%
138	ACE (Auto Club Europa)	67,0%
139	Best Carwash	66,9%
140	Puma	66,9%
141	REDDY	66,9%
142	hotel.de	66,9%
143	Jura	66,9%
144	Runners Point	66,8%
145	First Stop	66,8%
146	Cinemaxx	66,8%
147	Hertz	66,8%
148	Rossmann	66,7%
149	Flughafen Hamburg	66,7%
150	eprimo	66,7%
151	AOK PLUS	66,6%
152	Sanicare.de	66,6%
153	Condor	66,6%
154	Mrs. Sporty	66,6%
155	Tchibo.de	66,6%
156	goertz.de	66,5%
157	l'tur tourismus	66,5%
158	SALAMANDER	66,5%
159	LBS	66,4%
160	The Body Shop	66,4%
161	AOK Baden-Württemberg	66,4%
162	Sky	66,4%
163	Robinson Club	66,4%
164	Tierpark Berlin	66,4%
165	Görtz	66,4%
166	DocMorris.de	66,4%
167	Jack&Jones	66,4%
168	Leonardo	66,3%
169	Sheraton	66,3%
170	Payback	66,3%
171	Lindner Hotels	66,2%
172	Erlebnispark Tripsdrill	66,2%
173	Center Parcs	66,2%
174	Saeco	66,1%
175	Geox	66,1%
176	eventim.de	66,1%
177	Jacques' Wein-Depot	66,0%
178	K&U Bäckerei	66,0%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
179	Wempe	66,0%
180	Krups	65,9%
181	Flughafen München	65,9%
182	Generali	65,9%
183	Vergölst	65,9%
184	blume2000.de	65,9%
185	trivago.de	65,9%
186	Alstertal Einkaufszentrum Hamburg	65,9%
187	Maredo Restaurants	65,9%
188	1-2-3 tv	65,8%
189	Riu Clubhotels	65,8%
190	alltours Reisecenter	65,8%
191	dm-drogerie markt	65,7%
192	De Longhi	65,7%
193	EP: Electronic Partner	65,7%
194	Decathlon	65,7%
195	Google play	65,7%
196	Cortal Consors	65,6%
197	lampenwelt.de	65,6%
198	easyApotheke	65,6%
199	Bavaria Filmstadt	65,6%
200	Flughafen Köln/Bonn	65,6%
201	BKK MOBIL OIL	65,5%
202	Kettler	65,5%
203	EDEKA	65,4%
204	zalando-lounge.de	65,4%
205	IKK Südwest	65,4%
206	Pflanzen Kölle	65,4%
207	Dorint	65,4%
208	Deutsches Rotes Kreuz (DRK)	65,4%
209	Ford	65,3%
210	Sony	65,3%
211	comdirect	65,3%
212	amazon buyvip.de	65,3%
213	Radisson BLU	65,3%
214	LUSH	65,3%
215	Deichmann	65,2%
216	1-2-FLY	65,2%
217	ARAL	65,2%
218	Bauknecht	65,2%
219	Ecco	65,2%
220	Zoo & Co.	65,2%
221	Mercedes-Benz Bank	65,2%
222	Paunsdorf Center Leipzig	65,2%
223	Flughafen Düsseldorf	65,2%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
224	Music Store	65,1%
225	Sparda-Bank Hannover	65,1%
226	DERTOUR	65,1%
227	zalando.de	65,1%
228	Canon	65,0%
229	A.T.U.	65,0%
230	Peek & Cloppenburg (Hamburg)	65,0%
231	Ostdeutsche Eisenbahn (ODEG)	65,0%
232	Alma Küchen	65,0%
233	spreadshirt.de	65,0%
234	Otto.de	64,9%
235	Toyota	64,9%
236	Hasbro	64,9%
237	babywalz	64,9%
238	Bosch Car Service	64,9%
239	Drogerie Müller	64,9%
240	Esprit	64,9%
241	Mydays	64,9%
242	vivesco Apotheke	64,9%
243	Flughafen Stuttgart	64,8%
244	Hilti	64,8%
245	Leipziger Messe	64,8%
246	Berlitz	64,8%
247	zurrose.de	64,8%
248	Severin	64,8%
249	TUI ReiseCenter	64,8%
250	Schmidt	64,8%
251	Breuninger	64,7%
252	Karstadt	64,7%
253	Starbucks	64,7%
254	DEVK	64,7%
255	Sparda-Bank Hamburg	64,7%
256	Kenwood	64,7%
257	Weltbild.de	64,7%
258	Opel	64,6%
259	Hyatt	64,6%
260	Debeka	64,6%
261	Balzac Coffee	64,6%
262	Triumph	64,6%
263	Targobank	64,5%
264	Flughafen Hannover	64,5%
265	Galeria Kaufhof	64,5%
266	Jokers	64,5%
267	Marché	64,4%
268	Hagenbecks Tierpark (Hamburg)	64,4%



<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
269	TUI Cruises	64,4%
270	s.Oliver	64,4%
271	Intersport Voswinkel	64,4%
272	Peek & Cloppenburg (Düsseldorf)	64,4%
273	Pit-Stop	64,3%
274	REWE	64,3%
275	Zoo Leipzig	64,3%
276	I-2-Fly FUN Clubs	64,3%
277	Ulla Popken	64,3%
278	Berliner Volksbank	64,3%
279	Thomann	64,2%
280	Segmüller	64,2%
281	Legoland	64,2%
282	Stadt-Parfümerie Pieper	64,2%
283	LG	64,2%
284	autoscout24.de	64,2%
285	MyCare.de	64,2%
286	ERGO	64,2%
287	Borussia Dortmund	64,1%
288	Ara	64,1%
289	SHELL	64,1%
290	Tom Tailor	64,1%
291	BÄRENLAND	64,1%
292	Kamps	64,1%
293	Hunkemöller	64,1%
294	SBK (Siemens-Betriebskrankenkasse)	64,0%
295	Seat	64,0%
296	CITTI-Markt	64,0%
297	Viessmann	64,0%
298	expert	64,0%
299	QVC.de	64,0%
300	Novotel	64,0%
301	shop-apotheke.com	63,9%
302	Arko	63,9%
303	Skoda	63,9%
304	Sparkasse KölnBonn	63,9%
305	Gothaer	63,9%
306	engbers	63,8%
307	Jochen Schweizer	63,8%
308	Serengeti-Park	63,8%
309	Mexx	63,8%
310	metronom	63,7%
311	Movie Park Germany	63,7%
312	Potsdamer Platz Arkaden Berlin	63,7%
313	Cafe & Bar Celona	63,7%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
314	Black&Decker	63,7%
315	CineStar	63,7%
316	Vom Fass	63,7%
317	Sea Life	63,6%
318	Hurtigruten	63,6%
319	snapfish.de	63,6%
320	K&M Computer	63,6%
321	hagebau	63,6%
322	lastminute.de	63,6%
323	O2	63,6%
324	Bauhaus	63,6%
325	voelkner.de	63,6%
326	Lufthansa City Center	63,6%
327	FC Bayern München	63,5%
328	PLAYMOBIL-FunPark	63,5%
329	Flughafen Leipzig/Halle	63,5%
330	OBI	63,5%
331	Yorma's	63,4%
332	Liebherr	63,4%
333	Schweinske	63,4%
334	ltur.com	63,4%
335	Visa	63,4%
336	Opel-Bank (GMAC)	63,4%
337	Westfalen	63,4%
338	Edeka C+C Großmarkt	63,4%
339	Kaufhaus des Westens (KaDeWe)	63,3%
340	Sport 2000	63,3%
341	TeeGschwendner	63,3%
342	Le CroBag	63,3%
343	Foot Locker	63,3%
344	Hornbach	63,3%
345	Smiley's Pizza	63,3%
346	CECIL	63,3%
347	Renault	63,3%
348	Bijou Brigitte	63,3%
349	Kaufland Gaststätten	63,3%
350	ITS Reisen	63,3%
351	myToys	63,2%
352	Messe Frankfurt am Main	63,2%
353	Zurbrüggen	63,2%
354	Sport Arena	63,1%
355	Floraland	63,1%
356	Cineplex	63,1%
357	Telekom Entertain	63,0%
358	stop + go	63,0%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
359	BUCHER Last Minute	63,0%
360	AXA	63,0%
361	gymondo.de	63,0%
362	UCI Kinowelt	62,9%
363	Media Markt	62,9%
364	Bahn-BKK	62,9%
365	enviaM	62,9%
366	Dekra	62,8%
367	limango.de	62,8%
368	Park Inn	62,8%
369	eurobahn	62,8%
370	fewo-direkt.de	62,8%
371	Guten Tag Apotheke	62,8%
372	Krass Optik	62,7%
373	HealthCity	62,7%
374	VHV	62,7%
375	Ramada	62,7%
376	Barmenia	62,7%
377	casamundo.de	62,6%
378	la Autoservice	62,6%
379	cewe.de	62,6%
380	bofrost	62,6%
381	ADAC Reisen	62,6%
382	Glocken Bäckerei	62,6%
383	Shell Café-Backshops	62,5%
384	Vitalia	62,5%
385	Kaufmännische Krankenkasse - KKH	62,5%
386	ARLT Computer	62,5%
387	flaconi.de	62,5%
388	Marquardt Küchen	62,5%
389	Le Buffet (Karstadt Restaurants)	62,5%
390	asstel	62,4%
391	Wüstenrot Bausparkasse	62,4%
392	Versicherungskammer Bayern	62,4%
393	weg.de	62,4%
394	lidl.de	62,4%
395	reichelt.de	62,4%
396	Saturn	62,4%
397	FTI	62,4%
398	Vaillant	62,4%
399	REMONDIS	62,3%
400	Acer	62,3%
401	Philips	62,3%
402	Signal Iduna	62,3%
403	Makita	62,3%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
404	SV SparkassenVersicherung	62,2%
405	Nissan	62,2%
406	baby-markt.de	62,2%
407	LASCANA	62,2%
408	Video World	62,2%
409	mobile.de	62,2%
410	Sausalitos	62,1%
411	MSC Kreuzfahrten	62,1%
412	Diesel	62,1%
413	MasterCard	62,1%
414	Tommy Hilfiger	62,1%
415	Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB)	62,1%
416	RENO	62,0%
417	Rowenta	62,0%
418	ASUS	62,0%
419	Stuttgart Wilhelma	62,0%
420	Fleurop.de	62,0%
421	Butlers	62,0%
422	Clean Car	62,0%
423	fitnessraum.de	62,0%
424	Thomas Cook Reisebüro	62,0%
425	HanseMerkur	62,0%
426	Babies "R"Us	62,0%
427	H&M	61,9%
428	McFit	61,9%
429	Globus Gastronomie	61,9%
430	Einstein	61,9%
431	SUNPOINT	61,9%
432	Schäfer's Brot	61,8%
433	Berliner Sparkasse	61,7%
434	photobox.de	61,7%
435	eprimo (Gas)	61,7%
436	Frankfurter Volksbank	61,7%
437	Union Investment	61,7%
438	Küchen Quelle	61,7%
439	brands4friends.de	61,7%
440	Stadtwerke Düsseldorf	61,6%
441	IKEA	61,6%
442	DEW2I	61,6%
443	Postbank Finanzberatung	61,6%
444	Deutsche Bank	61,5%
445	Karstadt Sports	61,5%
446	Paracelsus Kliniken	61,5%
447	Hannoversche	61,5%
448	Sport-Thieme	61,5%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
449	PC-Spezialist	61,5%
450	Schüco	61,5%
451	DeutschlandCard	61,4%
452	bonprix	61,4%
453	Mustang	61,4%
454	parfumdreams.de	61,4%
455	Deutsche Messe, Hannover	61,4%
456	ESSO	61,4%
457	Toshiba	61,3%
458	premio Reifen + Autoservice	61,3%
459	Gerry Weber	61,3%
460	Dresdner Verkehrsbetriebe (DVB)	61,3%
461	Cafe Del Sol	61,3%
462	apodiscounter.de	61,3%
463	Gosch	61,3%
464	Grundig	61,3%
465	Belantis Vergnügungspark	61,2%
466	MEIER`S Weltreisen	61,2%
467	Flughafen Dresden	61,1%
468	AachenMünchener	61,1%
469	SinnLeffers	61,1%
470	Gutscheinbuch.de	61,1%
471	Wrangler	61,1%
472	interchalet.com	61,0%
473	ALDI Talk	61,0%
474	Deutsche Vermögensberatung (DVAG)	61,0%
475	Germanwings	61,0%
476	Moulinex	61,0%
477	BIG direkt gesund	61,0%
478	ÖGER TOURS	61,0%
479	Globus	61,0%
480	reno.de	61,0%
481	MoschMosch	61,0%
482	HDI	61,0%
483	Watchever.de	60,9%
484	eshop.wuerth.de	60,9%
485	TÜV	60,9%
486	Globus Baumärkte	60,9%
487	groupon.de	60,9%
488	Thüringer Zoopark (Erfurt)	60,9%
489	shirtinator.de	60,8%
490	SIX Accessoires	60,8%
491	Panasonic	60,8%
492	123energie	60,8%
493	Ihr Platz	60,8%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
494	Golfino	60,8%
495	Viking	60,8%
496	kontaktlinsen.de	60,8%
497	Levi Strauss & Co	60,7%
498	Porta Möbel	60,7%
499	Dänisches Bettenlager	60,7%
500	Münchner Verkehrsgesellschaft (MVG)	60,7%
501	AppelrathCüpper	60,7%
502	Buchbinder	60,7%
503	ALDIANA Club	60,7%
504	Clever fit	60,7%
505	Kitchen Aid	60,7%
506	lensbest.de	60,7%
507	TNT Express	60,7%
508	Toys“R“Us	60,7%
509	DWS	60,7%
510	Basler	60,6%
511	World of Video	60,6%
512	LOVEFiLM.de	60,6%
513	Gold Meister	60,6%
514	itunes	60,6%
515	Allwetterzoo Münster	60,6%
516	More & More	60,6%
517	HSE24.de	60,6%
518	reifen.com	60,6%
519	Württembergische Versicherung	60,6%
520	Honda	60,6%
521	O2 Mobilfunkshops	60,6%
522	Hamburger Verkehrsverbund (inkl. Hamburger Hochbahn)	60,5%
523	tripodo.de	60,5%
524	PetitBistro (ARAL)	60,5%
525	Metro	60,5%
526	lampenundleuchten.de	60,5%
527	Kosmos	60,5%
528	Deutsche Telekom	60,5%
529	Pflanzen Mauk Gartencenter	60,5%
530	Telis Finanz	60,5%
531	trinkgut	60,5%
532	Lucky-bike.de	60,4%
533	Essanelle	60,4%
534	Ibis	60,4%
535	toom BauMarkt	60,4%
536	Zoo Osnabrück	60,4%
537	Peugeot	60,3%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
538	Ernsting's family	60,3%
539	BONITA	60,3%
540	Helios Kliniken	60,3%
541	bonprix.de	60,3%
542	ERGO Direkt	60,2%
543	Kaufland	60,2%
544	AVIA	60,2%
545	Kinopolis	60,2%
546	Café bonjour (Total)	60,2%
547	ARAG	60,2%
548	BayWa	60,2%
549	Rhein-Ruhr Zentrum	60,2%
550	Tierpark Hellabrunn (München)	60,2%
551	fahrrad-xxl.de	60,2%
552	misterspex.de	60,2%
553	Nürnberger	60,2%
554	DPD	60,2%
555	JET	60,1%
556	Carnival Cruise Line	60,1%
557	Kölner Zoo	60,1%
558	Wiener Feinbäckerei Heberer	60,1%
559	outdoorshop.de	60,1%
560	Sparkasse Nürnberg	60,1%
561	Joey's Pizza Service	60,1%
562	Swiss Life Select	60,0%
563	reifendirekt.de	60,0%
564	McPaper	60,0%
565	Roland-Schuhe	60,0%
566	versandapo.de	60,0%
567	Baby1One	60,0%
568	Autostadt Wolfsburg	60,0%
569	Flughafen Nürnberg	59,9%
570	On the run (Esso)	59,9%
571	IMO Carwash	59,9%
572	Messe Düsseldorf	59,8%
573	Real	59,8%
574	Google+	59,8%
575	brille24.de	59,8%
576	Pearl.de	59,8%
577	Ikea Gastronomie	59,8%
578	Möbel Kraft	59,8%
579	Pizza Hut	59,8%
580	norisbank	59,8%
581	congstar	59,8%
582	book-n-drive	59,8%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
583	Zoologischer Garten Dresden	59,8%
584	Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)	59,8%
585	JAKO-O	59,7%
586	Benz Sport	59,7%
587	C&A	59,7%
588	spotify.de	59,6%
589	Lila Heimatbäcker	59,6%
590	babybutt.de	59,5%
591	Flughafen Berlin	59,5%
592	Apple	59,5%
593	medpex.de	59,5%
594	camperdays.de	59,5%
595	Enchilada	59,4%
596	Marktkauf	59,4%
597	tirendo.de	59,4%
598	NordWestBahn (NWB)	59,4%
599	point S	59,4%
600	Cafe extrablatt	59,3%
601	DEPOT	59,3%
602	Club Calimera	59,3%
603	k presse + buch	59,2%
604	von Allwörden	59,2%
605	Cuxland	59,2%
606	AOK NordWest	59,2%
607	Wöhrl	59,2%
608	edeka24.de	59,2%
609	Hapag-Lloyd Reisebüro	59,2%
610	Passionata	59,2%
611	HypoVereinsbank	59,2%
612	Zurich	59,2%
613	Volkswagen Bank direct	59,1%
614	Sparkasse Bremen	59,1%
615	Toscana Restaurants (porta Möbel)	59,1%
616	Handelshof	59,1%
617	schlemmerblock.de	59,1%
618	mhplus BKK	59,1%
619	Fitness First Germany	59,1%
620	OMV	59,1%
621	pm-outdoorshop.de	59,1%
622	Bäckerei Oebel	59,1%
623	LVM	59,1%
624	Sparkassen DirektVersicherung	59,0%
625	Olympia Einkaufszentrum München	59,0%
626	DELL	59,0%
627	Swoodoo.com	59,0%



<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
628	Vino Weinmärkte	59,0%
629	Hallo Pizza	59,0%
630	üstra Hannoversche Verkehrsbetriebe	58,9%
631	Louisiana	58,9%
632	Dinea (Galeria Kaufhof Restaurants)	58,9%
633	Baur.de	58,9%
634	idealo.de	58,9%
635	Norwegian Cruise Line	58,9%
636	Pneumobil	58,9%
637	AvD (Automobilclub von Deutschland)	58,9%
638	Ozeaneum	58,9%
639	Crowne Plaza	58,9%
640	MeinFernbus	58,9%
641	Fegro/Selgros	58,9%
642	Continental	58,9%
643	Street One	58,8%
644	InterConnex	58,8%
645	Wormland	58,8%
646	Debeka Bausparkasse	58,8%
647	Cosy Wasch	58,8%
648	guentiger.de	58,8%
649	Cashfix.de	58,8%
650	Clean park	58,8%
651	Car2go	58,8%
652	light I I.de	58,8%
653	Stadtwerke München	58,8%
654	VGH Versicherungen	58,7%
655	imwalking.de	58,7%
656	Asklepios Kliniken	58,7%
657	siemes.de	58,7%
658	Binder Optik	58,7%
659	notebooksbilliger.de	58,7%
660	Damp Gruppe	58,7%
661	Marc O'Polo	58,7%
662	linsenplatz.de	58,7%
663	billigfluege.de	58,6%
664	bikeunit.de	58,6%
665	PILGRIM	58,6%
666	KIND Hörgeräte	58,6%
667	Neckermann Reisebüro	58,6%
668	Budnikowsky	58,6%
669	Metabo	58,6%
670	Lutz	58,6%
671	onlineticketsshop.de	58,5%
672	check24.de	58,5%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
673	Designer Outlet Berlin	58,5%
674	Kreissparkasse Köln	58,5%
675	Allianz Global Investors (AGI)	58,5%
676	ILS (Institut für Lernsysteme)	58,5%
677	travel24.com	58,5%
678	1. FC Kaiserslautern	58,4%
679	Arbeiterwohlfahrt (AWO)	58,4%
680	Schauinsland-Reisen	58,4%
681	Main-Taunus-Zentrum	58,4%
682	Epson	58,4%
683	Dodenhof	58,4%
684	mirapodo.de	58,4%
685	Staples	58,3%
686	Küchen Aktuell	58,3%
687	ZARA	58,3%
688	reBuy.de	58,3%
689	BHW Bausparkasse	58,3%
690	Lee	58,3%
691	skycheck.de	58,3%
692	Ford Bank	58,3%
693	Wolf	58,3%
694	AOK Hessen	58,3%
695	Studienkreis	58,2%
696	Jeans fritz	58,2%
697	1822direkt	58,2%
698	mybod-e.de	58,2%
699	Benetton	58,1%
700	InterCityHotel	58,1%
701	sonnenklar.TV	58,1%
702	Floraprima.de	58,1%
703	Gesund ist bunt Apotheke	58,1%
704	tegut...	58,0%
705	Kölle Zoo	58,0%
706	Hotels.com	58,0%
707	Vapiano	58,0%
708	Deutsche BKK	58,0%
709	Audi BKK	58,0%
710	Messe Berlin	58,0%
711	Zoo Hannover	58,0%
712	DEKA	58,0%
713	Vero Moda	57,9%
714	Coffee Fellows	57,9%
715	GRAVIS	57,9%
716	Sana-Kliniken	57,9%
717	bestcamper.de	57,8%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
718	NORDSEE	57,8%
719	Getränke Hoffmann	57,8%
720	ARCD (Auto- und Reiseclub Deutschland)	57,8%
721	airline-direct.de	57,8%
722	Vedes / Spielzeug-Ring	57,8%
723	billigflieger.de	57,8%
724	Bio Company	57,8%
725	Deutscher Video Ring	57,7%
726	VAG Verkehrs AG Nürnberg	57,7%
727	Getränkeland	57,7%
728	AOK Nordost	57,7%
729	Diners Club	57,7%
730	Rock Shop	57,7%
731	Grünwelt Energie	57,7%
732	wgv Versicherungen	57,7%
733	Video Buster	57,7%
734	Berlin Linien Bus	57,6%
735	alternate.de	57,6%
736	lensspirit.de	57,6%
737	Deutsche Bank Bauspar	57,6%
738	billiger.de	57,6%
739	New Yorker	57,6%
740	I AM	57,6%
741	FedEx	57,6%
742	Volkswahl Bund	57,6%
743	Veolia	57,6%
744	Top Hair	57,6%
745	Karsten Wilde Parfümerie	57,6%
746	Raiffeisen	57,6%
747	avandeo.de	57,6%
748	neckermann.de	57,5%
749	Santander Bank	57,5%
750	Wertheim Village	57,5%
751	MEGA ZOO	57,5%
752	profirad.de	57,5%
753	Häagen Dazs	57,5%
754	tedox	57,5%
755	musicload.de	57,5%
756	Weingarten	57,5%
757	Koelnmesse	57,4%
758	cyberport.de	57,4%
759	easyapotheke.de	57,4%
760	Plana Küchenland	57,4%
761	Richter + Frenzel	57,4%
762	leuchtenzentrale.de	57,4%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
763	Sonnenklar.tv Online Reisebüro	57,4%
764	Direct Line	57,4%
765	XXXLutz	57,4%
766	Hallhuber	57,4%
767	Wienerwald Restaurants	57,4%

### Ranking I0|2014: Rang 768 bis 1519

**Im Ranking unterdurchschnittlich platzierte und nicht mit SES und Rang ausgewiesene Unternehmen / Marken**

**(alphabetische Reihenfolge, SES < 57,4; Rang > 767):**

<b>Unternehmen der Plätze 768 bis 1519 in alphabetischer Reihenfolge</b>
I & I Internet
I & I Internet (Webhosting)
I & I Telecom
I. FC Köln
I. FC Nürnberg
I23 Gold
I23energie
I AVista
I blu.de
A10-Center
abacus-nachhilfe
ABC Schuh-Center
Abele Optik
AcademicPartner.de
Accessorize
ACV (Automobil-Club Verkehr)
ADAC Postbus
adamare-singlereisen.de
Adler
agilis
AHA! Nachhilfe
AKAD
aktivoptik
Aktivshop.de

AKW-Fitness
Alamo
Alba
Albtal-Verkehrs-Gesellschaft GmbH (AVG)
Aldi Nord
Aldi Süd
ALEX Gaststätten
ALL-INKL.com
Allyouneed.com
alpincenter Bottrop
alpincenter Hamburg-Wittenburg
Alte Leipziger
Altmärker / Erländer
American Express
amgrill.de (Grill Arena)
Amplifon
AOK Niedersachsen
AOK Rheinland / Hamburg
AOK Rheinland-Pfalz / Saarland
AOK Sachsen-Anhalt
AOL Mail
A-plus Apotheke
Arcadia Hotels
Arcor
arenalingua
A-ROSA
ASKANIA
ATELCO Computer
Atlantica Club
ATLAS Reisen
atraveo.de
auto.de
autoeuropa.de
autoreifen-outlet.de
auvito.de
auxion.de
AWG Modecenter
Axxe

AYK
B&B Hotels
BI Discount Baumarkt
Babyartikel.de
Back-Factory
BackWerk
Bader.de
BÄR
Barrique
BASE
Base/E-Plus Mobilfunkshops
Basic Bio-Lebensmittel
Bausparkasse Mainz
Bayerische Beamten Versicherung
Bayerwald
bbqhaus.de
bbq-shop24.de
be2.de
Beauty Solar
Bellandris Gartencenter
belvini.de
bergzeit.de
bestfewo.de
BIBA
BigX-tra Touristik
bildkontakte.de
billiger-mietwagen.de
billigflug.de
BKK Essanelle
blau.de
bluarbeit.de
Blizzera
boc24.de
Bochum-Gelsenkirchener Straßenbahnen (BOGESTRA)
bol.de
Bonnfinanz
Borussia Mönchengladbach
Bremer Straßenbahn (BSAG)

brillen.de
bruegelmann.de
BSW. Der BonusClub
buch.de
Buch24.de
Budget
buecher.de
bueromarkt-ag.de
Burger King
C&M Company
cafepress.de
Cafetiero
Call a Pizza
Callmobile
Cambio Carsharing
camperboerse.de
campz.de
cardelmar.de
Centro Oberhausen
Channel 21
Charles Vögele
cheapflug.de
cheaptickets.de
Chocolata
Ciao.de
citeecar
city2city
Cityfortwo.com
Claire´s
Clatronic
click-licht.de
Club Magic-Life
Club Med
Coffeeshop Company
Combi
computer-universe.de
comtech.de
Coop

Costa Kreuzfahrten
Cult At Home
DA Direkt
DAB Bank
daheim.de
DailyDeal.de
datingcafe.de
DB Regio
DEALLX.de
DealTicket.de
Dein Bus
denn`s Biomarkt
Der Club - Bertelsmann
DER Reisebüro
DERPART Reisebüro
Designer Outlet Center Neumünster
Designer Outlet Soltau
Designer Outlets Wolfsburg
Deutsche Bahn
Deutsche Bahn Restaurants
Deutsche Bausparkasse Badenia
deutscheinternetapotheke.de
Deutscher Caritasverband (DCV)
Deutscher Paritätische Wohlfahrtsverband
Diakonisches Werk
diedruckerei.de
Dinger`s Gartencenter
domainFACTORY
Dooyoo.de
Dornseifer
Dortmund Zoologischer Garten
Dr. Klein
DREWAG Stadtwerke Dresden
DriveNow
druckdiscount24.de
DTK Deutsche Telekabel
Dursty
dyk360-kuechen.de



E wie Einfach (Strom)
E wie Einfach (Gas)
E.ON
easycosmetic.de
easyjet
easyres.com
ebay.de
Ebken Reformhaus
Ebook.de
ebookers.de
eDarling.de
e-domizil.de
ehotel.de
Einhell
Einmalige-erlebnisse.de
Eintracht Frankfurt
EINTRITTSKARTEN.DE
eismann
ElitePartner.de
elv.de
EnBW
enercity
ENI
Entega (Strom)
Entega (Gas)
Enterprise
E-Plus
Erich Zeiss
Essener Verkehrs AG (EVAG)
Etap Hotels/Formule I
Étésón
Euroflorist.de
EuroLines (Deutsche Touring)
EUROMASTER
Euromobil
EURONICS
Europa Service
europa-apotheek.com

Eurowings
EWE (Strom)
EWE (Gas)
ExtraEnergie
eyes + more
Facebook.com
famila Nordost
famila Nordwest
fashionforhome.de
FC Schalke 04
Feneberg
ferienhausmiete.de
Festool
Fiat
Fiat Bank (FGA)
Fidelity
Fiebing Hörtechnik
Filmtaxi.de
fin.de
financescout24.de
finanzcheck.de
finanzen.de
Finke
Finya.de
FIRST REISEBÜRO
Fischer
Fitness-Store24
Fitnessversand.de
Fleisch- und Wurst Schmalkalden
Fleischwaren Richter
Flinkster
flip4new.de
FlirtCafe.de
flirt-fever.de
FlixBus
flohhaus.de
florito.de (blumen.de)
fluege.de

flug.de
flug24.de
Flughafen Bremen
Flughafen Dortmund
Flughafen Frankfurt Hahn
fly.de
flyer4fun.de
flyeralarm.com
Flying Pizza
FOC Ochtrup
Fonic
Fortuna Düsseldorf
Frankfurter Sparkasse (FRASPA)
Franklin Templeton
freenet Mail
FRICK
Fricke's Gartencenter
FriendScout24.de
Fristo
Fritz Berger / Sport Berger
fujidirekt.de
Fujitsu
Gallier Weinhäuser
Gartencenter Samen-Schmitz
GASAG
gebraucht-medien-ankauf.de
gebrauchtwagen.de
Geers Hörgeräte
Geizkragen.de
geld.de
geschenkemaxx.com
getgo.de
Getränke Quelle
GLS
GMX
goldgas
Goldkopf
Google mail

gourmetfleisch.de
gourmetstar.de
gourmondo.de
Graef
Greenwheels
grillfuerst.de
grillgoods.de
grillranger.de
grillshop-24.de
grün erleben
G-Star
GTS-Logistik
GTÜ
Habitat
habl24.de
HAF - Hamburger Akademie für Fernstudien
Haftpflichtkasse Darmstadt
HairExpress
Hairkiller
Hallesche Krankenversicherung
Hamburger Sparkasse (Haspa)
Hamburger SV
Hamburg-Köln-Express (HKX)
Handwerker-versand.de
Hannover 96
Hannoversche Volksbank
Hans im Glück
HappyBaby
Harz-Berlin-Express (HBX)
Hawesko.de
Heartbooker.de
Heimfrost
heine.de
Heinemann
hela Profizentrum
Hellweg
Helvetia
Hermes Fleischwaren

herrenausstatter.de
Hertha BSC
Hetzner Online
Hewlett-Packard
Heymann
Hit
Hitachi
Hitmeister.de
Hogenboom
Hol´ab
Holiday Land Reisebüro
Holmes Place
Home Market
home24.de
hood.de
Hörgeräte Seifert
Hoste Europe
Hotelreservierung.de
ichkaufalles.de
Ideal
idee+spiel
Iffland Hören
ifolor.de
Ihre Kette
iLove.de
iloxx
Ingolstadt Village
inlingua
interhome.de
InterRisk
JAHN Reisen
Jakob Becker
Janitos
Janny`s Eis
Jappy.de
Jobdoo.de
jollydays.de
jollyflowers.de

JustMusic
Juwelo TV
K+K Schuh-Center
Kabel BW
Kabel Deutschland
Kaiser's Tengelmann
kalaydo.de
kaufpark
Kentucky Fried Chicken
Kibek
KIDOH
Kiebitzmarkt
kiveda.de
Klaas + Kock
klarmobil
kleinanzeigen.de
kleinanzeigen.ebay.de
Klier
Klinck
Klingel.de
Knappschaft Krankenhäuser
Kochlöffel
Kölner Verkehrs-Betriebe (KVB)
Konplott
Köttgen Hörakustik
Kronberg Opel-Zoo
Küche 3000
Küchen Treff
Kunzler
kyuub.de
Landal GreenParks
languagecourse
lebensmittel.de
Leiser
lekker Energie (Strom)
lekker Energie (Gas)
lensonlineshop.de
lerncoachies.de

lernerfolg.de
Lernstudio Barbarossa
Lernwerk
Leysieffer
LichtBlick (Strom)
Lichtblick (Gas)
Lidl
Liebe.de
Limbecker Platz Essen
LinkedIn.com
linsenquelle.de
Livingo.de
Luups.net
LV 1871
mainova (Strom)
mainova (Gas)
markt.de
Matt Optik
maxdome.com
MAXI Autohöfe
Mayer´s Markenschuhe
Mc Donald's
McSun
Mecklenburgische Versicherung
Meda Küchenfachmarkt
Mediclin
MediMax
Medion
MediSport
meinTVshop
Messe Essen
Messe Hamburg
Messe München
Messe Nürnberg
Messe Stuttgart
Metzgerei Fischer
Metzgerei Königsbauer
meventi.de

Meyerbeer
Middelberg Baking Friends
Mietwagen24.de
mietwagen-check.de
mietwagenmarkt.de
Miles and More
mindfactory.de
Mini-Lernkreis
mister*lady
MLP
Möbel Martin
mobilcom debitel
mobilcom debitel Mobilfunkshops
moebel-sensation.de
Moebel-shop.de
MömaX
momox.de
Motel One
Movie Vision
MR.BAKER
Multipolster
Musik Produktiv
Musikhaus Korn
myhammer.de
myspace.com
my-spexx.de
myTime.de
Nachhilfe- und Unterrichtsdienst
nachhilfeportal.de
NANU-NANA
Napster.de
NATIONAL-BANK
Naturstrom
Nehlsen
N-ERGIE (Strom)
N-ERGIE (Gas)
NetCologne
Netto Marken-Discount



Netto Supermarkt
netzoptiker.de
Neu.de
newmoove.com
nicko Tours
Nokia
Nordwest-Zentrum Frankfurt
Norma
Noteeins.de
novasol.de
Novitas BKK
NP Discount
o.tel.o
Ochtum Park Outlet Center
Oil & Vinegar
Oldenburgische Landesbank (OLB)
one.com
Oppenheim
optik24plus.de
Optiker Bode
originellefotoschenke.de
Oro Vivo
Orsay
Osiander
Ostermann
Ostsächsische Sparkasse Dresden
otto-gourmet.de
otto-office.com
outdoortrends.de
OVB
Palmers
parfuemplus.de
Parfümerie Aurel
Parfümerie Becker / Schwanen-Parfümerie
Parship.de
Partner Apotheke
Partner.de
Partnersuche.de

pauldirekt.de
Penny-Markt
personello.com
Pharao24.de
PHOENIX Flussreisen
Pimkie
Pioneer
pixelfoto-express.de
pixelnet.de
pixum.de
Pizza Avanti
Pizza Max
pkw.de
Plaza
Plus.de
Pneuhage
POCO Einrichtungsmärkte
Polster Aktuell
Postbank
prediger.de
Preis.de
Preisvergleich.de
Primacom
printplanet.de
Pro Optik
Promod
pronova BKK
Provinzial NordWest
Provinzial Rheinland
pur-life.com
Quick Schuh
quoka.de
QYPE Deals
redcoon.de
reifen24.de
reifen-vor-ort.de
Reiff
Reiseland

Relay
Renault Bank (RCI)
Replay
RestoLutz
rewe-online.de
Rheinbahn
RheinEnergie (Strom)
RheinEnergie (Gas)
Rhön Kliniken
Ritter
ROFU Kinderland
ROLAND
ROLLER
Roompot
Roto
Royal Caribbean Cruise Line
Rubart.de
Ruhr-Park Bochum
Rupprecht
RWE
Ryanair
RYP
saal-digital.de
saxoprint.de
SB-Möbel Boss
Schaffrath
Scheiben Doktor
Schmidt Küchen
Schnell
Schönmackers
Schuhhaus Klauser
Schülerhilfe
Schwab.de
SCONTO
Scoop Shops (Ben & Jerry`s)
Scoyo.com
Seatwave.de
sgd (Studiengemeinschaft Darmstadt)

shirtalarm.com
shirtcity.de
shirtfritz.de
shirlabor.de
shoe4you
SIEMES Schuhcenter
simfy.de
simyo
Single.de
singlereisen.de
Skihalle Neuss
Skihalle Oberhof
Skihalle Senftenberg
sky Supermarkt
skyscanner.de
smartbox
sofatutor.com
Sofitel
Solarent
sonnenklar.tv Reisebüro
Sparda-Bank Baden-Württemberg
Sparda-Bank Hessen
Sparda-Bank Südwest
Sparda-Bank West
Sparkasse Hannover
Spiele Max
Sport Fundgrube
Sport-Tec
Sport-Tiedje
Stadtmobil
Stadtsparkasse München
Stadtwerke Duisburg
Stadtwerke Düsseldorf
Stadtwerke Leipzig
Stadtwerke München
Star (Orlen)
Starcar
StayFriends.de

store.apple.com/de
STRATO
Strauss Innovation
street shoes
Stromio
Stuttgarter
Stuttgarter Straßenbahnen (SBB)
Subway
sunnycars.de
Sunshine Sonnensstudio
sunwave.de
super 10 haircompany
Super Cut
SuperBioMarkt
svh24.de
Swiss Life
Talkline
TallyWeijl
Tamoil
tarifvergleich.de
Tchibo Mobil
Team World of Fitness (WOF)
Tee-Handels-Kontor Bremen
Tele Columbus
Telekom Mobilfunkshops
Telepizza
The Phonehouse Mobilfunkshops
ticketmaster.de
ticketonline.de
Tiergarten Nürnberg
TJAEREBORG
TK Maxx
t-online.de
Tönsmeier
toom Markt
toptarif.de
TOTAL
tourist-online.de


Toyota Bank
Trauringschmiede
travelscout24.de
tretwerk.net
Trösser
TTL/TTM
tutoria
Twitter.com
undertool.de
UNI Polster
unitymedia Hessen
unitymedia NRW
Universal-Investment-Gesellschaft
valentins.de
Vattenfall
Veka
venere.com
vente-privee.com
verkaufsuns.de
Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main (VGF)
Verleihshop.de
Versatel
VfB Stuttgart
viagogo.de
vicampo.de
Video Paradies / Empire Video
videoload.de
Videotaxi
Videothek.vodafone.de
vinello.de
Vinexus.de
vinos.de (Wein & Vinos)
vinzenmurr
vitalsana.de
Vodafone
Vodafone Mobilfunkshops
Vodafone TV
VogtlandBahn (VBG)

Volksbank Stuttgart
VZ-Netzwerke
Wajos - Die Genussmanufaktur
Wall Street Englisch
Wap WaschBär
WASGAU
Wassenaar
web.de
webauto.de
WebhostOne
Weeze (Niederrhein)
Weishaupt
wenz.de
Werder Bremen
Wer-kennt-wen.de
Weru
whitewall.com
whos-perfect.de
Windows Live Hotmail
Wintec Autoglas
Wirkaufens.de
wir-machen-druck.de
Wohltat´sche
wohnlicht.com
Woolworth
work5.de
World Coffee
worldticketshop.de
Woyton
Wüstenrot direct
WWK
Xbox Music
XING.com
xkitchen24.com
Yahoo! Mail
yoursurprise.de
zeilenreich
Zero

Zoo Duisburg
Zoo Frankfurt
Zoo Rostock
Zweibrücken The Style Outlets

## Zusammenfassung und Ausblick

- Seit Herbst 2010 werden regelmäßig unterschiedliche Unternehmen / Marken und Branchen anhand des erlebten Kundenservices bewertet und miteinander verglichen. Dieses Jahr sind im Service-Ranking über 1.500 Unternehmen aus 188 Branchen aufgeführt.
- Die Referenzleistung (Benchmark) ist der erlebte Service aus Kundensicht. Er wird über den „Service Experience Score (SES)“ gemessen.
- Der Serviceumfrage liegen über 1 Mio. Kundenurteile zugrunde. Aktuell werden 188 einzelne Branchen-Rankings sowie ein Gesamt-Ranking für alle Branchen und Unternehmen / Marken ausgewiesen.
- Regelmäßige Pressemitteilungen von ServiceValue und den ausgezeichneten Unternehmen / Marken sowie mediale Berichterstattungen begleiten die Service-Champions. Exklusiver Medienpartner seit Juli 2011 ist DIE WELT.
- Aktuelle Daten, Auswertungen und Rankings werden stets auf der ServiceValue-Homepage ausgewiesen, siehe auch direkt unter [www.Service-Champions.de](http://www.Service-Champions.de). Unternehmen auf einem Medaillen-Rang und Branchengewinnern kann ein Gütesiegel bereitgestellt werden.



**GOETHE**  
**UNIVERSITÄT**  
FRANKFURT AM MAIN  
ABT. SOZIALPSYCHOLOGIE

**Wie die Wissenschaft das Service-Ranking für die Service-Champions bewertet**

"Die Befragung zu den Service-Champions ist ein praxisorientiertes Instrument, das sich in Bezug auf die standardisierte Durchführung und Auswertung an wissenschaftlichen Standards orientiert. Als Ergebnis liefert das Service-Ranking belastbare Erkenntnisse darüber, welchen Unternehmen es gut oder weniger gut gelingt, ein tatsächliches Serviceerleben beim Kunden zu erreichen. Der als Gradmesser verwendete Service Experience Score (SES) ermöglicht einen guten Vergleich der wahrgenommenen Kundenorientierung über sehr unterschiedliche Geschäftsmodelle."

*Prof. Dr. Rolf van Dick*  
Goethe-Universität Frankfurt, Institut für Psychologie