

# **Studie „Service-Champions“ und Service-Rankings 10|2013**

Fragestellung, Methode, Auswertung

ServiceValue GmbH

Köln, 24.10.2013

## Inhalt

Einleitung .....	3
Methodisches Vorgehen .....	4
Service Experience Score (SES) .....	5
Auswertung.....	7
Wissenschaftlichkeit .....	8
Beispiel für die sozio-demographische Struktur der Stichproben.....	10
Nutzungsbedingungen Gütesiegel „Service-Champions“ .....	12
Zusammenfassung und Ausblick .....	15
Anhang: Service-Rankings.....	16
Ranking 10 2013 (Platz 1-775):.....	16
Im Ranking unterdurchschnittlich platzierte und nicht mit SES und Rang ausgewiesene Unternehmen / Marken 10 2013_(alphabetische Reihenfolge, SES < 56,2; Rang > 775): .....	35
Liste der Branchengewinner 10 2013 .....	55

## 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 umfanglich 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**

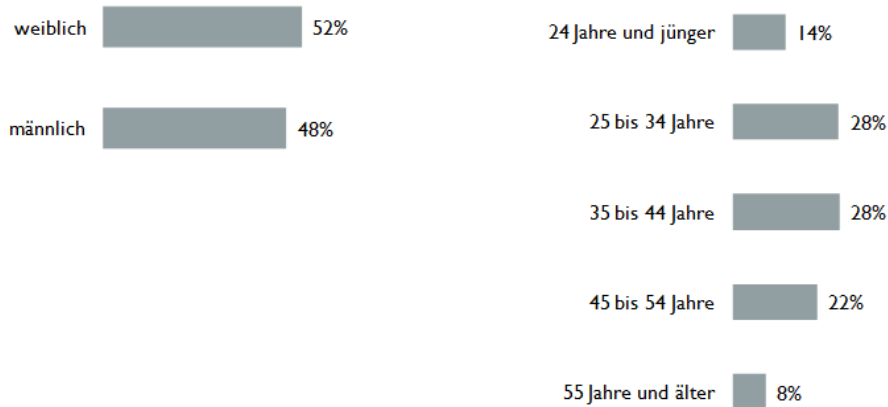
Der Befragte / Kunde bekommt für die Teilnahme an einer Befragung zwischen 15 und 60 Punkte, die er in Gutscheine (ab 80.000 Punkten = 20€) oder Zahlungen (ab 100.000 Punkten = 25€) umtauschen kann. Bei 60 Punkten erhält der Befragte somit lediglich eine „Bezahlung“ von 1,5 Cent für die Teilnahme an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

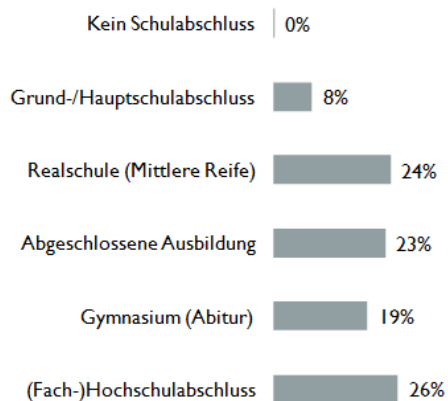
## Beispiel für die sozio-demographische Struktur der Stichproben

Branche: Automobilhersteller, 24 Anbieter in der Auswertung, 23.972 Befragte (2011)

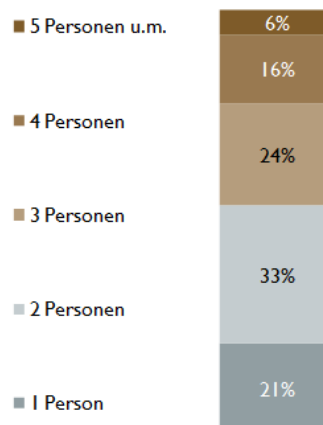
### Alter & Geschlecht

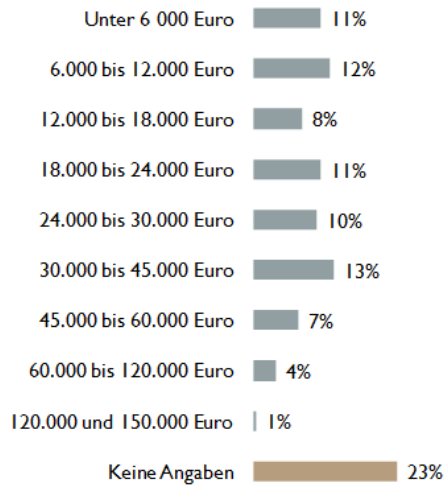
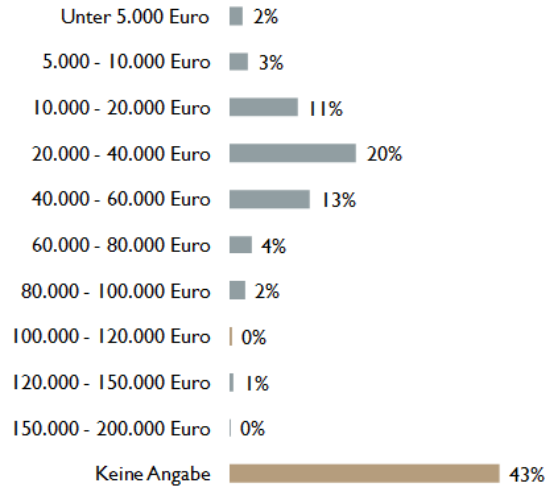
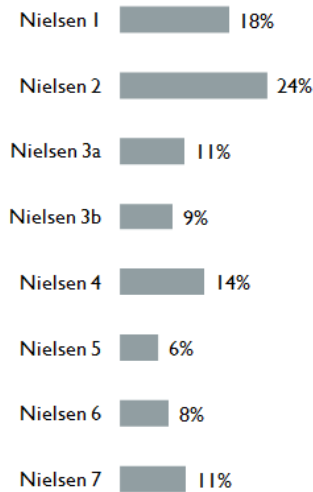


### Bildungsabschluss



### Haushaltsgröße



**Persönliches Netto-Einkommen / Jahr**

**Haushalts-Netto-Einkommen / Jahr**

**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 180 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 zur Verfügung gestellt.

### **Nutzungsdauer**

Die Gütesiegel haben jeweils eine Gültigkeitsdauer von 12 Monaten (ab dem 24.10.2013) und sind in der Nutzung nicht auf bestimmte Medien beschränkt.

## 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 über 180 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 über 180 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.



### 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*

## Anhang: Service-Rankings

Im Folgenden sind die im Ranking überdurchschnittlich platzierten Marken / Unternehmen mit SES und Rang ausgewiesen. Das aktuelle Ranking für 10|2013 ist auch unter [www.Service-Champions.de](http://www.Service-Champions.de) veröffentlicht.

### Ranking 10|2013 (Platz 1-775):

RANG	ANBIETER	WERT
1	Steigenberger Hotel	83,3%
2	ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil-Club)	83,0%
3	Kempinski	82,5%
4	TUI	80,9%
5	Hilton	80,2%
6	Douglas	80,1%
7	Kieser Training	79,2%
8	Techniker Krankenkasse	79,2%
9	AIDA Cruises	78,8%
10	Travel Charme Hotel	78,0%
11	Injoy	77,8%
12	LINDA Apotheke	77,7%
13	amazon.de	77,2%
14	Fielmann	77,2%
15	Barmer GEK	76,6%
16	Fressnapf	75,4%
17	Europa-Park	75,3%
18	Tchibo	75,3%
19	HUK-COBURG	75,2%
20	Christ	74,8%
21	Audi	74,7%
22	NH Hoteles	74,7%
23	eis.de	74,4%
24	Lufthansa	74,2%
25	apo-rot.de	74,1%
26	Carglass	74,1%
27	Hussel	74,0%
28	Bank of Scotland	73,7%
29	HRS.de	73,5%
30	DocMorris.de	73,2%
31	Hugendubel	73,0%
32	expedia.de	73,0%
33	BKK MOBIL OIL	73,0%
34	junited AUTOGLAS	73,0%
35	ING-Diba	72,9%



<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
36	Holidaycheck.de	72,8%
37	Maritim Hotel	72,7%
38	HUK24	72,7%
39	eventim.de	72,6%
40	QVC	72,6%
41	Dehner Gartencenter	72,4%
42	Allianz	72,3%
43	Volkswagen	72,2%
44	Celebrity Cruises	72,0%
45	ADAC Versicherungen	71,9%
46	Heide Park Resort	71,8%
47	Yves Rocher	71,8%
48	SportScheck	71,8%
49	Lindner Hotels	71,7%
50	Thomas Cook	71,6%
51	Villeroy & Boch	71,6%
52	AOK Bayern	71,6%
53	apotal.de	71,5%
54	Phantasialand	71,3%
55	Avis	71,3%
56	Globetrotter	71,2%
57	Futterhaus	71,0%
58	ORION	71,0%
59	HSE24	70,9%
60	McCafé	70,9%
61	BMW	70,8%
62	Fossil	70,7%
63	Hermes	70,7%
64	Hansa-Park	70,6%
65	Neckermann Reisen	70,6%
66	BKK vor Ort	70,6%
67	Saeco	70,6%
68	Mayersche	70,5%
69	Mrs. Sporty	70,5%
70	Apollo Optik	70,5%
71	Mercedes	70,4%
72	DHL	70,4%
73	Thalia	70,4%
74	WMF	70,2%
75	Holiday Inn	70,2%
76	Europcar	70,2%
77	Sparda-Bank Berlin	70,2%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
78	IKK classic	70,1%
79	The Body Shop	69,9%
80	Deichmann.de	69,8%
81	Ravensburger	69,8%
82	Ratiopharm	69,8%
83	Conrad.de	69,8%
84	ALNATURA	69,8%
85	Sixt	69,8%
86	Bosch	69,6%
87	First Stop	69,6%
88	O2	69,6%
89	ab-in-den-urlaub.de	69,5%
90	Arko	69,3%
91	Best Western	69,2%
92	Pflanzen Kölle	69,2%
93	Bausparkasse Schwäbisch Hall	69,2%
94	Miele	69,1%
95	shop-apotheke.com	69,0%
96	Anson`s	69,0%
97	TUIfly.com	69,0%
98	Adidas	68,9%
99	AOK PLUS	68,9%
100	AOK Baden-Württemberg	68,8%
101	TUI Cruises	68,8%
102	Robinson Club	68,7%
103	Sanicare.de	68,7%
104	zalando.de	68,7%
105	Dorint	68,7%
106	Tchibo.de	68,6%
107	Payback	68,5%
108	Melitta	68,4%
109	A.T.U.	68,4%
110	Seat	68,3%
111	Peek & Cloppenburg (Düsseldorf)	68,3%
112	Booking.com	68,3%
113	Intercontinental Hotel	68,3%
114	Commerzbank	68,2%
115	Zoo Leipzig	68,2%
116	Frankfurt Airport	68,1%
117	SALAMANDER	68,1%
118	DKB (Deutsche Kreditbank)	68,1%
119	Weltbild	67,9%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
I20	Premio	67,8%
I21	Volkswagen Bank	67,8%
I22	trivago.de	67,8%
I23	Sparda-Bank Hamburg	67,8%
I24	MSC Kreuzfahrten	67,8%
I25	TeeGschwendner	67,7%
I26	Air Berlin	67,6%
I27	Tamaris	67,6%
I28	AEG	67,6%
I29	fahrrad.de	67,6%
I30	Sparkasse KölnBonn	67,6%
I31	Debeka	67,6%
I32	TUIfly	67,5%
I33	BBBank (Badische Beamtenbank)	67,5%
I34	Bayer	67,5%
I35	zooplus.de	67,5%
I36	Hotel.de	67,5%
I37	BLOCK HOUSE	67,5%
I38	Die Schwenninger Krankenkasse	67,5%
I39	AppelrathCüpper	67,4%
I40	Küche & Co.	67,4%
I41	Generali	67,4%
I42	Gosch	67,3%
I43	Höffner	67,3%
I44	Hexal	67,2%
I45	dm-drogerie markt	67,2%
I46	Breuninger	67,2%
I47	Pandora	67,2%
I48	Marriott International	67,1%
I49	DAK Gesundheit	67,1%
I50	Yello Strom	67,1%
I51	BUCHER Last Minute	67,0%
I52	versandapotheke.de	67,0%
I53	Mövenpick Hotels	67,0%
I54	Deichmann	67,0%
I55	gesund leben apotheke	67,0%
I56	HealthCity	66,9%
I57	Starbucks	66,9%
I58	Siemens	66,8%
I59	Mövenpick	66,8%
I60	Blumen Risse	66,7%
I61	Radisson BLU	66,7%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
162	Hunkemöller	66,6%
163	lastminute.de	66,4%
164	Goertz.de	66,4%
165	REDDY	66,4%
166	Intersport (Sportpoint)	66,3%
167	Thüringer Zoopark (Erfurt)	66,3%
168	Flughafen Leipzig/Halle	66,3%
169	Jokers	66,3%
170	Mr. Wash	66,3%
171	R+V	66,3%
172	Bosch (Elektrowerkzeuge)	66,2%
173	Beck's	66,2%
174	Skoda	66,2%
175	parfumdreams.de	66,2%
176	TUI best Family Club	66,1%
177	Deutsches Rotes Kreuz (DRK)	66,1%
178	Görtz	66,1%
179	Ditsch	66,1%
180	alltours flugreisen	66,1%
181	Stuttgart Wilhelma	66,0%
182	Lavazza	66,0%
183	Parker	66,0%
184	Stada	66,0%
185	Cinemaxx	66,0%
186	Sheraton	66,0%
187	Knappschaft	66,0%
188	Maredo Restaurants	65,9%
189	Flughafen Düsseldorf	65,9%
190	Yorma's	65,9%
191	Velux	65,8%
192	alltours Reisecenter	65,7%
193	Meisterbäckerei Steinecke	65,7%
194	Peek & Cloppenburg (Hamburg)	65,7%
195	Jacques' Wein-Depot	65,5%
196	Zurbrüggen	65,5%
197	O2 Mobilfunkshops	65,5%
198	InterConnex	65,5%
199	I. FC Kaiserslautern	65,4%
200	Cafe Del Sol	65,4%
201	World of Video	65,3%
202	douglas.de	65,3%
203	Black&Decker	65,3%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
204	TUI ReiseCenter	65,3%
205	ARAL	65,3%
206	ticketonline.de	65,3%
207	Mercure	65,3%
208	Best Carwash	65,3%
209	K&U Bäckerei	65,3%
210	Nord-Ostsee-Bahn (NOB)	65,3%
211	AOK Hessen	65,3%
212	Zoo Osnabrück	65,2%
213	Jack&Jones	65,2%
214	Vergölst	65,2%
215	bike24.de	65,2%
216	ADAC Reisen	65,2%
217	Krupps	65,2%
218	UPS	65,1%
219	DERTOUR	65,1%
220	MB Spiele	65,0%
221	LBS	65,0%
222	Abele Optik	65,0%
223	Abus	65,0%
224	Beate Uhse	65,0%
225	FC Bayern München	64,9%
226	engbers	64,9%
227	Ozeaneum	64,8%
228	LUSH	64,8%
229	Vom Fass	64,8%
230	Ecco	64,8%
231	Serengeti-Park	64,7%
232	bofrost	64,7%
233	Toyota	64,7%
234	Point S	64,7%
235	Signal Iduna	64,7%
236	Wempe	64,7%
237	Segafredo	64,7%
238	amazon buyvip.de	64,6%
239	AXA	64,6%
240	Condor	64,5%
241	Opodo.de	64,5%
242	musicload.de	64,4%
243	Immobilienscout24.de	64,4%
244	Sky	64,4%
245	DeutschlandCard	64,3%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
246	Samsung	64,3%
247	Kettler	64,3%
248	Lufthansa City Center	64,2%
249	Autostadt Wolfsburg	64,2%
250	Flughafen Köln/Bonn	64,2%
251	Carnival Cruise Line	64,2%
252	Paunsdorf Center Leipzig	64,1%
253	DELL	64,1%
254	Helios Kliniken	64,1%
255	SBK (Siemens-Betriebskrankenkasse)	64,1%
256	Flughafen Hamburg	64,0%
257	Tierpark Berlin	64,0%
258	Langnese	64,0%
259	Messe Frankfurt am Main	64,0%
260	SHELL	64,0%
261	ERGO	64,0%
262	LVM	64,0%
263	Borussia Dortmund	63,9%
264	Dekra	63,9%
265	Canon	63,9%
266	Berliner Volksbank	63,9%
267	brands4friends.de	63,9%
268	IKK Südwest	63,9%
269	AachenMünchener	63,9%
270	EINTRITTSKARTEN.DE	63,9%
271	Sport 2000	63,9%
272	Flughafen München	63,8%
273	Hagenbecks Tierpark (Hamburg)	63,8%
274	Messe Berlin	63,8%
275	UCI Kinowelt	63,8%
276	Westfalen	63,8%
277	REWE	63,8%
278	Segmüller	63,8%
279	ACE (Auto Club Europa)	63,8%
280	Zoologischer Garten Dresden	63,7%
281	QVC.de	63,7%
282	Apple	63,7%
283	McFit Fitness	63,7%
284	SuperBioMarkt	63,7%
285	eprimo	63,7%
286	zalando-lounge.de	63,6%
287	Google play	63,6%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
288	LOVEFiLM.de	63,6%
289	ARLT Computer	63,6%
290	Jack Wolfskin	63,6%
291	CineStar	63,6%
292	Dunkin Donuts	63,6%
293	Württembergische Versicherung	63,6%
294	Riu Clubhotels	63,5%
295	Foot Locker	63,5%
296	Tom Tailor	63,5%
297	blume2000.de	63,5%
298	Smiley's Pizza	63,5%
299	HSE24.de	63,5%
300	Jochen Schweizer	63,5%
301	I-2-FLY	63,4%
302	Optiker Bode	63,4%
303	Sea Life	63,4%
304	Palmers	63,4%
305	Reno.de	63,4%
306	Schmidt	63,3%
307	Merck	63,3%
308	Swiss Life Select	63,3%
309	Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB)	63,3%
310	AOK NordWest	63,3%
311	medpex.de	63,2%
312	Mövenpick Eiscreme	63,2%
313	Galeria Kaufhof	63,2%
314	EP: Electronic Partner	63,2%
315	meine apotheke	63,2%
316	Osiander	63,2%
317	Cafe extrablatt	63,2%
318	mirapodo.de	63,2%
319	Esprit	63,2%
320	Münchner Verkehrsgesellschaft (MVG)	63,1%
321	s.Oliver	63,1%
322	Ulla Popken	63,1%
323	Cortal Consors	63,1%
324	EDEKA	63,1%
325	Alma Küchen	63,0%
326	Tommy Hilfiger	63,0%
327	CosmosDirekt	63,0%
328	SV SparkassenVersicherung	62,9%
329	Krombacher	62,9%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
330	Baur.de	62,9%
331	Sony	62,9%
332	Volkswagen Bank direct	62,9%
333	TNT Express	62,9%
334	ERGO Direkt	62,9%
335	Alstertal Einkaufszentrum Hamburg	62,8%
336	Zoologischer Garten Berlin	62,8%
337	Geox	62,8%
338	Bauknecht	62,8%
339	Kaufhaus des Westens (KaDeWe)	62,7%
340	Liebherr	62,7%
341	Versicherungskammer Bayern	62,7%
342	Mexx	62,6%
343	babywalz	62,6%
344	Kaufland Gaststätten	62,6%
345	Sparda-Bank Hannover	62,6%
346	Pit-Stop	62,6%
347	Möbel Kraft	62,6%
348	Edeka C+C Großmarkt	62,5%
349	autoscout24.de	62,5%
350	Viessmann	62,5%
351	Weltbild.de	62,5%
352	k presse + buch	62,5%
353	easycosmetic.de	62,5%
354	reifendirekt.de	62,5%
355	europa-apotheek.com	62,4%
356	Sparkasse Nürnberg	62,4%
357	maxdome.com	62,3%
358	I-2-3 tv	62,3%
359	Drogerie Müller	62,3%
360	Deutsche Vermögensberatung (DVAG)	62,3%
361	Essanelle	62,3%
362	Vodafone Mobilfunkshops	62,3%
363	MEGA ZOO	62,3%
364	Itur.com	62,2%
365	Werder Bremen	62,2%
366	myToys	62,2%
367	Dresdner Verkehrsbetriebe (DVB)	62,2%
368	Diesel	62,2%
369	Kamps	62,2%
370	Union Investment	62,2%
371	Pro Optik	62,2%



<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
372	Nürnberger	62,2%
373	Opel	62,2%
374	Video World	62,1%
375	Ice-Watch	62,1%
376	Marc O'Polo	62,1%
377	ZARA	62,1%
378	Renault	62,1%
379	MyCare.de	62,0%
380	Deutsche Messe, Hannover	62,0%
381	TÜV	62,0%
382	Café bonjour (Total)	62,0%
383	Mercedes-Benz Bank	62,0%
384	Video Buster	61,9%
385	voelkner.de	61,9%
386	Flughafen Hannover	61,9%
387	VHV	61,8%
388	Vaillant	61,8%
389	Flughafen Stuttgart	61,8%
390	Einstein	61,8%
391	Kaufmännische Krankenkasse - KKH	61,8%
392	boc24.de	61,8%
393	Jura	61,8%
394	apodiscounter.de	61,7%
395	reBuy.de	61,7%
396	Berlin Linien Bus	61,7%
397	Bosch Car Service	61,7%
398	Pioneer	61,7%
399	Floraland	61,7%
400	Leysieffer	61,6%
401	Hapag-Lloyd	61,6%
402	Diners Club	61,6%
403	Deutsche Telekom	61,6%
404	PC-Spezialist	61,6%
405	schlemmerblock.de	61,5%
406	Sport Arena	61,5%
407	Globus Gastronomie	61,5%
408	Toshiba	61,5%
409	DWS	61,5%
410	Zurich	61,5%
411	Rhein-Ruhr Zentrum	61,4%
412	Bijou Brigitte	61,4%
413	Media Markt	61,4%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
414	Postbank Finanzberatung	61,4%
415	enviaM	61,4%
416	Gothaer	61,4%
417	wgv Versicherungen	61,4%
418	Erdinger	61,3%
419	Visa	61,3%
420	Leipziger Messe	61,3%
421	norisbank	61,3%
422	Casino Merkur Spielothek	61,3%
423	MediSport	61,3%
424	Wüstenrot Bausparkasse	61,3%
425	Bitburger	61,2%
426	Shell Café-Backshops	61,2%
427	Ikea Gastronomie	61,2%
428	Ford	61,2%
429	DEVK	61,1%
430	Puma	61,1%
431	Pizza Hut	61,1%
432	Hilti	61,0%
433	ASUS	61,0%
434	Mustang	61,0%
435	Golfino	61,0%
436	Glocken Bäckerei	61,0%
437	Johnson & Johnson	60,9%
438	Intersport Voswinkel	60,9%
439	Ara	60,9%
440	Opel-Bank (GMAC)	60,9%
441	1822direkt	60,9%
442	FTI	60,9%
443	Haftpflichtkasse Darmstadt	60,9%
444	Cineplex	60,9%
445	comdirect	60,9%
446	Schäfer's Brot	60,8%
447	CITTI-Markt	60,8%
448	Starcar	60,8%
449	Casio	60,8%
450	zurrose.de	60,8%
451	Mydays	60,7%
452	Zoo Hannover	60,7%
453	JAKO-O	60,7%
454	Thomas Cook Reisebüro	60,7%
455	Novotel	60,7%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
456	expert	60,7%
457	Flughafen Dortmund	60,7%
458	BÄRENLAND	60,7%
459	Kölle Zoo	60,7%
460	Cafe & Bar Celona	60,6%
461	onlineticketshop.de	60,6%
462	Kibek	60,6%
463	ABC Schuh-Center	60,6%
464	GTÜ	60,6%
465	Fleischwaren Richter	60,6%
466	metronom Eisenbahngesellschaft	60,6%
467	Wolf	60,6%
468	AVIA	60,5%
469	Stadt-Parfümerie Pieper	60,5%
470	Tee-Handels-Kontor Bremen	60,5%
471	Hyatt	60,5%
472	Neckermann Reisebüro	60,4%
473	Schweinske	60,4%
474	Epson	60,4%
475	NORDSEE	60,4%
476	vinzenzmurr	60,4%
477	Lutz	60,3%
478	Küchen Quelle	60,3%
479	l'tur tourismus	60,3%
480	Zoo & Co.	60,3%
481	Nestlé Schöller	60,2%
482	Schüco	60,2%
483	IKEA	60,2%
484	FedEx	60,2%
485	Sausalitos	60,2%
486	Marché	60,2%
487	Philips	60,2%
488	Bauhaus	60,2%
489	bonprix	60,2%
490	H&M	60,2%
491	Olympia Einkaufszentrum München	60,2%
492	HypoVereinsbank	60,2%
493	Parfümerie Aurel	60,2%
494	Vapiano	60,1%
495	New Yorker	60,1%
496	Konplott	60,1%
497	weg.de	60,1%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
498	Tierpark Hellabrunn (München)	60,0%
499	Kosmos	60,0%
500	Gutscheinbuch.de	60,0%
501	Nike	60,0%
502	heine.de	60,0%
503	De Longhi	60,0%
504	Deutsche Bank Bauspar	60,0%
505	Löwen Play Casino	60,0%
506	Barmenia	60,0%
507	photobox.de	60,0%
508	Telis Finanz	60,0%
509	Holiday Park Hassloch	59,9%
510	CECIL	59,9%
511	Balzac Coffee	59,9%
512	brille24.de	59,8%
513	Bavaria Filmstadt	59,8%
514	Belantis Vergnügungspark	59,8%
515	Makita	59,8%
516	Messe München	59,8%
517	Leonardo	59,8%
518	Call a Pizza	59,8%
519	Kölner Zoo	59,7%
520	itunes	59,7%
521	Grundig	59,7%
522	PLAYMOBIL-FunPark	59,7%
523	denn`s Biomarkt	59,7%
524	Altmärker / Erländer	59,7%
525	Legoland	59,6%
526	Wertheim Village	59,6%
527	DailyDeal.de	59,6%
528	cewe.de	59,6%
529	Nissan	59,6%
530	Weingarten	59,6%
531	eismann	59,6%
532	reichelt.de	59,5%
533	Deutscher Fußballbund (DFB)	59,5%
534	LASCANA	59,5%
535	Subway	59,5%
536	Sparda-Bank Baden-Württemberg	59,5%
537	Wienerwald Restaurants	59,4%
538	Hornbach	59,4%
539	Saturn	59,4%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
540	BMW Bank	59,4%
541	Budnikowsky	59,4%
542	Matratzen Concord	59,3%
543	baby-markt.de	59,3%
544	Globus	59,3%
545	Erlebnispark Tripsdrill	59,3%
546	accorhotels.com	59,3%
547	Acer	59,3%
548	OBI	59,3%
549	Deutsche BKK	59,3%
550	limango.de	59,2%
551	Citizen	59,2%
552	BayWa	59,2%
553	Debeka Bausparkasse	59,2%
554	Krass Optik	59,2%
555	Peugeot	59,1%
556	Le CroBag	59,1%
557	Targobank	59,1%
558	AOK Nordost	59,1%
559	BÄR	59,1%
560	bitiba.de	59,0%
561	LG	59,0%
562	Volksbank Stuttgart	59,0%
563	NATIONAL-BANK	59,0%
564	ÖGER TOURS	59,0%
565	Borussia Mönchengladbach	58,9%
566	I-2-Fly FUN Clubs	58,9%
567	Immowelt.de	58,9%
568	Jeans fritz	58,9%
569	momox.de	58,9%
570	flaconi.de	58,8%
571	Fegro/Selgros	58,8%
572	Pearl.de	58,8%
573	Deutscher Handballbund (DHB)	58,8%
574	Rossmann	58,8%
575	Hallhuber	58,8%
576	Lucky-bike.de	58,8%
577	Vodafone	58,8%
578	More & More	58,8%
579	Zoo Duisburg	58,7%
580	Ritter	58,7%
581	pm-outdoorshop.de	58,7%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
582	McPaper	58,7%
583	Karstadt Sports	58,7%
584	Gerry Weber	58,7%
585	Frankfurter Volksbank	58,7%
586	Spielstationen / Spielstuben	58,7%
587	tripodo.de	58,7%
588	Crowne Plaza	58,7%
589	myhammer.de	58,6%
590	Benz Sport	58,6%
591	Kraft	58,6%
592	Bwin	58,6%
593	home24.de	58,6%
594	snapfish.de	58,6%
595	Kaufland	58,6%
596	Fonic	58,6%
597	Kinopolis	58,6%
598	Getränke Hoffmann	58,6%
599	Flughafen Dresden	58,6%
600	ITS Reisen	58,6%
601	tegut...	58,6%
602	HDI	58,6%
603	Car2go	58,6%
604	Babies "R"Us	58,5%
605	airline-direct.de	58,5%
606	Joey's Pizza Service	58,5%
607	Mayer´s Markenschuhe	58,5%
608	Schauinsland-Reisen	58,5%
609	flip4new.de	58,5%
610	Spiele Max	58,4%
611	Bahlsen	58,4%
612	Sandoz	58,4%
613	MasterCard	58,4%
614	SUNPOINT	58,4%
615	versandapo.de	58,4%
616	Butlers	58,4%
617	Deutsche Bank	58,4%
618	Sparda-Bank West	58,4%
619	Sparda-Bank Hessen	58,4%
620	ATELCO Computer	58,4%
621	Sport-Thieme	58,4%
622	Haribo	58,3%
623	fluege.de	58,3%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
624	Hertz	58,3%
625	Iglo	58,2%
626	Google+	58,2%
627	Mc Donald's	58,2%
628	Budget	58,2%
629	Guten Tag Apotheke	58,2%
630	Fleisch- und Wurst Schmalkalden	58,2%
631	NordWestBahn (NWB)	58,2%
632	AvD (Automobilclub von Deutschland)	58,2%
633	Festina	58,1%
634	Veltins	58,1%
635	Staples	58,1%
636	Porta Möbel	58,1%
637	siemes.de	58,1%
638	Flughafen Berlin	58,1%
639	Karstadt	58,1%
640	Ernsting's family	58,1%
641	asstel	58,1%
642	Bausparkasse Mainz	58,1%
643	Bahn-BKK	58,1%
644	Toys“R“Us	58,0%
645	vente-privee.com	58,0%
646	trinkgut	58,0%
647	Toscana Restaurants (porta Möbel)	58,0%
648	LinkedIn.com	58,0%
649	Stadtwerke Duisburg	58,0%
650	bikeunit.de	58,0%
651	Ferrero	57,9%
652	Levi Strauss & Co	57,9%
653	Sparkasse Hannover	57,9%
654	Naturstrom	57,9%
655	Lindt	57,8%
656	Roche	57,8%
657	Zweibrücken The Style Outlets	57,8%
658	Thomas Philipps	57,8%
659	Ibis	57,8%
660	von Allwörden	57,8%
661	BHW Bausparkasse	57,8%
662	Stadtwerke Düsseldorf	57,8%
663	K&M Computer	57,8%
664	Vedes / Spielzeug-Ring	57,7%
665	spotify.de	57,7%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
666	outdoorshop.de	57,7%
667	Immonet.de	57,7%
668	DERPART Reisebüro	57,7%
669	AOK Rheinland-Pfalz / Saarland	57,7%
670	Hannoversche	57,7%
671	Relay	57,7%
672	mister-spex.de	57,6%
673	Allwetterzoo Münster	57,6%
674	lidl.de	57,6%
675	Base/E-Plus Mobilfunkshops	57,6%
676	Toyota Bank	57,6%
677	Miles and More	57,5%
678	Zoo Rostock	57,5%
679	MEYER`S Weltreisen	57,5%
680	Hapag-Lloyd Kreuzfahrten	57,5%
681	Greenpeace Energy	57,5%
682	videoload.de	57,5%
683	Marktkauf	57,4%
684	SinnLeffers	57,4%
685	cyberport.de	57,4%
686	Runners Point	57,3%
687	Leiser	57,3%
688	Flughafen Nürnberg	57,3%
689	Fleurop.de	57,3%
690	ROLAND	57,3%
691	Dänisches Bettenlager	57,3%
692	Charles Vögele	57,3%
693	Richter + Frenzel	57,2%
694	üstra Hannoversche Verkehrsbetriebe	57,2%
695	InterCityHotel	57,2%
696	Terstappen	57,2%
697	ALDIANA Club	57,2%
698	easyapotheke.de	57,1%
699	Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)	57,1%
700	Fritz Berger / Sport Berger	57,1%
701	Lila Heimatbäcker	57,1%
702	mhplus BKK	57,1%
703	profirad.de	57,1%
704	AWG Modecenter	57,1%
705	Cambio Carsharing	57,0%
706	mobile.de	57,0%
707	Metabo	57,0%



<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
708	groupon.de	57,0%
709	guenstiger.de	57,0%
710	SIX Accessoires	57,0%
711	DEPOT	57,0%
712	Honda	57,0%
713	Entega	57,0%
714	VGH Versicherungen	57,0%
715	billiger.de	56,9%
716	ESSO	56,9%
717	Schuhhaus Dielmann	56,9%
718	Vattenfall	56,9%
719	gourmetfleisch.de	56,9%
720	Decathlon	56,9%
721	Ihr Platz	56,9%
722	Schnell	56,8%
723	Pfennigpfeiffer	56,8%
724	Quick Schuh	56,8%
725	Potsdamer Platz Arkaden Berlin	56,8%
726	BONITA	56,8%
727	PHOENIX Flussreisen	56,8%
728	Swoodoo.com	56,8%
729	C&A	56,8%
730	Real	56,7%
731	Fricke's Gartencenter	56,7%
732	Benetton	56,7%
733	tirendo.de	56,7%
734	Meda Küchenfachmarkt	56,7%
735	Ia Autoservice	56,7%
736	Club Calimera	56,7%
737	Tiergarten Nürnberg	56,6%
738	kleinanzeigen.ebay.de	56,6%
739	Otto.de	56,6%
740	Raiffeisen	56,6%
741	Klingel.de	56,6%
742	AYK	56,6%
743	Sparkassen DirektVersicherung	56,6%
744	Buchbinder	56,6%
745	Sparkasse Bremen	56,6%
746	RENO	56,6%
747	Claire´s	56,5%
748	travelscout24.de	56,5%
749	alternate.de	56,5%

<b>RANG</b>	<b>ANBIETER</b>	<b>WERT</b>
750	Aktivshop.de	56,4%
751	Swatch	56,4%
752	reifen.com	56,4%
753	ALDI Talk	56,4%
754	MediMax	56,4%
755	vivesco Apotheke	56,4%
756	Ford Bank	56,4%
757	MLP	56,4%
758	Mecklenburgische Versicherung	56,4%
759	Novartis	56,3%
760	HairExpress	56,3%
761	Parfümerie Becker / Schwanen-Parfümerie	56,3%
762	notebooksbilliger.de	56,3%
763	Direct Line	56,2%
764	Radeberger	56,2%
765	FRICK	56,2%
766	Burger King	56,2%
767	Wiener Feinbäckerei Heberer	56,2%
768	Fidelity	56,2%
769	SchuhKay	56,2%
770	getgo.de	56,2%
771	Deutsche Bahn	56,2%
772	NetCologne	56,2%
773	ils	56,2%
774	Finke	56,2%
775	Hertha BSC	56,2%

**Im Ranking unterdurchschnittlich platzierte und nicht mit SES und Rang ausgewiesene Unternehmen / Marken 10|2013**

**(alphabetische Reihenfolge, SES < 56,2; Rang > 775):**

<b>Unternehmen der Plätze 776 bis 1519 in alphabetischer Reihenfolge</b>
004.de (ehemals t-online-shop.de)
I Avista
I&I Internet
I&I Telecom
I. FC Köln
I. FC Nürnberg
I23 Gold
A10-Center
abacus-nachhilfe.de
Absolventa.de
Academics.de
Accessorize
ACV (Automobil-Club Verkehr)
AD Autodienst
adamare-singlereisen.de
Adler
adultshop.de
AKAD
aktivoptik
AKW-Fitness
Alamo
Aldi Nord
Aldi Süd
ALEX Gaststätten
Allianz Global Investors (AGI)
alpincenter Bottrop
alpincenter Hamburg-Wittenburg
Alte Leipziger
American Express
Amplifon
AOK Niedersachsen
AOK Rheinland / Hamburg

AOK Sachsen-Anhalt
AOL Mail
A-plus Apotheke
ARAG
Arbeiterwohlfahrt (AWO)
Arbeitsagentur.de
Arcadia Hotels
ARCD (Auto- und Reiseclub Deutschland)
Arcor
A-ROSA
ASKANIA
Asklepios Kliniken
aspect-online.de
Atlantica Club
ATLAS Reisen
Audi BKK
auto.de
autoreifen-outlet.de
auvito.de
auxion.de
avandeo.de
Axxe (Autogrill)
B&B Hotels
BI Discount Baumarkt
BabyIOne
Babyartikel.de
babybutt.de
Bäckerei Oebel
Back-Factory
BackWerk
Bader.de
Barrique
BASE
Basic Bio-Lebensmittel
Basler
Bayerische Beamten Versicherung
be2.de
Beauty Solar

Bellandris Gartencenter
belvini.de
bergzeit.de
Berliner Sparkasse
Bet 3000
bet365
Betapharm
bet-at-home
BetClic
betfair
BetVictor
BIBA
Big Cash Casino
BIG direkt gesund
BigX-tra Touristik
billigfluege.de
billigflug.de
Binder Optik
Bio Company
BKK Essanelle
blau.de
bluarbeit.de
blickkontakte.de
Blizzera
bobshop.de
Bochum-Gelsenkirchener Straßenbahnen (BOGESTRA)
Boehringer Ingelheim
bol.de
Bonnfinanz
bonprix.de
Bremer Straßenbahn (BSAG)
brillen.de
bruegelmann.de
BSW. Der BonusClub
buch.de
Buch24.de
buecher.de
bueromarkt-ag.de

C&M Company
Cafetiero
Callmobile
campz.de
Cashfix.de
Casino Royal
casinoclassic.de
casinoclub.com
casinotropez.com/de
Centro Oberhausen
Channel 21
cheaptickets.de
check24.de
Chocolata
Ciao.de
city2city
Cityfortwo.com
Clean Car
Clean park
Clever fit
Club Magic-Life
Club Med
Coffee Fellows
Coffeeshop Company
Combi
computer-universe.de
comtech.de
congstar
Continentale
Coop
Coppenrath & Wiese
Costa
Costa Kreuzfahrten
Cosy Wasch
Cult At Home
DA Direkt
DAB bank
Damp Gruppe

datingcafe.de
DEALLX.de
DealTicket.de
Dein Bus
DEKA
Der Club - Bertelsmann
DER Reisebüro
DERHotel.com
Designer Outlet Berlin
Designer Outlet Center Neumünster
Designer Outlet Soltau
Designer Outlets Wolfsburg
Deutsche Bahn Restaurants
Deutsche Bausparkasse Badenia
Deutsche Reiterliche Vereinigung e.V.
Deutsche Touring
deutscheinternetapotheke.de
Deutscher Alpenverein e. V. (DAV)
Deutscher Caritasverband (DCV)
Deutscher Leichtathletik-Verband (DLV)
Deutscher Paritätische Wohlfahrtsverband
Deutscher Schützenbund (DSB)
Deutscher Tennisbund (DTB)
Deutscher Tischtennis-Bund (DTTB)
Deutscher Turnerbund (DTB)
Deutscher Video Ring
Diakonisches Werk
diedruckerei.de
Dinea (Galeria Kaufhof Restaurants)
Dinger`s Gartencenter
Dodenhof
Dooyoo.de
Dornseifer
Dortmund Zoologischer Garten
DPD
Dr. Müller
DREWAG Stadtwerke Dresden
DriveNow

druckdiscount24.de
Dursty
E wie Einfach
E.ON
easyjet
easyres.com
ebay.de
Ebken Reformhaus
Ebook.de
ebookers.de
eDarling.de
edeka24.de
Einhell
Einmalige-erlebnisse.de
Eintracht Frankfurt
ElitePartner.de
elv.de
EnBW
Enchilada
enercity
ENI
Enterprise
E-Plus
erdbeermund erotic stores
Erich Zeiss
eshop.wuerth.de
Essener Verkehrs AG (EVAG)
Etap Hotels/Formule I
Étésón
Euroflorist.de
eurogrand.com/de
Euromaster
Euromobil
EURONICS
Europa Service
EuroShop
Eurowings
EWE



EWS Elektrizitätswerke Schönau
eyes + more
Facebook.com
famila Nordost
famila Nordwest
fashionforhome.de
FC Schalke 04
Feneberg
Festool
Fiat
Fiat Bank (FGA)
Fiebing Hörtechnik
Filmtaxi.de
financescout24.de
finanzcheck.de
finanzen.de
Finya.de
FIRST REISEBÜRO
Fitness First Germany
Fitness-Store24
Fitnessversand.de
Fixxbuy.de
Flinkster
FlirtCafe.de
flirt-fever.de
FlixBus
Floraprima.de
florito.de (blumen.de)
flug.de
flug24.de
Flughafen Bremen
Flughafen Frankfurt Hahn
fly.de
flyer4fun.de
flyeralarm.com
Flying Pizza
FOC Ochtrup
Fortuna Düsseldorf

Frankfurter Sparkasse (FRASPA)
Franklin Templeton
freenet Mail
FriendScout24.de
Fristo
Frosta
fujidirekt.de
Fujitsu
futterplatz.de
Gallier Weinhäuser
Gartencenter Samen-Schmitz
gebrauchtwagen.de
Geers Hörgeräte
Geizkragen.de
geld.de
Germanwings
Gesund ist bunt Apotheke
Getränke Quelle
Getränkeland
Geze
Gigajob.com
Globus Baumärkte
GLS
GMX
Gold Meister
Goldkopf
Google mail
gourmetstar.de
gourmonde.de
GRAVIS
Greenwheels
grün erleben
G-Star
GTS-Logistik
Häagen Dazs
Häagen-Dazs
Habitat
habi24.de

HAF - Hamburger Akademie für Fernstudien
hagebau
Hairkiller
Hallesche Krankenversicherung
Hallo Pizza
Hamburger Sparkasse (Haspa)
Hamburger SV
Hamburger Verkehrsverbund (inkl. Hamburger Hochbahn)
Handelshof
Handwerker-versand.de
Hannover 96
Hannoversche Volksbank
Hans im Glück
HanseMerkur
Hapag-Lloyd Reisebüro
HappyBaby
Hasseröder
Hawesko.de
Heartbooker.de
Heimfrost
Heinemann
Hellweg
Helvetia
Hermes Fleischwaren
herrenausstatter.de
Hewlett-Packard
Heymann
Hit
Hitachi
Hitmeister.de
Hol´ab
Holiday Land Reisebüro
Holmes Place
Home Market
hood.de
Hörgeräte Seifert
Hotelcareer.de
Hotelreservierung.de

Hotels.com
Hoyer
HUMANIC
Hurtigruten
I AM
Ideal
idealo.de
idee+spiel
Iffland Hören
ifolor.de
Ihre Kette
iLove.de
iloxx
Immopool.de
IMO Carwash
imwalking.de
Ingolstadt Village
InterRisk
interwetten
JAHN Reisen
Janitos
Janny`s Eis
Jappy.de
JET
Jobdoo.de
Jobscout24.de
Jobstairs.de
jobvector.de
Jobware.de
Joker Casino
jollydays.de
jollyflowers.de
Juwelo TV
K+K Schuh-Center
Kabel BW
Kabel Deutschland
Kaiser's Tengelmann
kalaydo.de

Karsten Wilde Parfümerie
Katjes
kaufpark
Kentucky Fried Chicken
KIDOH
Kiebitzmarkt
KiK
KIND Hörgeräte
Klaas + Kock
klarmobil
kleinanzeigen.de
Klier
Klinck
Knappschaft Krankenhäuser
Kochlöffel
Kodi
Koelnmesse
Kölner Verkehrs-Betriebe (KVB)
KOMMA10
Köttgen Hörakustik
Kreissparkasse Köln
Kronberg Opel-Zoo
Küche 3000
Küchen Aktuell
Küchen Treff
Kunzler
Le Buffet (Karstadt Restaurants)
lebensmittel.de
Lee
lekker Energie
lerncoachies.de
lernerfolg.de
Lernwerk.de
Let´s play!
Lichtblick
Lidl
Liebe.de
Limbecker Platz Essen

Livingo.de
Lorenz
Louisiana
Luups.net
LV 1871
Mäc-Geiz
Magic Casino
mainova
Main-Taunus-Zentrum
markt.de
Matt Optik
Max Bahr
MAXI Autohöfe
Mc Cain
McSun
Mediclin
Medion
Mega Fun Casino
Mein Fernbus
meinTVshop
Messe Düsseldorf
Messe Essen
Messe Hamburg
Messe Nürnberg
Messe Stuttgart
Metro
Metzgerei Fischer
Metzgerei Königsbauer
meventi.de
Meyerbeer
MFO - Matratzen Factory Outlet
MHZ Hachtel
Middelberg Baking Friends
mindfactory.de
mister*lady
Möbel Martin
mobilcom debitel
mobilcom debitel Mobilfunkshops

moebel-sensation.de
Moebel-shop.de
MömaX
Monster.de
Motel One
Movie Park Germany
Movie Vision
MR.BAKER
MVV Energie
mybet
myspace.com
my-spexx.de
mytime.de
nachhilfeportal.de
NANU-NANA
Napster.de
neckermann.de
N-Ergie AG
Nestlé
Netto Marken-Discount
Netto Supermarkt
Neu.de
nicko Tours
NKD
Nokia
Nordwest-Zentrum Frankfurt
Norma
Norwegian Cruise Line
Noteeins.de
Novitas BKK
Novoferm
NOVUM Erotik-Fachmärkte
NP Discount
o.tel.o
Ochtum Park Outlet Center
OETTINGER
Öffentliche Versicherungen Oldenburg
Oil & Vinegar

OIL!
Oldenburgische Landesbank (OLB)
OMV
On the run (Esso)
online-casino.de
Oppenheim
Oro Vivo
Orsay
Ostermann
Ostsächsische Sparkasse Dresden
otto-gourmet.de
otto-office.com
outdoortrends.de
OVB
Panasonic
Paracelsus Kliniken
parfuemplus.de
Park Inn
Parship.de
Partner Apotheke
Partner.de
Partnersuche.de
Passionata
Paulaner
pauldirekt.de
Penny-Markt
PetitBistro (ARAL)
Pflanzen Mauk Gartencenter
Pharao24.de
PILGRIM
Pimkie
pixelfoto-express.de
pixelnet.de
pixum.de
Pizza Avanti
Pizza Max
pkw.de
Plana Küchenland



Plaza
Plus.de
Pneuhage
POCO Einrichtungsmärkte
Postbank
Praktiker
Preis.de
Preisvergleich.de
PRIMARK
Profine
ProMarkt
Promod
pronova BKK
Provinzial NordWest
Provinzial Rheinland
QI
quoka.de
QYPE Deals
Ramada
Reals Grillpfanne
redcoon.de
reifen24.de
reifen-vor-ort.de
Reiff
Reiseland
Renault Bank (RCI)
Replay
RestoLutz
Rheinbahn
RheinEnergie
Rhein-Neckar-Verkehr (RNV)
Rhön Kliniken
ROFU Kinderland
Roland-Schuhe
ROLLER
Roto
Royal Caribbean Cruise Line
Rubart.de

Ruhr-Park Bochum
Rupprecht
RWE
Ryanair
RYF
saal-digital.de
San Francisco Coffee Company
Sana-Kliniken
Sanofi Aventis
Santander Consumer Bank
saxoprint.de
SB-Möbel Boss
Schaffrath
Schecker
Scheiben Doktor
Schmidt Küchen
Schuelerhilfe.com
Schuhhaus Klauser
Schuhhaus Werdich
Schwab.de
Schwarz Pharma
SCONTO
Scoop Shops (Ben & Jerry`s)
Scoyo.com
Seatwave.de
sgd (Studiengemeinschaft Darmstadt)
shoe4you
shop-seltmann.de
SIEMES Schuhcenter
simfy.de
simyo
Single.de
singlereisen.de
Skihalle Neuss
Skihalle Oberhof
Skihalle Senftenberg
sky Supermarkt
smartbox

Sofitel
Solarent
sonnenklar.TV
Sonnenklar.tv Online Reisebüro
sonnenklar.tv Reisebüro
Sparda-Bank Südwest
sparvergleich24.com
Spiel-In Casino
Spieloase
Sport Fundgrube
sportingbet
Sport-Tec
Sport-Tiedje
Stadtmobil
Stadtsparkasse München
Stadtwerke Leipzig
Stadtwerke München
Star (Orlen)
Starschnitt
StayFriends.de
stellenanzeigen.de
StepStone.de
Storck
store.apple.com/de
Strauss Innovation
Street One
street shoes
Stromio
Studienkreis.de
Stuttgarter
Stuttgarter Straßenbahnen (SBB)
Sunshine Sonnensstudio
sunwave.de
super 10 haircompany
Super Cut
svh24.de
Swiss Life
T€Di

t5-futures.de
Takko Modemarkt
Talkline
TallyWeijl
Tamoil
tarifvergleich.de
Tchibo Mobil
Team World of Fitness (WOF)
tedox
Tele Columbus
Telekom Entertain
Telekom Mobilfunkshops
Telepizza
The Phonehouse Mobilfunkshops
ticketmaster.de
tiierisch.de
Timex
tipico
TJAEREBORG
TK Maxx
t-online.de
toom BauMarkt
toom Markt
Top Hair
Top Ten
toptarif.de
TOTAL
transparo.de
Trauringschmiede
tretwerk.net
Triumph
Trolli
TTL/TTM
Twitter.com
undertool.de
Unitymedia
Universal-Investment-Gesellschaft
VAG Verkehrs AG Nürnberg

valentins.de
Veka
venere.com
Verband Deutscher Sportfischer e. V. (VDSF)
verkaufsun.de
Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main (VGF)
Verleihshop.de
Vero Moda
Versatel
VfB Stuttgart
viagogo.de
vicampo.de
Video Paradies / Empire Video
Videotaxi
Videothek.vodafone.de
Viking
Viking Flusskreuzfahrten
vinello.de
Vinexus.de
Vino Weinmärkte
vinos.de (Wein & Vinos)
Vitalia
vitalsana.de
Vodafone TV
Volkswahl Bund
VPV
VZ-Netzwerke
Wagner
Wajos - Die Genussmanufaktur
Wap WaschBär
Warsteiner
WASGAU
Wassenaar
Watchever.de
web.de
webauto.de
Weeze (Niederrhein)
Weishaupt

wenz.de
Wer-kennt-wen.de
Werkzeugzentrum.com
whitewall.com
whos-perfect.de
Windows Live Hotmail
Wintec Autoglas
Wirkaufens.de
wir-machen-druck.de
Wohltat´sche
Wöhrl
Woolworth
work5.de
World Coffee
worldticketshop.de
Wormland
Woyton
Wrangler
Wüstenrot direct
WWK
Xbox Music
XING.com
XXXLutz
Yahoo! Mail
Zeemann
zeilenreich
Zero
Zoo Frankfurt

**Liste der Branchengewinner I0|2013**

<b>Branche</b>	<b>Anzahl der Unternehmen pro Branche</b>	<b>Branchengewinner</b>	<b>Branchenmittelwert</b>
Apotheken-Kooperationen	8	LINDA Apotheke	59,7%
Arzneimittelhersteller	7	Bayer	58,4%
Auto-Banken	8	Volkswagen Bank	58,0%
Autobörsen	6	autoscout24.de	50,4%
Autoglasreparatur	4	Carglass	62,9%
Autohersteller	14	Audi	64,6%
Autoservice	12	First Stop	59,9%
Autovermietungen	12	Avis	59,2%
Autowaschanlagen	7	Mr. Wash	55,0%
Baby- und Kleinkindausstattung	7	babywalz	54,2%
Bäckereiketten	11	Ditsch	60,6%
Bäckereiketten - SB	4	BackWerk	43,3%
Baumärkte	11	Bauhaus	52,9%
Bausparkassen	8	Bausparkasse Schwäbisch Hall	60,5%
Bonussysteme	4	Payback	58,6%
Brauereien	10	Beck's	58,2%
Buchhändler - online	5	buecher.de	43,7%
Buchhändler - stationär	13	Hugendubel	61,0%
Bundesligaclubs	14	1. FC Kaiserslautern	55,3%
Carsharing-Anbieter	6	Car2go	53,0%
Cash & Carry	5	Edeka C+C Großmarkt	58,3%
Cluburlaub	9	Robinson Club	57,9%
Coffee-Shops	15	Tchibo	57,7%
Computer-Fachmärkte	5	ARLT Computer	59,4%
Consumer Electronics - online	8	cyberport.de	52,0%
Direktbanken	10	Bank of Scotland	61,8%
Direktversicherer	8	HUK24	59,7%
Discount-Möbelhändler	5	POCO Einrichtungsmärkte	48,2%
Drogerien	5	dm-drogerie markt	60,9%
Druckereien	6	diedruckerei.de	44,2%
Einkaufszentren	11	Paunsdorf Center Leipzig	55,8%
Eisdielen	3	Häagen Dazs	51,9%
Eishersteller	4	Langnese	60,1%

<b>Branche</b>	<b>Anzahl der Unternehmen pro Branche</b>	<b>Branchengewinner</b>	<b>Branchenmittelwert</b>
Elektro-Fachmärkte	7	EP: Electronic Partner	57,0%
Elektronikhersteller	17	Samsung	58,1%
Elektronikversandhändler	4	Conrad.de	61,0%
E-Mail-Anbieter	10	I&I Internet	40,1%
Energieerzeuger	4	Vattenfall	51,8%
Erlebnisgeschenke-Anbieter	6	Jochen Schweizer	53,1%
Erotik-Shops	7	eis.de	57,2%
Factory-Outlet-Center	9	Wertheim Village	51,3%
Fashion: Damenmode	14	Ulla Popken	54,0%
Fashion: Dessous-Shops	5	Hunkemöller	59,5%
Fashion: Discounter	5	KiK	39,5%
Fashion: Familienmode	16	Tom Tailor	59,8%
Fashion: Herrenmode	5	Anson`s	60,9%
Fashion: Jeans Stores	9	Diesel	55,9%
Fashion: Modehäuser	8	Peek & Cloppenburg (Düsseldorf)	62,3%
Fast-Food Restaurants	7	NORDSEE	57,0%
Fensterhersteller	6	Velux	53,1%
Fernbusreiseanbieter	6	Berlin Linien Bus	52,8%
Filialbanken - bundesweit	7	Commerzbank	58,5%
Filialbanken - regional	23	Sparda-Bank Berlin	57,2%
Finanzvertriebe	7	Swiss Life Select	56,3%
Fitnessgeräte-Händler	8	MediSport	54,7%
Fitnessgeräte-Hersteller	3	Kettler	59,9%
Fitness-Studios	9	Kieser Training	61,5%
Fluggesellschaften	8	Lufthansa	55,0%
Flughäfen (groß)	7	Frankfurt Airport	63,7%
Flughäfen (klein)	8	Flughafen Leipzig/Halle	56,8%
Flusskreuzfahrten	5	PHOENIX Flussreisen	44,5%
Fondsgesellschaften	9	Union Investment	56,3%
Freizeitgastronomie	7	Cafe Del Sol	59,0%
Freizeitparks	15	Europa-Park	63,9%
Friseur-Ketten	12	Essanelle	48,7%
Full-Service-Gastronomie	8	BLOCK HOUSE	63,6%
Gartencenter	11	Dehner Gartencenter	58,1%
Generikahersteller	6	Ratiopharm	59,6%



<b>Branche</b>	<b>Anzahl der Unternehmen pro Branche</b>	<b>Branchengewinner</b>	<b>Branchenmittelwert</b>
Genusshändler	10	Hussel	61,6%
Getränkemärkte	7	Getränke Hoffmann	53,7%
Gutschein-Anbieter	5	DailyDeal.de	51,3%
Gutscheinbuch-Anbieter	4	schlemmerblock.de	54,5%
Handelsgastronomie	8	Kaufland Gaststätten	54,1%
Handwerker-Auktionsportale	5	myhammer.de	48,2%
Hausgeräteservice	6	Bosch	66,4%
Haushalt und Geschenke	9	Villeroy & Boch	55,2%
Haustechnik	8	Abus	57,7%
Heimtierbedarf	11	Fressnapf	59,8%
Hörgeräteakustiker	7	KIND Hörgeräte	50,6%
Hotelbuchungsportale	10	HRS.de	58,4%
Hotels - Budget	6	Ibis	53,9%
Hotels - Mittelklasse	9	NH Hoteles	63,3%
Hotels - Premium	13	Steigenberger Hotel	71,0%
Immobilienportale	4	Immobilienscout24.de	58,4%
Internet-Auktionshäuser	4	ebay.de	44,1%
Jobbörsen - allgemeine	7	stellenanzeigen.de	48,1%
Jobbörsen - spezial	6	Academics.de	50,3%
Kabelnetzbetreiber	4	Kabel Deutschland	48,8%
Kaffeefvollautomatenhersteller	5	Saeco	65,2%
Kaufhaus/Warenhaus	4	Galeria Kaufhof	56,7%
Kfz-Prüfstellen	3	Dekra	62,2%
Kinderspielzeug und -bekleidung	8	myToys	57,1%
Kinoketten	5	Cinemaxx	62,6%
Kliniken	8	Helios Kliniken	55,0%
Krankenkassen - regional	11	AOK Bayern	61,6%
Krankenkassen - überregional	18	Techniker Krankenkasse	62,8%
Kreditkartengesellschaften	4	Diners Club	59,1%
Kreuzfahrten	10	AIDA Cruises	60,5%
Küchenmärkte	10	Küche & Co.	55,2%
Lebensmittel-Discounter	8	Aldi Süd	36,8%
Lebensmittel-Einzelhändler	11	REWE	49,9%
Lebensmittel-Heimservice	3	bofrost	58,9%
Lebensmittel-Online-Versender	4	mytime.de	53,4%

<b>Branche</b>	<b>Anzahl der Unternehmen pro Branche</b>	<b>Branchengewinner</b>	<b>Branchenmittelwert</b>
Messen	11	Messe Frankfurt am Main	56,2%
Metzgereien	11	Fleischwaren Richter	54,7%
Möbelhändler	13	Höffner	58,2%
Mobilfunkshops	6	O2 Mobilfunkshops	56,7%
Modeschmuckgeschäfte	7	Bijou Brigitte	56,1%
Nachhilfeanbieter	9	Studienkreis.de	48,2%
Natur- und Biomärkte	7	ALNATURA	56,3%
Ökostromanbieter	6	Naturstrom	54,3%
Online-Ankaufdienste	6	reBuy.de	57,0%
Online-Blumenversand	7	blume2000.de	51,2%
Online-Casinos	5	casinoclassic.de	45,6%
Online-Fahrrad-Shops	9	fahrrad.de	58,8%
Online-Fleischversand	3	gourmetfleisch.de	54,1%
Online-Flugportale	9	airline-direct.de	52,4%
Online-Fotodienste	10	photobox.de	48,0%
Online-Kleinanzeigen-Portale	5	kleinanzeigen.ebay.de	48,9%
Online-Möbelshop	8	home24.de	51,2%
Online-Musik-Shops	7	musicload.de	58,0%
Online-Optiker	4	brille24.de	52,6%
Online-Outdoor-Shops	5	pm-outdoorshop.de	55,1%
Online-Reifenhandel	6	reifendirekt.de	55,1%
Online-Shops (Generalisten)	19	amazon.de	59,1%
ÖPNV-Betriebe	14	Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB)	53,1%
Optikerketten	10	Fielmann	60,4%
Paketdienste	9	Hermes	57,8%
Papier- und Schreibwarenläden	6	McPaper	51,6%
Parfümerien - online	5	parfumdreams.de	61,4%
Parfümerien - stationär	10	Douglas	62,0%
Partnervermittlung	8	ElitePartner.de	43,3%
Pizza-Lieferservice	9	Smiley's Pizza	54,0%
Preisvergleichsportale	8	guentstiger.de	51,2%
Premium-TV-Anbieter	3	Sky	56,4%
Reisebüros - online	11	expedia.de	63,2%
Reisebüros - stationär	13	alltours Reisecenter	57,0%
Reiseveranstalter	18	TUI	62,4%

<b>Branche</b>	<b>Anzahl der Unternehmen pro Branche</b>	<b>Branchengewinner</b>	<b>Branchenmittelwert</b>
Schienenpersonenverkehr	6	InterConnex	59,5%
Schmuckgeschäfte	8	Christ	60,5%
Schuhhandel - online	6	Deichmann.de	62,1%
Schuhhandel - stationär (div. Markenlinien)	18	Deichmann	55,8%
Schuhhandel - stationär (Eigenmarke)	7	SALAMANDER	62,4%
Shopping-Clubs	6	amazon buyvip.de	60,2%
Single-Börsen	9	FriendScout24.de	43,5%
Singlereisen-Anbieter	4	tripodo.de	52,8%
Skihallen	5	alpincenter Hamburg-Wittenburg	49,7%
Social Networks	10	Google+	52,5%
Sonderpostenmärkte	7	Thomas Philipps	51,7%
Sonnenstudios	7	SUNPOINT	48,0%
Spielehersteller	6	Ravensburger	62,8%
Spielstätten	11	Merkur Spielothek	51,5%
Sport- und Freizeitgeschäfte	10	SportScheck	61,7%
Sportartikelhersteller	5	Adidas	62,9%
Sportverbände	10	Deutscher Fußballbund (DFB)	52,5%
Stromversorger - bundesweit	4	Yello Strom	59,5%
Stromversorger - regional	12	enviaM	52,7%
Süßwarenhersteller	11	Ritter	55,9%
Tankstellen	15	ARAL	55,6%
Telekommunikation	19	O2	50,8%
Teppichmärkte / Fachmärkte für Wand und Boden	5	Kibek	50,3%
Ticketshops	9	eventim.de	58,9%
Tiefkühlkosthersteller	6	Iglo	53,8%
TV-Shopping-Sender	7	QVC	55,9%
Uhrenhersteller	6	Ice-Watch	58,3%
Verbrauchermärkte + SB Warenhäuser	10	Globus	51,7%
Vergleichsportale	10	check24.de	46,6%
Verkehrsclubs	5	ADAC (Allgemeiner Deutscher Automobil-Club)	61,7%
Verkehrsgastronomie	8	Yorma's	54,3%

<b>Branche</b>	<b>Anzahl der Unternehmen pro Branche</b>	<b>Branchengewinner</b>	<b>Branchenmittelwert</b>
Versandapotheken	15	apo-rot.de	63,8%
Versicherer - Exklusivvertrieb	14	HUK-COBURG	58,2%
Versicherer - Maklerversicherer	12	VHV	53,7%
Versicherer - Multikanalvertrieb	20	Allianz	60,2%
Videotheken - online	7	LOVEFiLM.de	56,2%
Videotheken - stationär	7	World of Video	54,5%
Weinhändler	10	Jacques' Wein-Depot	51,0%
Weiterbildungsanbieter	4	ils	52,7%
Werkzeughersteller	8	Bosch (Elektrowerkzeuge)	57,2%
Werkzeug-Versandhandel	9	eshop.wuerth.de	49,2%
Wettanbieter	11	Bwin	47,5%
Wohlfahrtsverbände	5	Deutsches Rotes Kreuz (DRK)	55,1%
Zoo	18	Zoo Leipzig	60,4%