

## **Untersuchungsbericht**

# **“Familienfreundliche Unternehmen 2015”**

Fragestellung, Methode, Auswertung

ServiceValue GmbH

Köln, August 2015

## Inhalt

Einleitung .....	3
Methodisches Vorgehen .....	4
Family Experience Score (FES).....	5
Auswertung.....	7
Beispiel für soziodemographische Struktur der Stichproben .....	8
Nutzungsbedingungen Gütesiegel „Familienfreundliches Unternehmen“ .....	9
Anhang: Ranking „Familienfreundliche Unternehmen 2015“ .....	12

## Einleitung

In den Jahren 2011-2014 lebten rund 8,1 Millionen aller deutschen Haushalte als Familie mit minderjährigen Kindern zusammen<sup>1</sup>. Im Wirtschaftsleben ist die Familie in ihrer Rolle als Konsumentengemeinschaft von besonderer Bedeutung, da sie oftmals auch über eine hohe Kaufkraft verfügt. Allerdings bleibt die Erfüllung der Bedürfnisse und Erwartungen von mehreren Familienmitgliedern für Handel und Dienstleistung eine Herausforderung. Wie die Unternehmen auf die Kundengruppe Familie mit Kind eingestellt sind, ist Gegenstand der Untersuchung „Familienfreundliche Unternehmen“. Antworten gibt die Fragestellung, wie die Familien selbst die Familienorientierung der Unternehmen bewerten.

Im Rahmen der deutschlandweiten Untersuchung „Familienfreundliche Unternehmen“ stellt ServiceValue bereits im dritten Jahr die Familienfreundlichkeit von Unternehmen auf den Prüfstand. Die Aufgabenstellung wird als Zielgruppenausrichtung (Familie mit Kind) sowie als Erfüllung von Entlastung und Unterstützung dieser Kundengruppe über entsprechende Marktaktivitäten definiert. Die Familien- und Kinderorientierung der Unternehmen sollte daher die Bedürfnisse und Erwartungen einzelner oder mehrerer Familienmitglieder wirksam berücksichtigen und erfüllen. Um diesem Anspruch gerecht zu werden, wird das „Familienfreundliche Unternehmen“ aus Sicht dieser Zielgruppe über acht wichtige Kriterien bewertet.

Die Studie wird von der Goethe-Universität Frankfurt, vertreten durch Herrn Prof. Dr. van Dick, Institut für Psychologie, wissenschaftlich begleitet. Darüber hinaus ist die WELT am SONNTAG Medienpartner.

---

<sup>1</sup>

<https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesellschaftStaat/Bevoelkerung/HaushalteFamilien/Tabellen/FamilienKindern.html>

## Methodisches Vorgehen

Bei der vorliegenden Untersuchung handelt es sich um eine deutschlandweite Online-Befragung. Dabei werden sog. Panelisten zur Bewertung von Unternehmen / Marken eingeladen. Von über 350.000 Panelisten liegen soziodemographische Merkmale vor, sodass bevölkerungsrepräsentativ eingeladen werden kann.

Es werden ausschließlich Panelisten befragt, die in Haushalten mit einem oder mehreren Kindern leben. Jeder Panelist erhält eine überschaubare Auswahl von Unternehmen / Marken zur Bewertung bzw. zunächst zur Angabe, ob er bei diesen/m Unternehmen gemeinsam mit Kind/ern innerhalb der vergangenen zwei Jahre Kunde gewesen ist. Der Datenschutz wird durch die Freiwilligkeit der Befragungsteilnehmer nicht nur beachtet, sondern auch eingehalten. Es wird bewusst darauf verzichtet, von Unternehmen Kundendaten für die Befragung einzuholen und zu nutzen. Die Kundenbefragung erfolgt eigeninitiiert, unabhängig und ohne Einbindung der untersuchten Unternehmen.

Ziel der Untersuchung ist, den Gesamtmarkt (branchenübergreifend und branchenspezifisch) anhand eines einfachen, aber validen Indikators hinsichtlich der wahrgenommenen Familienfreundlichkeit zu durchleuchten und zu sortieren. Hierfür wird der sog. „Family Experience Score“ (FES) herangezogen und mit ihm (Eigenwerte je Unternehmen / Marke) Rankings zum Gesamtmarkt und zu einzelnen Branchen erstellt.

In 2015 wird die Familienfreundlichkeit von über 400 Unternehmen aus 60 Branchen auf den Prüfstand gestellt. Hierfür werden 40.804 Kundenurteile berücksichtigt.



Die Studie wird von der Goethe-Universität Frankfurt, vertreten durch Herrn Prof. Dr. van Dick, Institut für Psychologie, wissenschaftlich begleitet steht für Sekundäranalysen in der Forschung zur Verfügung.

## Family Experience Score (FES)

Zielsetzung bei der Entwicklung des „Family Experience Score“ (FES) war es, ein verständliches und effizientes Instrument zur Messung der erlebten Familienfreundlichkeit von Unternehmen und innerhalb von Branchen zu schaffen. Darüber hinaus sollte das Instrument branchen- und geschäftsmodellübergreifend einsetzbar sein.

Allein die Befragung der Kunden, ob ein Unternehmen familienfreundlich ist oder nicht, greift bei diesem komplexen Thema zu kurz. Denn es sollten verschiedene familienbezogene Bewertungskriterien berücksichtigt werden, die „Familienfreundlichkeit“ stellt nämlich lediglich den Überbegriff dar, gleichwohl bleibt es ein subjektives Konstrukt. Der Referenzrahmen der Familie besteht aus ihren eigenen Erfahrungswerten. Auch wenn sie zu Beginn der Kundenbeziehung (mit Kind) beispielsweise den Versprechen und Aussagen eines Unternehmens lediglich „vertrauen“ kann, so hat sie doch im Laufe der Kundenbeziehung hinreichend Möglichkeit, das Eintreffen und Einhalten festzustellen. Die Bewertung, ob ein Unternehmen familienfreundlich denkt und handelt sowie auch bestimmte Verhaltensregeln beachtet, sollte die Familie für sich selbst bei hinreichender Erfahrung sehr wohl vornehmen können.

Aus inhaltsanalytischen Vorstudien und Sekundäranalysen werden folgende acht Bewertungskriterien zur wahrgenommenen Familienfreundlichkeit herangezogen:

	Bewertungskriterium
1	Das Produkt- und Dienstleistungsangebot ist auf Familien und Kinder ausgerichtet.
2	Die Mitarbeiter sind familien- und kinderfreundlich.
3	Ich fühle mich mit meinem Kind dort gut aufgehoben.
4	Zusatzleistungen für Familien und Kinder (z.B. Spielangebote, Aufenthaltsmöglichkeiten) werden angeboten.
5	Die Umfeldgestaltung (z.B. Filiale, Shop) ist familien- und kindgerecht.
6	Getroffene Aussagen und Versprechen gegenüber Familien und Kindern werden eingehalten.
7	Bedürfnisse von Familien und Kindern werden erfüllt.
8	Das Preis-Leistungs-Verhältnis für Familien und Kinder ist angemessen.

Die Antworten der Kunden zu diesen acht Bewertungskriterien werden mit einer fünfstufigen, links-schiefen sowie voll verbalisierten Antwortskala von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft nicht zu“ erfasst. Das Gesamtergebnis (FES) berechnet sich als ungewichteter Mittelwert aller Bewertungskriterien. Die Darstellung des FES erfolgt in Indexpunkten mit jeweils einer Dezimalstelle.

Wer als „Familienfreundliches Unternehmen“ ausgewiesen wird, hat auf diesen acht relevanten Bewertungskriterien eine hinreichend hohe Zustimmung absolut bzw. im Verhältnis zur Branche einholen können:

*Bewertungskriterium 1: Das Produkt- und Dienstleistungsangebot ist auf Familien und Kinder ausgerichtet.*

Familien mit Kindern stellen umfangreichere Wünsche an einen Dienstleistungskatalog oder an das Warensortiment eines Unternehmens. Familienfreundlichkeit zeichnet sich dadurch aus, dass Hete-

rogenität im Produktangebot nicht gescheut wird und die Herausforderung multipler Produktnachfrage angenommen wird.

*Bewertungskriterium 2: Die Mitarbeiter sind familien- und kinderfreundlich.*

Die externe Familienfreundlichkeit ist nur so gut wie die interne. Zumindest sollten sich die Angestellten und Mitarbeiter eines Unternehmens mit den Wünschen und Erwartungen ihrer Kundenzielgruppe identifizieren können. Familien- und kinderfreundlich eingestellte Mitarbeiter sind somit eine unabdingbare Voraussetzung.

*Bewertungskriterium 3: Ich fühle mich mit meinem Kind dort gut aufgehoben.*

Die Bindung zu einem Unternehmen / Anbieter ist nicht nur eine kognitive Gebundenheit, sondern auch eine emotionale Verbundenheit. Wer es schafft, dass sich Familien in ihrer Gesamtheit gut aufgehoben fühlen, stärkt positiv die Einstellung und das Vertrauen.

*Bewertungskriterium 4: Zusatzleistungen für Familien und Kinder (z.B. Spielangebote, Aufenthaltsmöglichkeiten) werden angeboten.*

Wer kostengünstige oder gar kostenfreie Zusatzleistungen für Familien mit Kindern anbietet, macht sich auch darüber Gedanken, wie er seine Kunden nicht nur zufriedenstellen, sondern auch begeistern könnte.

*Bewertungskriterium 5: Die Umfeldgestaltung (z.B. Filiale, Shop) ist familien- und kindgerecht.*

Wer die Variablen des Geschäftsumfeldes familien- und kindgerecht gestaltet, beachtet umweltpsychologische Determinanten wie z.B. Gerüche, Geräusche, Farben, Raum. Ergänzt um physische Gegenstände und Materialien (beispielsweise Ausstattung in einem „Kinderland“) wird die „Verpackung“ von Produkt und Dienstleistungen zielgruppengerecht angeboten.

*Bewertungskriterium 6: Getroffene Aussagen und Versprechen gegenüber Familien und Kindern werden eingehalten.*

Wer nur Aussagen verspricht, die er auch einhalten kann, vermeidet enttäuschte Erwartungen. Er ist sich seiner Leistungsfähigkeit bewusst und relativiert zum Wohle der Kunden Anspruch und Wirklichkeit.

*Bewertungskriterium 7: Bedürfnisse von Familien und Kindern werden erfüllt.*

Wer die Kundengruppe Familie mit Kind in seinem Unternehmenskonzept berücksichtigt, muss die Erwartungen ganzheitlich erfüllen, d.h. auf physischer, psychischer und sozialer Ebene. Gelingt es dem Unternehmen darüber hinaus Kundenbedürfnisse zu induzieren und diese erfolgreich zu befriedigen, erlangt es einen entscheidenden Vorteil gegenüber den Marktbegleitern.

*Bewertungskriterium 8: Das Preis-Leistungs-Verhältnis für Familien und Kinder ist angemessen.*

Familien mit Kindern sind es oftmals gewohnt, effizient und wirtschaftlich zu haushalten. Insofern spielt das Preis-Leistungs-Verhältnis eine größere Rolle als beispielsweise in Single-Haushalten. Unternehmen sind gegenüber Familien somit sehr gut beraten, wenn sie das Erreichen des angestrebten Nutzens zu einem akzeptablen Preisniveau ermöglichen.

## Auswertung

### Rankings

Für die Rankings und zur Feststellung der Familienfreundlichkeit der Unternehmen ist das Antwortverhalten (Kundenurteile) der Befragten hinsichtlich der familienbezogenen Bewertungskriterien ausschlaggebend. Der erhobene „Family Experience Score“ (FES) bildet somit die Grundlage der (branchenspezifischen) Rankings.

Die Rankings bilden die Basis für alle nachfolgenden Veröffentlichungen. Die Rankings werden kontinuierlich aktualisiert. Eine Erweiterung (z.B. durch Aufnahme neuer Branchen und Unternehmen / Marken) oder Reduzierung (z.B. bei Unternehmensauflösungen oder -zusammenschlüssen) der Rankings durch ServiceValue ist möglich.

### Medaillen-Ränge

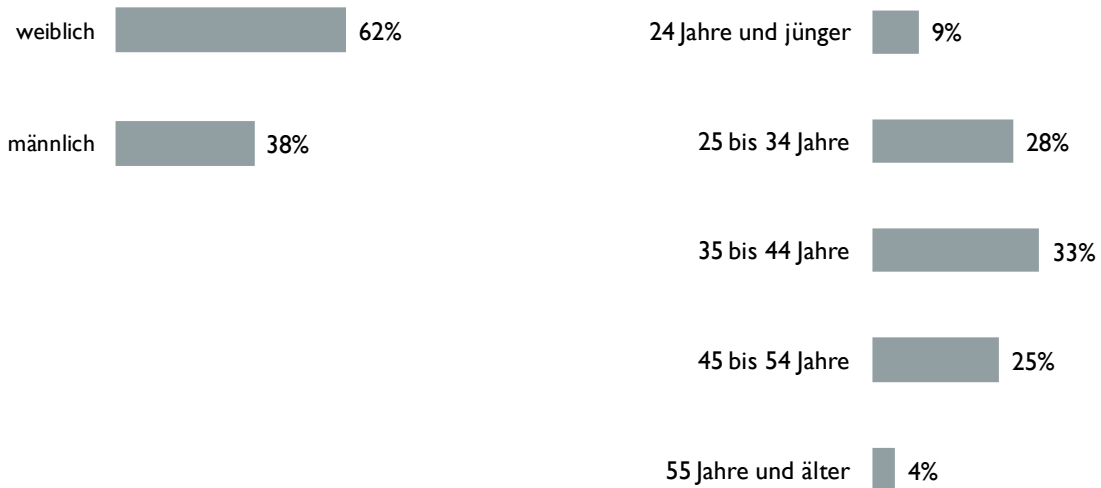
Die familienfreundlichsten Unternehmen sind in drei Medaillen-Ränge unterteilt. Voraussetzung einer Auszeichnung ist, dass der FES dieser Unternehmen oberhalb des jeweiligen Branchenmittelwertes liegt. Für die Zuordnung des Medaillenranges wird die Differenz zwischen dem höchsten FES und des durchschnittlichen FES einer Branche herangezogen und jeweils in Terzile unterteilt. Auf einem Bronze-Rang befinden sich Unternehmen, deren FES innerhalb des ersten Terzils liegt, auf einem Silber-Rang Unternehmen, deren FES innerhalb des zweiten Terzils liegt und auf einem Gold-Rang Unternehmen, deren FES innerhalb des obersten Terzils liegt. Die Auswertung und Zuordnung erfolgt jeweils branchenspezifisch. Die jeweils Besten aus den untersuchten Branchen werden als Nr. 1 der Branche ausgewiesen.

Medaillen-Ränge können über ein Gütesiegel „Familienfreundliches Unternehmen“ nach außen kommuniziert werden. Siehe dazu den Abschnitt: Nutzungsbedingungen Gütesiegel „Familienfreundliches Unternehmen“.

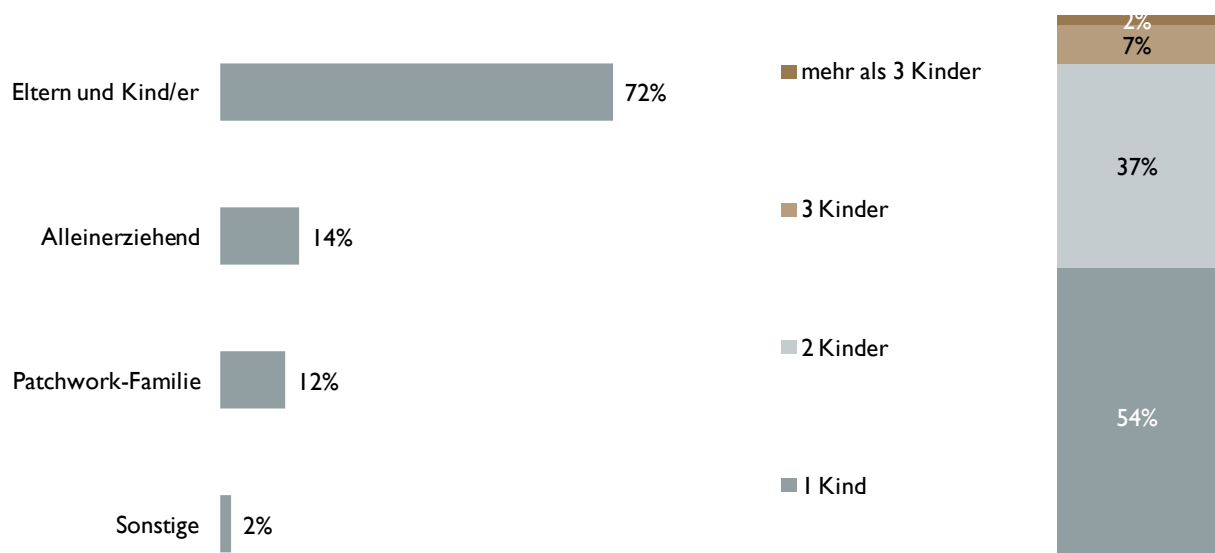
## Beispiel für soziodemographische Struktur der Stichproben

Branche: Freizeitparks und Zoos, 1.649 Kundenurteile (2014)

### Geschlecht & Alter



### Familienform & Anzahl der Kinder





## Nutzungsbedingungen Gütesiegel „Familienfreundliches Unternehmen“

Die Messungen und Analysen 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 „Familienfreundliches Unternehmen“-Siegel.

Die als „Familienfreundliches Unternehmen“ ausgewiesenen Unternehmen können hochauflösende Dateien (für den Druck- sowie Online-Einsatz geeignet) des Siegels „Familienfreundliches Unternehmen“ erhalten. Unternehmen, die anhand ihres FES im Branchen-Ranking dem obersten Terzil (siehe Auswertung) zugeordnet sind, können hochauflösende Dateien (für den Druck- sowie Online-Einsatz geeignet) des Siegels „Familienfreundliches Unternehmen Gold“ erhalten. Die Unternehmen des mittleren Terzils können Dateien des Siegels „Familienfreundliches Unternehmen Silber“ erhalten. Die Unternehmen des unteren Terzils mit einem überdurchschnittlichen FES innerhalb ihrer Branche können Dateien des Siegels „Familienfreundliches Unternehmen Bronze“ erhalten.



Darüber hinaus können Unternehmen, die innerhalb aller untersuchten Unternehmen ihrer Branche die beste Platzierung erreicht haben, Dateien des Siegels „Familienfreundliches Unternehmen Nr. 1“ mit Bezug auf die Branche erhalten.



Zum Zwecke geschäftlicher Handlungen, insbesondere der Werbung mit den Befragungsergebnissen erlaubt die ServiceValue GmbH die Nutzung ihrer Siegel „Familienfreundliches Unternehmen“, 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 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 „Familienfreundliches Unternehmen“) 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 Leistungen 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.

Um die Einheitlichkeit des Erscheinungsbildes von geschäftlichen Handlungen und Werbung mit Befragungsergebnissen der ServiceValue GmbH zu gewährleisten, gestattet die ServiceValue GmbH die Nutzung des vergebenen Siegels nur dann, wenn durch den Verwender keine grafischen Veränderungen an den zur Verfügung gestellten Dateien vorgenommen werden. Insbesondere gestattet die ServiceValue GmbH die Verwendung des Siegels nur, wenn die Form nicht verfälscht oder beschnitten und die Farbzusammensetzung des Siegels beibehalten wird. Ist im Einzelfall eine mehrfarbige Darstellung des Siegels 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.

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 Siegels**

Das Gütesiegel „Familienfreundliches Unternehmen“ 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-Datei sowie ein hochauflösendes, druckfähiges JPG (CMYK, 300dpi) enthält. Weitere Dateiformate sind auf Anfrage lieferbar.

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

### **Nutzungsdauer**

Das Siegel hat eine Gültigkeitsdauer von 12 Monaten (ab dem 30.08.2015) und ist in der Nutzung nicht auf bestimmte Medien beschränkt.

## Anhang: Ranking „Familienfreundliche Unternehmen 2015“

Im Folgenden sind alle 60 untersuchten Branchen mit dem dazugehörigen Branchenmittelwert gelistet. Zu jeder Branche wird zudem der Branchengewinner ausgewiesen.

### Ranking 08|2015: Branchengewinner

Branchenmittelwert (FES)	Branche	Branchengewinner
81,3%	Freizeitparks	Movie Park Germany
80,9%	Zoos	Zoo Hannover
79,9%	Themenparks	Ravensburger Spieleland
78,6%	Indoor-Spielplätze	Sensapolis
77,2%	Ferienparks	Center Parcs
76,5%	Erlebnisbäder	Galaxy Erding
76,0%	Cluburlaub	ALDIANA Club
75,9%	Kinderspielzeug und -bekleidung	myToys
75,3%	Baby- und Kleinkindausstattung	BabyOne
74,6%	Skihallen	alpincenter Bottrop
74,6%	Kreuzfahrten	AIDA Cruises
74,0%	Erlebnismuseen	Phaeno Wolfsburg
72,2%	Reiseveranstalter	alltours flugreisen
70,7%	Fitness-Studios	Injoy
69,9%	Krankenkassen	IKK classic
69,8%	Fahrrad-Shops	Mega Bike
69,6%	Foto-Studios	Studioline
69,5%	Eisdielen	Janny`s Eis
69,4%	Buchhändler	Mayersche
69,0%	Apotheken-Kooperationen	Gesund ist bunt Apotheke
68,8%	Hotels	Dorint
68,8%	Kinoketten	UCI Kinowelt
68,8%	Reisebüros	Lufthansa City Center
68,0%	Handelsgastronomie	Toscana Restaurants (porta Möbel)
67,9%	Fluggesellschaften	TUIfly
67,8%	Einkaufszentren	Paunsdorf Center Leipzig
67,0%	Fußballvereine	Borussia Mönchengladbach
67,0%	Full-Service-Gastronomie	Mövenpick

<b>Branchenmittelwert (FES)</b>	<b>Branche</b>	<b>Branchengewinner</b>
66,4%	Möbelhäuser	IKEA
66,2%	Fernbusreiseanbieter	Postbus
66,0%	Polstermöbelspezialisten	Trösser
65,5%	Optikerketten	Apollo Optik
65,4%	Factory-Outlet-Center	FOC Ochtrup
65,4%	Drogerien	dm-drogerie markt
65,3%	Bausparkassen	Alte Leipziger Bauspar
65,3%	Schuhhändler	Mayer´s Markenschuhe
64,7%	Autovermietungen	Starcar
63,7%	Autohäuser	Volkswagen
63,0%	Modeläden	Ernsting's family
62,6%	Flughäfen (klein)	Flughafen Bremen
62,6%	Fast-Food-Restaurants	McDonald's
62,1%	Versicherer	R+V
61,4%	Bäckereiketten	Glocken Bäckerei
61,3%	Sport- und Freizeitgeschäfte	Adidas-Store
61,1%	Modehäuser	Wöhrl
60,8%	Heimtierbedarf	Kölle Zoo
60,7%	Verkehrsgastronomie	Axxe
60,6%	Lebensmittel-Einzelhandel	Hit
60,5%	Flughäfen (groß)	Flughafen Köln/Bonn
60,5%	Friseur-Ketten	C&M Company
60,2%	Freizeitgastronomie	Cafe Del Sol
60,2%	Verbrauchermärkte	famila Nordost
58,2%	Computer-Fachmärkte	K&M Computer
58,0%	Filialbanken	Sparda-Banken
56,5%	Kaufhäuser	Karstadt
55,4%	Elektro-Fachmärkte	EP: Electronic Partner
54,5%	Baumärkte	Globus Baumärkte
52,2%	ÖPNV-Betriebe	Bremer Straßenbahn (BSAG)
51,0%	Mobilfunkshops	Deutsche Telekom
50,7%	Haushalt und Geschenke	WMF

## Branchen-Rankings der Familienfreundlichen Unternehmen 2015

Im Folgenden sind die 60 Branchen-Rankings mit den jeweiligen Medaillen-Platzierungen der Unternehmen abgebildet.

Unternehmen, deren FES unter dem Branchenmittelwert der jeweiligen Branche liegt, sind gelistet mit „< Ø Branchenmittelwert“.

### Branchen-Ranking Apotheken-Kooperationen

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Gesund ist bunt Apotheke	71,1
SILBER	LINDA Apotheke	70,2
SILBER	Partner Apotheke	70,0
SILBER	A-plus Apotheke	69,7
BRONZE	gesund leben Apotheken	69,0
-	mea - meine apotheke	< 69,0
-	Guten Tag Apotheke	< 69,0

### Branchen-Ranking Autohäuser

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Volkswagen	66,5
SILBER	Audi	65,3
SILBER	Mercedes	65,2
BRONZE	Ford	< 63,7
-	BMW	< 63,7
-	Opel	< 63,7

### Branchen-Ranking Autovermietungen

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Starcar	68,0
GOLD	Avis	67,4
-	Sixt	< 64,7
-	Europcar	< 64,7
-	Hertz	< 64,7
-	Budget	< 64,7
-	Euromobil	< 64,7

### Branchen-Ranking Baby- und Kleinkindausstattung

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Baby   One	75,9
GOLD	Babies"R"Us	75,7
-	HappyBaby	< 75,3
-	babywalz	< 75,3

### Branchen-Ranking Bäckereiketten

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Glocken Bäckerei	65,6
SILBER	Bäckerei Oebel	64,0
SILBER	Lila Heimatbäcker	63,6
SILBER	Meisterbäckerei Steinecke	63,4
BRONZE	Schäfer's Brot	62,1
-	Kamps	< 61,4
-	von Allwörden	< 61,4
-	K&U Bäckerei	< 61,4
-	Wiener Feinbäckerei Heberer	< 61,4

### Branchen-Ranking Baumärkte

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Globus Baumärkte	56,4
GOLD	hagebau	56,0
GOLD	Bauhaus	55,9
GOLD	Hellweg	55,8
-	toom BauMarkt	< 54,5
-	OBI	< 54,5
-	Hornbach	< 54,5

### Branchen-Ranking Bausparkassen

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Alte Leipziger Bauspar	69,1
GOLD	Aachener Bausparkasse	67,9
GOLD	Signal Iduna Bauspar	67,8
SILBER	Deutsche Bausparkasse Badenia	67,7
SILBER	Bausparkasse Schwäbisch Hall	66,6
BRONZE	Debeka Bausparkasse	66,2
-	LBS	< 65,3
-	Wüstenrot Bausparkasse	< 65,3
-	BHW Bausparkasse	< 65,3

### Branchen-Ranking Buchhändler

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Mayersche	75,1
SILBER	Osiander	73,1
BRONZE	Hugendubel	70,3
BRONZE	Rupprecht	69,6
-	Thalia	< 69,4
-	Der Club - Bertelsmann	< 69,4
-	Weltbild	< 69,4

### Branchen-Ranking Cluburlaub

RANG	Anbieter	FES
GOLD	ALDIANA Club	78,6
GOLD	I-2-Fly FUN Clubs	78,0
GOLD	TUI best Family Club	77,9
GOLD	Robinson Club	77,8
SILBER	Club Med	77,4
-	Club Calimera	< 76,0
-	Riu Clubhotels	< 76,0
-	Club Magic-Life	< 76,0



### Branchen-Ranking Computer-Fachmärkte

RANG	Anbieter	FES
GOLD	K&M Computer	61,6
GOLD	ARLT Computer	60,7
SILBER	GRAVIS	60,1
-	PC-Spezialist	< 58,2
-	ATELCO Computer	< 58,2

### Branchen-Ranking Drogerien

RANG	Anbieter	FES
GOLD	dm-drogerie markt	73,7
BRONZE	Budnikowsky	65,4
-	Drogerie Müller	< 65,4
-	Rossmann	< 65,4
-	Ihr Platz	< 65,4

### Branchen-Ranking Einkaufscenter

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Paunsdorf Center Leipzig	71,4
GOLD	Rhein-Ruhr Zentrum	71,2
SILBER	NordWestZentrum Frankfurt	69,1
BRONZE	Ruhr-Park Bochum	68,8
-	CentrO Oberhausen	< 67,8
-	Limbecker Platz Essen	< 67,8
-	Main-Taunus-Zentrum	< 67,8
-	Potsdamer Platz Arkaden Berlin	< 67,8

### Branchen-Ranking Eisdieleen

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Janny`s Eis	73,1
SILBER	Gelateria La Luna	70,8
-	Scoop Shops (Ben & Jerry`s)	< 69,5
-	Häagen Dazs	< 69,5

**Branchen-Ranking Elektro-Fachmärkte**

<b>RANG</b>	<b>Anbieter</b>	<b>FES</b>
GOLD	EP: Electronic Partner	57,0
GOLD	Media Markt	56,9
GOLD	expert	56,4
-	Saturn	< 55,4
-	EURONICS	< 55,4
-	MediMax	< 55,4

**Branchen-Ranking Erlebnisbäder**

<b>RANG</b>	<b>Anbieter</b>	<b>FES</b>
GOLD	Galaxy Erding	81,3
GOLD	Aqualand	80,9
GOLD	AquaMagis	80,5
GOLD	Wonnemar	80,0
-	Fildorado	< 76,5
-	H2O	< 76,5
-	Aquatoll	< 76,5
-	Elypso	< 76,5

**Branchen-Ranking Erlebnismuseen**

<b>RANG</b>	<b>Anbieter</b>	<b>FES</b>
GOLD	Phaeno Wolfsburg	78,7
SILBER	Explorado Duisburg	76,2
BRONZE	Odysseum Köln	74,3
-	Phänomenta Flensburg	< 74,0
-	Dynamikum Pirmasens	< 74,0

### Branchen-Ranking Factory-Outlet-Center

RANG	Anbieter	FES
GOLD	FOC Ochtrup	72,7
BRONZE	Ingolstadt Village	67,5
BRONZE	Designer Outlet Soltau	67,0
BRONZE	Wertheim Village	66,0
-	Designer Outlet Berlin	< 65,4
-	Outletcity Metzingen	< 65,4
-	Designer Outlets Wolfsburg	< 65,4
-	Designer Outlet Center Nemünster	< 65,4
-	Zweibrücken The Style Outlets	< 65,4

### Branchen-Ranking Fahrrad-Shops

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Mega Bike	75,1
SILBER	Fahrrad XXL	72,4
BRONZE	Lucky Bike	70,5
-	B.O.C.	< 69,8
-	Stadler	< 69,8

### Branchen-Ranking Fast-Food-Restaurants

RANG	Anbieter	FES
GOLD	McDonald's	69,8
GOLD	Kochlöffel	68,2
SILBER	Kentucky Fried Chicken	65,6
BRONZE	Burger King	63,0
-	Vapiano	< 62,6
-	NORDSEE	< 62,6
-	Subway	< 62,6

### Branchen-Ranking Ferienparks

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Center Parcs	83,5
BRONZE	Roompot	78,2
-	Cuxland	< 77,2
-	Landal GreenParks	< 77,2
-	Hogenboom	< 77,2

### Branchen-Ranking Fernbusreiseanbieter

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Postbus	70,1
GOLD	Dein Bus	69,8
SILBER	IC Bus	67,8
-	FlixBus	< 66,2
-	Mein Fernbus	< 66,2
-	Berlin Linien Bus	< 66,2
-	ONEBUS	< 66,2
-	Eurolines (Deutsche Touring)	< 66,2

### Branchen-Ranking Filialbanken

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Sparda-Banken	63,6
GOLD	Commerzbank	62,7
SILBER	Sparkassen	60,5
SILBER	Volks- u./o. Raiffeisenbanken	59,9
BRONZE	Santander Bank	59,3
-	Deutsche Bank	< 58,0
-	Targobank	< 58,0
-	Postbank	< 58,0
-	HypoVereinsbank	< 58,0

**Branchen-Ranking Fitness-Studios**

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Injoy	72,0
SILBER	Fitness First Germany	71,5
-	HealthCity	< 70,7

**Branchen-Ranking Fluggesellschaften**

RANG	Anbieter	FES
GOLD	TUIfly	73,6
GOLD	Lufthansa	72,5
GOLD	Air Berlin	72,1
SILBER	Condor	69,8
-	Germanwings	< 67,9
-	Ryanair	< 67,9

**Branchen-Ranking Flughäfen (groß)**

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Flughafen Köln/Bonn	64,7
SILBER	Flughafen Düsseldorf	62,3
SILBER	Flughafen München	62,2
BRONZE	Flughafen Stuttgart	61,5
-	Flughafen Hamburg	< 60,5
-	Frankfurt Airport	< 60,5
-	Flughafen Berlin-Tegel	< 60,5

**Branchen-Ranking Flughäfen (klein)**

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Flughafen Bremen	66,9
SILBER	Flughafen Hannover	65,2
SILBER	Flughafen Nürnberg	64,9
SILBER	Flughafen Frankfurt Hahn	64,0
-	Flughafen Leipzig/Halle	< 62,6
-	Flughafen Berlin-Schönefeld	< 62,6

### Branchen-Ranking Foto-Studios

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Studioline	73,5
GOLD	Sceneline	72,6
SILBER	PicturePeople	71,3
-	yourlook	< 69,6

### Branchen-Ranking Freizeitgastronomie

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Cafe Del Sol	65,2
GOLD	ALEX Gaststätten	64,8
SILBER	Cafe & Bar Celona	62,2
-	Enchilada	< 60,2
-	Louisiana	< 60,2
-	Cafe extrablatt	< 60,2

### Branchen-Ranking Freizeitparks

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Movie Park Germany	84,0
GOLD	Phantasialand	83,3
SILBER	Hansa-Park	82,6
BRONZE	Erlebnispark Tripsdrill	82,0
BRONZE	Heide Park Resort	82,0
-	Europa-Park	< 81,3
-	Belantis Vergnügungspark	< 81,3
-	Holiday Park Hassloch	< 81,3

### Branchen-Ranking Friseur-Ketten

RANG	Anbieter	FES
GOLD	C&M Company	67,9
BRONZE	HairExpress	62,2
-	Hairkiller	< 60,5
-	Klier	< 60,5
-	Essanelle	< 60,5

### Branchen-Ranking Full-Service-Gastronomie

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Mövenpick	69,3
SILBER	BLOCK HOUSE	67,9
BRONZE	Marché	67,4
-	Maredo Restaurants	< 67,0
-	Wienerwald Restaurants	< 67,0
-	Pizza Hut	< 67,0

### Branchen-Ranking Fußballvereine

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Borussia Mönchengladbach	75,4
SILBER	Bayer 04 Leverkusen	71,9
SILBER	Borussia Dortmund	71,5
BRONZE	VfB Stuttgart	68,7
BRONZE	I. FC Köln	68,4
BRONZE	FC Bayern München	67,8
-	Hannover 96	< 67,0
-	FC Schalke 04	< 67,0
-	Werder Bremen	< 67,0
-	Hertha BSC	< 67,0
-	Hamburger SV	< 67,0
-	Eintracht Frankfurt	< 67,0

### Branchen-Ranking Handelsgastronomie

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Toscana Restaurants (porta Möbel)	77,7
GOLD	Ikea Gastronomie	74,7
BRONZE	RestoLutz	70,4
-	Globus Gastronomie	< 68,0
-	Le Buffet (Karstadt Restaurants)	< 68,0
-	Kaufland Gaststätten	< 68,0
-	Dinea (Galeria Kaufhof Restaurants)	< 68,0

### Branchen-Ranking Haushalt und Geschenke

RANG	Anbieter	FES
GOLD	WMF	52,0
SILBER	NANU-NANA	51,2
BRONZE	Leonardo	50,7
-	DEPOT	< 50,7
-	Butlers	< 50,7

### Branchen-Ranking Heimtierbedarf

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Kölle Zoo	65,5
GOLD	Schecker	63,9
BRONZE	Zoo & Co.	61,7
-	Fressnapf	< 60,8
-	Futterhaus	< 60,8

### Branchen-Ranking Hotels

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Dorint	73,2
GOLD	Holiday Inn	72,3
SILBER	Park Inn	71,5
SILBER	Novotel	71,4
-	Ramada	< 68,8
-	Best Western	< 68,8
-	Ibis	< 68,8
-	Motel One	< 68,8



### Branchen-Ranking Indoor-Spielplätze

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Sensapolis	82,7
GOLD	Kinderwelt Recklinghausen	82,0
BRONZE	KikiMondo Abenteuerland	78,7
-	Pippolino	< 78,6
-	Molli Bär Spielpark	< 78,6
-	Alcino Kindertobeland	< 78,6

### Branchen-Ranking Kaufhäuser

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Karstadt	61,0
BRONZE	Galeria Kaufhof	57,3
-	Woolworth	< 56,5

### Branchen-Ranking Kinderspielzeug und -bekleidung

RANG	Anbieter	FES
GOLD	myToys	78,3
GOLD	Spiele Max	77,6
SILBER	ROFU Kinderland	77,1
BRONZE	JAKO-O	76,4
-	Vedes / Spielzeug-Ring	< 75,9
-	idee+spiel	< 75,9
-	KIDOH	< 75,9
-	Toys"R"Us	< 75,9

### Branchen-Ranking Kinoketten

RANG	Anbieter	FES
GOLD	UCI Kinowelt	71,7
GOLD	Cineplex	71,0
BRONZE	Cinemaxx	69,4
-	CineStar	< 68,8
-	Kinopolis	< 68,8

### Branchen-Ranking Krankenkassen

RANG	Anbieter	FES
GOLD	IKK classic	74,0
GOLD	AOK Baden-Württemberg	72,8
SILBER	Techniker Krankenkasse	71,8
BRONZE	AOK PLUS	70,1
-	Barmer GEK	< 69,9
-	DAK Gesundheit	< 69,9
-	AOK Bayern	< 69,9

### Branchen-Ranking Kreuzfahrten

RANG	Anbieter	FES
GOLD	AIDA Cruises	78,9
SILBER	TUI Cruises	76,0
-	MSC Kreuzfahrten	< 74,6
-	Costa Kreuzfahrten	< 74,6

### Branchen-Ranking Lebensmittel-Einzelhandel

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Hit	63,7
GOLD	tegut...	62,8
SILBER	kaufpark	62,5
SILBER	REWE	61,6
BRONZE	Coop	60,9
-	EDEKA	< 60,6
-	Kaiser's Tengelmann	< 60,6

**Branchen-Ranking Möbelhäuser**

<b>RANG</b>	<b>Anbieter</b>	<b>FES</b>
GOLD	IKEA	71,4
SILBER	Porta Möbel	69,2
SILBER	Segmüller	68,4
BRONZE	Finke	67,6
-	XXXLutz	< 66,4
-	Höffner	< 66,4
-	Möbel Kraft	< 66,4
-	Möbel Martin	< 66,4
-	Ostermann	< 66,4

**Branchen-Ranking Mobilfunkshops**

<b>RANG</b>	<b>Anbieter</b>	<b>FES</b>
GOLD	Deutsche Telekom	52,2
GOLD	E-Plus / BASE	52,1
SILBER	mobilcom debitel	51,7
SILBER	O2	51,5
-	Phone House	< 51,0
-	Vodafone	< 51,0

**Branchen-Ranking Modehäuser**

<b>RANG</b>	<b>Anbieter</b>	<b>FES</b>
GOLD	Wöhrl	66,1
GOLD	Peek & Cloppenburg (Düsseldorf)	65,3
SILBER	Peek & Cloppenburg (Hamburg)	62,9
-	Breuninger	< 61,1
-	SinnLeffers	< 61,1
-	AWG Modecenter	< 61,1

**Branchen-Ranking Modeläden**

<b>RANG</b>	<b>Anbieter</b>	<b>FES</b>
GOLD	Ernsting's family	72,5
SILBER	C&A	68,4
SILBER	bonprix	67,5
BRONZE	H&M	63,5
-	Esprit	< 63,0
-	s.Oliver	< 63,0
-	New Yorker	< 63,0

**Branchen-Ranking ÖPNV-Betriebe**

<b>RANG</b>	<b>Anbieter</b>	<b>FES</b>
GOLD	Bremer Straßenbahn (BSAG)	61,5
GOLD	Essener Verkehrs AG (EVAG)	60,9
SILBER	Rheinbahn	56,1
-	Berliner Verkehrsbetriebe (BVG)	< 52,2
-	Stuttgarter Straßenbahnen (SBB)	< 52,2
-	Hamburger Verkehrsverbund	< 52,2
-	Kölner Verkehrs-Betriebe (KVB)	< 52,2
-	Münchener Verkehrsgesellschaft (MVG)	< 52,2
-	Verkehrsgesellschaft Frankfurt am Main (VGF)	< 52,2

**Branchen-Ranking Optikerketten**

<b>RANG</b>	<b>Anbieter</b>	<b>FES</b>
GOLD	Apollo Optik	67,4
GOLD	Fielmann	67,2
BRONZE	Abele Optik	65,7
-	eyes + more	< 65,5
-	Pro Optik	< 65,5

### Branchen-Ranking Polstermöbelspezialisten

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Trösser	69,8
GOLD	UNI Polster	69,2
GOLD	Fischer	68,5
-	Multipolster	< 66,0
-	Polster Aktuell	< 66,0

### Branchen-Ranking Reisebüros

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Lufthansa City Center	72,3
GOLD	alltours Reisecenter	71,4
SILBER	Neckermann Reisebüro	70,6
SILBER	TUI ReiseCenter	70,3
BRONZE	Thomas Cook Reisebüro	69,9
BRONZE	Reiseland	68,9
-	DER Reisebüro	< 68,8
-	sonnenklar.tv Reisebüro	< 68,8
-	ATLAS Reisen	< 68,8
-	Hapag-Lloyd Reisebüro	< 68,8

### Branchen-Ranking Reiseveranstalter

RANG	Anbieter	FES
GOLD	alltours flugreisen	79,7
GOLD	I-2-FLY	78,2
BRONZE	Neckermann Reisen	73,9
BRONZE	TUI	73,3
-	l'tur tourismus	< 72,2
-	Thomas Cook	< 72,2
-	ITS Reisen	< 72,2
-	DERTOUR	< 72,2
-	ADAC Reisen	< 72,2
-	Hapag-Lloyd	< 72,2
-	ÖGER TOURS	< 72,2
-	JAHN Reisen	< 72,2
-	FTI	< 72,2

### Branchen-Ranking Schuhhändler

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Mayer´s Markenschuhe	68,1
GOLD	Schuhhaus Klausner	67,5
SILBER	Deichmann	66,3
BRONZE	Leiser	66,1
BRONZE	RENO	66,0
-	K+K Schuh-Center	< 65,3
-	SIEMES Schuhcenter	< 65,3
-	Görtz	< 65,3

### Branchen-Ranking Skihallen

RANG	Anbieter	FES
GOLD	alpincenter Bottrop	75,9
SILBER	Skihalle Oberhof	75,0
BRONZE	Skihalle Senftenberg	< 74,6
-	Alpincenter Hamburg-Wittenburg	< 74,6
-	Skihalle Neuss	< 74,6

### Branchen-Ranking Sport- und Freizeitgeschäfte

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Adidas-Store	65,6
SILBER	Puma-Store	63,9
SILBER	Decathlon	63,3
BRONZE	Nike-Store	61,8
-	Intersport Voswinkel	< 61,3
-	SportScheck	< 61,3
-	Sport Arena	< 61,3
-	Intersport (Sportpoint)	< 61,3

### Branchen-Ranking Themenparks

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Ravensburger Spieleland	84,8
GOLD	PLAYMOBIL-FunPark	84,5
SILBER	Legoland	81,9
BRONZE	Serengeti-Park	81,2
-	Bavaria Filmstadt	< 79,9
-	Sea Life	< 79,9

### Branchen-Ranking Verbrauchermärkte

RANG	Anbieter	FES
GOLD	famila Nordost	66,4
GOLD	Globus	64,4
SILBER	famila Nordwest	62,4
-	Marktkauf	< 60,2
-	Kaufland	< 60,2
-	Real	< 60,2
-	sky Supermarkt	< 60,2

### Branchen-Ranking Verkehrsgastronomie

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Axxe	70,5
GOLD	Tank & Rast	69,0
BRONZE	Yorma's	62,2
BRONZE	MAXI Autohöfe	61,8
-	On the run (Esso)	< 60,7
-	Shell Café-Backshops	< 60,7
-	PetitBistro (ARAL)	< 60,7
-	Deutsche Bahn Restaurants	< 60,7

### Branchen-Ranking Versicherer

RANG	Anbieter	FES
GOLD	R+V	64,9
GOLD	Gothaer	64,3
SILBER	Zurich	63,8
SILBER	Generali	63,2
BRONZE	HUK-COBURG	62,4
BRONZE	Versicherungskammer Bayern	62,3
-	Allianz	< 62,1
-	AXA	< 62,1

### Branchen-Ranking Zoos

RANG	Anbieter	FES
GOLD	Zoo Hannover	83,2
SILBER	Zoo Leipzig	82,1
BRONZE	Tierpark Hellabrunn (München)	81,4
BRONZE	Tierpark Berlin	80,9
-	Zoologischer Garten Berlin	< 80,9
-	Kölner Zoo	< 80,9
-	Hagenbecks Tierpark (Hamburg)	< 80,9