

Untersuchungsbericht

„Kundenorientierte Internetseiten“

börsennotierter Unternehmen

2016

Fragestellung, Methode, Auswertung

Eine Untersuchung in Kooperation mit

DIE  **WELT**

ServiceValue GmbH

Köln, Januar 2016

Inhalt

Hintergrund	3
Allgemeine Anmerkungen	4
Der Prüfkatalog.....	5
Auswertung.....	8
Nutzungsbedingungen Gütesiegel „Kundenorientierte Internetseiten“	9
Börsennotierte Unternehmen als Branchengewinner.....	12
Top 100 „Kundenorientierte Internetseiten“ börsennotierter Unternehmen.....	13
Getestete börsennotierte Unternehmen außerhalb der Top 100.....	16

Hintergrund

Um als Unternehmen auch über das Internet interessierte Besucher von den eigenen Stärken zu überzeugen, muss die eigene Internetseite nicht nur gut auffindbar sein, sondern auch durch Kundenorientiertheit dazu einladen, sich näher mit dem Unternehmen zu befassen. Der Web-Experte Prof. Dr. Mario Fischer bringt es auf den Punkt:

„Webseiten haben mittlerweile fast alle Unternehmen. Keinen Erfolg damit zu haben, ist ebenfalls vielen Unternehmen gemein. Beides muss stimmen: Die Auffindbarkeit im Web und verständliche, leicht bedienbare Webseiten.“

ServiceValue hat sich den Internetauftritt von über 250 börsennotierten Unternehmen Deutschlands (insbesondere aus dem DAX, MDAX, SDAX, TecDAX) etwas genauer angesehen und auf den Grad ihrer Kundenorientierung hin überprüft. Die Bewertung erfolgt branchenübergreifend und angelehnt an das wissenschaftlich fundierte und praxisorientierte 7K-Modell aus der Customer Value Forschung der Universität St. Gallen / Schweiz. Insgesamt werden zur Prüfung des Internetauftritts eines Unternehmens sechs Dimensionen mit 13 Prüfkriterien, die ihrerseits in 36 Feindifferenzierungen unterteilt sind, herangezogen. Eine Dimension aus dem 7K-Modell (K4: Kommerzialisierung) bleibt unberücksichtigt, da sich diese vornehmlich auf E-Commerce bezieht, welches hier nicht Gegenstand der Untersuchung ist.

Die Einstufung erfolgt ohne Beteiligung und damit auch ohne Einflussnahme der Unternehmen. Im Anschluss an die Auswertung werden die Internetseiten (URL) der Unternehmen anhand ihrer Bewertung in ein Rating überführt. Grundlage für das Ratingverfahren ist der sog. COWS („customer oriented website score“), abgebildet auf einer Skala von 0-100.

Ziel der Untersuchung ist es, mit Hilfe eines validen Indikators die Kundenorientierung der Internetseiten börsennotierter Unternehmen Deutschlands zu durchleuchten und zu sortieren. Unter der Prämisse, dass Kundenorientierung keine Unterscheidung nach Wirtschaftszweigen kennt, wird branchenübergreifend gearbeitet.

Allgemeine Anmerkungen

Ein erfolgreicher Internetauftritt misst sich daran, wie er von den Seitenbesuchern angenommen wird. Für interessierte Internetnutzer fungiert die Unternehmenswebseite zunächst als digitale Visitenkarte, die gewisse Eckdaten kommuniziert und einen ersten Eindruck vermitteln soll. Ist diese Funktion erfüllt, so lädt eine ansprechende Internetseite ihre Besucher in einem zweiten Schritt dazu ein, zu verweilen, mehr über Unternehmen und Leistungen zu erfahren und eventuelle interaktive Angebote zu nutzen. In einem dritten Schritt dann wird im Idealfall, auf Grund der Attraktivität der Unternehmensseite, aus dem interessierten Besucher ein Kunde.

Damit Besucher tatsächlich alle Schritte bis hin zur Konvertierung zum Kunden machen können und nicht nach dem ersten oder zweiten Schritt die Seite verlassen, sollte ein Unternehmen großen Wert auf die Kundenorientierung der eigenen Internetseite legen. Kundenorientierung ist ein Konstrukt, welches konkrete Aspekte umfasst: Leistungen, Produkte und Informationen sollten übersichtlich dargestellt sowie schnell und einfach auffindbar sein. Ebenso gehören so unterschiedliche Aspekte wie die einfache Handhabung, der Einsatz multimedialer Hilfsmittel bei gleichzeitigem Erhalt einer kurzen Ladezeit und die Möglichkeit einer direkten Kontaktaufnahme dazu. Nicht zuletzt ist auch die Frage, in welchem Maße es einem Internetauftritt gelingt, Vertrauen zu vermitteln, ein wichtiger Faktor: Transparenz hinsichtlich der Unternehmensgeschichte und -philosophie, offen kommunizierte Zahlen und Fakten sowie die Gesichter hinter den Marken können erheblich zum Aufbau einer Kunde-Unternehmen-Beziehung beitragen. Hinter einer professionellen, transparenten Internetseite vermuten Seitenbesucher ein seriöses Unternehmen. Erscheint umgekehrt eine Seite als unprofessionell oder sogar als nicht vertrauenswürdig, so projizieren Seitenbesucher dieses Bild nicht selten auf das gesamte Unternehmen und die dazugehörige/n Marke/n als solche.

In die Bewertung von Internetseiten spielen immer auch subjektive Faktoren mit hinein, denn unterschiedliche Seitenbesucher haben unterschiedliche Präferenzen. Dennoch gibt es einen Konsens, der unabhängig von Alter, Geschlecht, Medienaffinität und Sehgewohnheiten besteht: Übersichtliche Gestaltung durch ein eindeutiges Schrift- und Farbkonzept, ein leicht erfassbarer Seitenaufbau mit eingängiger Logik in den einzelnen Bausteinen, eine logische und an Kundenbedürfnisse angepasste Navigation, eine geringe Klicktiefe, keine inhaltlich unbegründeten Layout-Unterschiede, kein verwirrendes Wegführen auf Internetseiten von Kooperationspartnern oder Muttergesellschaften, eine in sich geschlossene Unterseitenaufzählung und aktuelle Inhalte in zeitgemäßem Design – um nur einige Faktoren zu nennen - erleichtern die Handhabung. Der Erfolg eines Internetauftritts hängt also von einer Vielzahl verschiedener Faktoren ab. Kundenorientierung ist in diesem Sinne ein übergreifendes Konstrukt dieser „Erfolgsfaktoren“.

Der Prüfkatalog

Angelehnt an das wissenschaftlich belastbare 7-K-Modell aus der Customer Value Forschung der Universität St. Gallen / Schweiz werden 13 Prüfkriterien entlang von 6 ausgewählten Dimensionen zur Bestimmung der Kundenorientierung des Internetauftritts eines Unternehmens (URL) herangezogen. Da für die hier vorliegende Untersuchung die Preispolitik eines Unternehmens unberücksichtigt bleiben soll, entfällt für die Erhebung und Auswertung die Dimension K4: Kommerzialisierung.

K1 - Kundenorientierung: K1.1. Layout K1.2. Orientierungsmöglichkeiten, K1.3. Informationsdesign

K2 - Konfiguration: K2.1. Programmierung, K2.2. Technische Praktikabilität

K3 - Kommunikation: K3.1 Informationsgehalt , K3.2 Rezipienzanregung

K5 - Kompetenz: K5.1 Transparenz, K5.2 Nachhaltigkeit

K6 - Kooperation: K6.1 Informativer Mehrwert der Internetseite, K6.2 Social Media

K7 - Kontrolle: K7.1 Inhaltliche Zusatzinformationen, K7.2 Formale Zusatzinformationen

Im Folgenden werden die 36 verschiedenen Feindifferenzierungen der 13 Prüfkriterien zur Erfassung skalierbarer Ergebnisse vollständig aufgeführt.

Bei K1 – Kundenorientierung wird überprüft, inwieweit Informationen auf der Unternehmensseite übersichtlich, hilfreich und strukturiert aufbereitet sind.

Unter K1.1 Layout wird erstens überprüft, inwiefern das Design als subjektiv angenehm empfunden wird; also keine wesentlichen Überfrachtungen und Irritationen aufweist. Ein Überangebot an inhaltlichen und/oder optischen Elementen, die eine Übersicht behindern, führt zu einer weniger guten Bewertung. Ein zweites Kriterium ist die Lesbarkeit der integrierten Texte. Starke Kontraste und eine ausreichend große Schriftgröße spielen hier eine wichtige Rolle.

K1.2 bezieht sich auf die Orientierungsmöglichkeiten, die Besuchern der Internetseite geboten werden: Gibt es auf der Startseite über die Navigation hinaus Orientierungshilfen wie z.B. Quick links, Verlinkungen im Text oder Verweise auf Content durch Werbung, Angebote oder Banner? Ist der Navigationsaufbau selbsterklärend und für einen Neubesucher intuitiv erfassbar? Enthält die Navigation die wichtigsten Punkte, und sind diese sprachlich eindeutig ausgewiesen? Existiert eine doppelte Navigationsleiste? Sind Menüs fixiert und bleiben auch beim Scrollen stets sichtbar? Auch eine einfache Orientierung innerhalb der Internetseite in Form von „Brotkrumennavigation“ schlägt sich hier positiv nieder.

Unter K1.3 Informationsdesign wird die Klassifikation von Informationen / Angeboten / Produkten / Leistungen einerseits, die Anordnung selbiger andererseits bewertet.

Bei K2 – Konfiguration geht es um die technische Konfiguration der Internetseite und die daraus resultierende Bedienerfreundlichkeit.

Unter K2.1 wird zunächst die Programmierung der Internetseite geprüft. Relevant ist hier in erster Linie die Abwesenheit technischer und syntaktischer Mängel wie etwa Fehler bei der Weiterleitung, Layout-Fehler wie Überlappungen, aber auch grammatikalische und orthographische Fehler.

Die Überprüfung der Programmierungsqualität setzt sich in K2.2. Technische Praktikabilität fort: Eine eventuelle Serverüberfrachtung wird anhand von Ladezeiten und eventuellen Verzerrungen geprüft. Der Anteil von Verlinkungen auf Unterseiten wird unter die Lupe genommen; ebenso die Unterteilung in weitere Fenster, die Reversibilität von Verlinkungen sowie die Notwendigkeit für langes Scrollen. Weiterhin befindet sich in K2 mit dem Kriterium „Klicktiefe“ ein weiterer Punkt, der für eine kundenorientierte Internetseite von großer Relevanz ist: Wie viele Klicks benötigen Besucher, um an die von ihnen gesuchten Informationen zu gelangen? Damit eng zusammen hängt das Prüfkriterium „Bewertungszeitraum“: Alle Einzelkriterien sollten innerhalb eines für alle Seiten gleich bemessenen Zeitrahmens überprüfbar sein. Zuletzt fällt noch eine Bewertung der Responsivität in die K2 Dimension: Ist die Internetseite in sämtlichen Größen; also auch auf Tablet oder Smartphone, les- und nutzbar?

Bei K3 - Kommunikation liegt der Schwerpunkt auf dem Informationsgehalt der Internetseite und der anregenden Aufbereitung des Inhalts.

Unter K3.1 wird der Informationsgehalt der Internetseite geprüft. Das betrifft mit den Kriterien „Vorhandensein und angemessener Umfang von Informationen“, „Aktualität“ und „Zielgruppenrelevanz“ einerseits die Qualität der dargebotenen Informationen. Andererseits werden auch bestimmte qualitative Kriterien abgefragt: Preistransparenz (hier allerdings nicht bewertungsrelevant), das Vorhandensein von Hersteller- und/oder Verbraucherhinweise zu Hintergründen des Produktes und/oder der Leistung sowie Tipps vom Anbieter zur Anwendung oder Nutzung seiner Angebote oder Produkte.

In K3.2. wird die „Anregung der Aufnahmebereitschaft“, der subjektiv empfundene Nutzen der Internetseite in Betracht gezogen: Inwiefern werden dem Besucher Anreize zur weiteren Seitennutzung geschaffen? Ein Anreiz ist ein angemessener Sprachgebrauch, der dem Leser keine unangemessene Dichte an Fachausdrücken oder Fremdsprachentexten zumutet, kurz: die Sprache soll ansprechen. Ein weiterer Anreiz ist der wohlbemessene und stimmige Einsatz multimedialer Hilfsmittel. Zuletzt wird ganz allgemein bewertet, wie die subjektive Wahrnehmung des Unternehmens auf Grund der Internetseite ausfällt: Was bietet das Unternehmen an? Lässt seine Internetseite es als hochwertig und interessant erscheinen und weckt somit die Lust der Besucher, sich weiter in die Seite und das Unternehmen zu vertiefen?

Bei K5 - Kompetenz steht die Darstellung des Unternehmens und das dazugehörige Kompetenzerfinden im Fokus.

Unter K5.1 wird zunächst die Transparenz der Internetseite bewertet. Wichtig ist hier eine offene und verständliche Unternehmenspräsentation, die sich niederschlägt in einem informativen Unternehmensprofil, transparent dargestellten Geschäftsprozessen sowie Informationen zu Management und Vorstand, Mitarbeitern und ggf. auch Filialen des Unternehmens. Idealerweise sind all diese Fak-

ten ebenso wie Geschäftsberichte, Zahlen und Unternehmensschaubilder für alle Interessierten einsehbar.

K5.2 betrifft die Darstellung von Nachhaltigkeit. Wie werden umweltbezogene und soziale Projekte auf der Homepage dargestellt? Wie ausführlich werden Mitarbeiterverantwortung und Umweltfreundlichkeit kommuniziert? Wie stellt das Unternehmen seine Mitarbeiterverantwortung dar? Sind die Informationen nachvollziehbar, existieren weiterführende Links, sind Projekte namentlich kenntlich gemacht und überprüfbar? Diese Werte werden erhoben, fließen jedoch nicht in die Bewertung mit ein.

Bei K6 - Kooperation werden Interaktionstools zum Austausch zwischen Seitenbesuchern und Unternehmen erfasst.

Unter K6.1 wird der informative Mehrwert der Internetseite unter die Lupe genommen. Als erstes Kriterium wird überprüft, ob eine Suchhilfe vorhanden und leicht auffindbar ist. Falls ja, wird getestet, inwieweit sie funktionstüchtig ist und ob sie außer produktbezogenen Informationen auch Informationen zum Seiteninhalt (etwa Impressum, Datenschutz usw.) aufweist. Im weiteren Verfahren werden die interaktiven Angebote der Internetseite bewertet. Das Vorhandensein von Online-Tools zur Berechnung oder Konfiguration von Angeboten, zum Verfolgen von Börsenneuigkeiten, zum Online-Produktkauf usw. wird positiv bewertet. Auch eine eventuelle journalistische Aufbereitung von unternehmensrelevanten Themen in einem Online-Magazin fällt positiv auf.

Der Punkt K6.2 Social Media bezieht sich auf die Einbettung von Möglichkeiten, Social Media Funktionen im Zusammenhang mit der Unternehmens-Internetseite zu nutzen. Stufenweise aufsteigend wird bewertet: 1. das Vorhandensein von Buttons für Social Media, 2. die Möglichkeit, unmittelbar zu teilen, 3. die Möglichkeit, Artikel/Tweets auf der Unternehmens-Internetseite einzusehen und unmittelbar darauf zu reagieren; etwa zu re-tweeten. Das Vorhandensein von Blogs und/oder Podcasts u.Ä. ist ein weiterer Pluspunkt, der einen konkreten Mehrwert für den Besucher darstellt.

Bei K7 - Kontrolle beinhaltet inhaltliche und formale Zusatzinformationen, die eine Nachverfolgung der Aktivitäten des Unternehmens wie auch das Einholen von weiterführenden Informationen ermöglichen.

Unter K7.1 fallen inhaltliche Zusatzinformationen wie die aus einem Pressebereich: Sind Presseinformationen vorhanden, und – wenn ja – wie ausführlich und aktuell sind sie? Ist zusätzliches Pressematerial in Form von (multimedialen) Downloads, Pressemappen und/oder einem Archiv vorhanden? Ist ein Pressekontakt angegeben?

Unter K7.2 werden mit den Kontaktoptionen (vollständig, ggf. nach Anliegen und/oder Region geordnet, Angabe von Zeiten telefonischer Erreichbarkeit) und dem Vorhandensein sowie der Auffindbarkeit eines Impressums formale Zusatzinformationen geprüft.

Auswertung

Bewertet werden die Internetseiten (URL) von 253 Unternehmen aus 39 unterschiedlichen Branchen. 158 dieser Unternehmen befanden sich zum Ende des Bewertungszeitraumes (16.11.2015) im DAX, TecDAX, MDAX oder SDAX. Hinzu kamen 95 Unternehmen aus dem General Standard, die nach dem Zufallsprinzip ausgewählt wurden. Die Bewertung aller 36 Prüfkriterien erfolgte anhand einer Skala von 0 bis 4, wobei 0 bedeutet „trifft nicht zu / nicht vorhanden“ und 4 bedeutet „übertrifft die Erwartungen“.

Die Summen der Prüfkriterien wurden innerhalb der jeweiligen K-Dimension zusammengefasst, sodass für jede Dimension ein Wert vorliegt. Diese Werte wurden ebenfalls addiert, wobei K5 – „Kompetenz“ und K7 – „Kontrolle“ mit dem Faktor 0,5 gewichtet wurden, da sie für die Kundenorientierung der Internetseite eine geringere Relevanz aufweisen. Die daraus resultierenden Werte K1 – K7 wurden gewichtet aufsummiert und in eine COWS-Skala (COWS = customer oriented Internetseite score) von 0 bis 100 transformiert, wobei 100 gleichbedeutend ist mit der maximal zu erreichenden absoluten Punktzahl.

Anhand dieser Werte wird eine Top 100 Auswahl der Internetseiten mit der höchsten Kundenorientierung ausgewiesen. Ebenso erhalten solche Unternehmen, deren Internetseiten als die beste ihrer jeweiligen Branche getestet wurden, unabhängig von ihrem COWS-Wert und im Vergleich der weiteren untersuchten Branchenvertretern das Attribut „Branchengewinner“. Unternehmen, deren Internetseiten weder als Teil der Top 100 noch als Branchengewinner ausgezeichnet sind, werden in der Ergebnisliste lediglich alphabetisch aufgeführt.

Die Auswertung und Auszeichnung „Kundenorientierte Internetseite“ unterstützt Unternehmen in ihrem Bemühen, ihre Web-Präsenz zum Kunden hin zu stärken. Zudem können sie anhand ihrer individuellen Bewertungstafel hilfreiche Hinweise zur weiteren Optimierung ihrer Kundenorientierung auf der Kommunikationsplattform „Internet“ erhalten.

Nutzungsbedingungen Gütesiegel „Kundenorientierte Internetseiten“

Die Messungen und Analysen durch die ServiceValue GmbH sollen Märkte, Branchen und Unternehmen für die Kunden übersichtlicher machen. Deshalb sollen die Befragungs- und Testergebnisse 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 Befragungs- und Testergebnisse nicht gerechtfertigt ist. Die ServiceValue GmbH erwartet daher lautere geschäftliche Handlungen im Zusammenhang mit der Nutzung der Befragungs- und Testergebnisse, insbesondere eine lautere Werbung mit den Testergebnissen in Form der „Kundenorientierte Internetseiten“-Siegel.

Erfolgreich getestete URLs bzw. Unternehmen können hochauflösende Dateien (für den Druck- sowie Online-Einsatz geeignet) des Siegels „Kundenorientierte Internetseiten“ lizensieren. Unternehmen, die anhand ihres COWS im Rating der Top 100 zugeordnet sind, erhalten sodann hochauflösende Dateien des Siegels „Kundenorientierte Internetseiten: Prädikat Gold“.



URLs bzw. Unternehmen, die innerhalb aller geprüften URL bzw. börsennotierter Unternehmen ihrer Branche die beste Platzierung im Rating (im Sinne eines Rankings) erreicht haben, können zudem hochauflösende Dateien des Siegels „Kundenorientierte Internetseiten Nr. 1 der Branche“ erhalten. Befindet sich die URL bzw. das Unternehmen nicht in der Top 100 Auswahl, entfällt der farbliche Hinweis auf Prädikat Gold.



Zum Zwecke geschäftlicher Handlungen, insbesondere der Werbung mit den Testergebnissen erlaubt die ServiceValue GmbH die Nutzung ihrer Siegel „Kundenorientierte Internetseiten“, sofern der Verwender die nachfolgenden Bedingungen einhält:

- 1.) Geschäftliche Handlungen einschließlich Werbung mit den Testergebnissen 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 Testergebnisse ist daher insbesondere nur gestattet, wenn die Aussagen bei geschäftlichen Handlungen einschließlich der Werbung, die sich auf die Testergebnisse 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 „Kundenorientierte Internetseiten“) 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 Testergebnissen dürfen nicht isoliert bei geschäftlichen Handlungen wie in der Werbung angegeben werden, wenn andere Einzelaussagen oder Kommentierungen aus den Testergebnissen 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 Testergebnissen mitgeteilt werden.
- 5.) Jegliche Verwendung der Testergebnisse 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 Testergebnisse ist daher ausgeschlossen, wenn
 - a. sich die Internetseiten, welche Gegenstand der Prüfung waren, seit der Veröffentlichung der Testergebnisse in Merkmalen, welche Gegenstand der Prüfung waren, wesentlich geändert haben;
 - b. sie für einen gleichen Internetauftritt erfolgt, welcher von der Prüfung aber nicht erfasst war, ohne den Internetauftritt zu erwähnen, welcher tatsächlich Gegenstand der Prüfung war;
 - c. eine Übertragung des Qualitätsurteils auf nicht getestete Internetseiten vorgenommen wird oder eine solche Übertragung mit der Art der Darstellung nahegelegt wird.
- 6.) Geschäftliche Handlungen einschließlich der Werbung mit den Testergebnissen der ServiceValue GmbH sind nur gestattet, wenn die Angaben über die Testergebnisse leicht und eindeutig nachprüfbar sind. Dazu gehört, dass in dem Siegel als auch bei jeglicher anderweitiger Verwendung der Testergebnisse die vollständigen Angaben bestehen bleiben.

Um die Einheitlichkeit des Erscheinungsbildes von geschäftlichen Handlungen und Werbung mit Testergebnissen 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 „Kundenorientierte Internetseiten“ kann von den bezugsberechtigten URLs bzw. 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, 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

Das Siegel hat eine Gültigkeitsdauer von 12 Monaten nach Veröffentlichung der Testergebnisse und ist in der Nutzung nicht auf bestimmte Medien beschränkt.

Börsennotierte Unternehmen als Branchengewinner

alphabetisch nach Branche (Anzahl untersuchter URL pro Branche mind. 3)

Branche	Anzahl untersuchte URLs pro Branche	Branchengewinner	COWS - Branchengewinner
Automobilhersteller	3	www.volkswagen.de	79,39
Automobilzulieferer	7	www.stabilus.com/de	75,88
Banken	5	www.dvbbank.com	76,32
Baugewerbe	9	www.sto.de	74,56
Beteiligungsgesellschaft	9	www.indus.de	69,30
Biotechnologie	6	www.codon.de	71,93
Chemie	11	www.basf.com	85,53
Elektronik	7	www.osram.de	69,74
Elektrotechnik	9	www.update.com/de	80,26
Energieversorger	4	www.gelsenwasser.de	72,37
Erneuerbare Energien	6	www.sma.de	73,68
Finanzdienstleister	9	www.mlp.de	78,51
Gesundheit	3	www.maternus.de	79,39
Handel	4	www.metro.de	70,18
Immobilien	15	www.ado.immo	76,32
Internet	7	www.xing.com	83,33
IT	16	www.softwareag.com/de	75,44
Konsum	12	www.fielmann.de	83,77
Lebensmittel	6	www.wasgau-ag.de	71,49
Logistik	10	www.lufthansa.com	78,95
Maschinenbau	25	www.gesco.de	81,58
Medien	13	www.stroeer.de	80,26
Metallindustrie	3	www.salzgitter-ag.com	76,75
Mode	7	www.zalando.de	72,37
Pharma	8	www.stada.de	85,96
Technik	9	go.sap.com/germany	81,14
Telekommunikation	9	www.o2online.de	76,75
Versicherungen	4	www.allianz.de	74,56

Top 100 „Kundenorientierte Internetseiten“ börsennotierter Unternehmen

nach COWS sortiert (absteigend)

URL / Unternehmen	Börsennotierung	Branche	CO WS
www.stada.de	MDAX	Pharma	85,96
www.basf.com	DAX	Chemie	85,53
www.bayer.de	DAX	Pharma	85,09
www.beiersdorf.de	DAX	Pharma	84,21
www.fielmann.de	MDAX	Konsum	83,77
www.xing.com	TecDAX	Internet	83,33
www.adidas.com/de	DAX	Sportartikel	82,46
www.gesco.de	SDAX	Maschinenbau	81,58
go.sap.com/germany	DAX	Technik	81,14
www.zooplus.de	SDAX	Konsum	81,14
www.alba.info	General Standard	Entsorgungsunternehmen	81,14
www.update.com/de	General Standard	Elektrotechnik	80,26
www.freenet.de	TecDAX	Internet	80,26
www.stroeer.de	SDAX	Medien	80,26
www.volkswagen.de	DAX	Automobilhersteller	79,39
www.maternus.de	General Standard	Gesundheit	79,39
www.lufthansa.com	DAX	Logistik	78,95
www.pelikan.com	General Standard	Papierindustrie	78,95
www.aurubis.com/de	MDAX	Chemie	78,95
www.corporate.man.eu/de	MDAX	Maschinenbau	78,95
www.eventim.de	MDAX	Medien	78,51
www.mlp.de	SDAX	Finanzdienstleister	78,51
www.infineon.com	DAX	Technik	78,07
www.krones.com/de	MDAX	Maschinenbau	77,63
www.o2online.de	TecDAX	Telekommunikation	76,75
www.salzgitter-ag.com	MDAX	Metallindustrie	76,75
www.manz.com/de	TecDAX	Maschinenbau	76,75
www.ado.immo	SDAX	Immobilien	76,32
www.dvbbank.com	General Standard	Banken	76,32
www.wacker.com	MDAX	Chemie	76,32
www.comdirect.de	SDAX	Banken	75,88
www.stabilus.com/de	SDAX	Automobilzulieferer	75,88

URL / Unternehmen	Börsennotierung	Branche	CO WS
www.softwareag.com/de	TecDAX	IT	75,44
www.bechtle.com	TecDAX	IT	75,00
www.deutsche-bank.de	DAX	Banken	75,00
www.durr.com/de	MDAX	Automobilzulieferer	75,00
www.allianz.de	DAX	Versicherungen	74,56
www.sto.de	General Standard	Baugewerbe	74,56
www.henkel.de	DAX	Konsum	74,56
www.sma.de	TecDAX	Erneuerbare Energien	73,68
www.sglgroup.com/cms/international/home/i	SDAX	Chemie	73,25
www.mtu.de/de	MDAX	Maschinenbau	72,81
www.ceyoniq.com	General Standard	Technik	72,81
www.ksb.com/ksb-de	General Standard	Maschinenbau	72,81
www.hornbach.de	SDAX	Baumärkte	72,37
www.zalando.de	MDAX	Mode	72,37
www.jungheinrich.de	MDAX	Maschinenbau	72,37
www.gelsenwasser.de	General Standard	Energieversorger	72,37
www.my-hammer.de	General Standard	Internet	72,37
www.deutsche-boerse.com	DAX	Finanzdienstleister	71,93
www.wackerneusongroup.com	SDAX	Maschinenbau	71,93
www.codon.de	General Standard	Biotechnologie	71,93
www.bilfinger.com	MDAX	Baugewerbe	71,93
www.commerzbank.de	DAX	Banken	71,93
www.elringklinger.de	MDAX	Automobilzulieferer	71,93
www.uzin-utz.de	General Standard	Baugewerbe	71,93
www.bvb.de	SDAX	Sport	71,49
www.wasgau-ag.de	General Standard	Lebensmittel	71,49
www.tom-tailor.de	SDAX	Mode	71,49
www.vonovia.de	DAX	Immobilien	71,49
www.bertrandt.com	SDAX	Maschinenbau	71,49
www.freseniusmedicalcare.com/de	DAX	Gesundheit	71,49
www.rational-online.com/de	SDAX	Konsum	71,49
www.wincor-nixdorf.com	MDAX	IT	71,49
www.telekom.de	DAX	Telekommunikation	71,05
www.deutsche-wohnen.com	MDAX	Immobilien	71,05
www.fresenius.de	DAX	Pharma	70,61
www.klassikradioag.de	General Standard	Medien	70,61
www.suedzucker.de	MDAX	Lebensmittel	70,18
www.metro.de	MDAX	Handel	70,18

URL / Unternehmen	Börsennotierung	Branche	CO WS
www.gagfah.com/de	General Standard	Immobilien	70,18
www.braas-monier.com/de	SDAX	Baugewerbe	70,18
www.osram.de	MDAX	Elektronik	69,74
www.adesso.de	General Standard	Technik	69,74
www.cancom.de	TecDAX	IT	69,74
www.hella.com	MDAX	Automobilzulieferer	69,74
www.hochtief.de	MDAX	Baugewerbe	69,74
www.united-internet.de	TecDAX	Internet	69,74
www.indus.de	SDAX	Beteiligungsgesellschaft	69,30
www.sixt-leasing.de	SDAX	Logistik	69,30
www.aegps.com/de	General Standard	Elektronik	69,30
www.kiongroup.com/de	MDAX	Logistik	69,30
www.lanxess.de	MDAX	Chemie	69,30
www.thyssenkrupp.com/de	DAX	Metallindustrie	69,30
www.telefonica.de	TecDAX	Telekommunikation	68,86
about.puma.com/de	SDAX	Mode	68,86
www.mainova.de	General Standard	Energieversorger	68,86
www.advaoptical.com	TecDAX	Technik	68,86
www.prosiebensat1.de	MDAX	Medien	68,86
www.qsc.de/de	TecDAX	Telekommunikation	68,86
www.hugoboss.com/de	MDAX	Mode	68,42
portal.foris.de	General Standard	Finanzdienstleister	68,42
www.grammer.com	SDAX	Automobilzulieferer	68,42
www.hornbach-holding.de	SDAX	Baumärkte	68,42
www.k-plus-s.com/de	DAX	Chemie	68,42
www.hermle.de	General Standard	Maschinenbau	68,42
www.merck.de	DAX	Pharma	68,42
www.aixtron.com/de	TecDAX	Maschinenbau	67,98
www.nemetschek.com	TecDAX	IT	67,98
www.nordex-online.com/de	TecDAX	Erneuerbare Energien	67,98

Getestete börsennotierte Unternehmen außerhalb der Top 100

alphabetisch sortiert (ohne Angabe COWS)

URL / Unternehmen	Börsennotierung	Branche
www.wige.de	General Standard	Medien
www.solarparken.com	General Standard	Erneuerbare Energien
www.aaa-ffm.de	General Standard	Immobilien
www.ais-ag.info	General Standard	Entsorgungsunternehmen
www.aareal-bank.com	MDAX	Banken
www.adler-ag.com	SDAX	Immobilien
www.albis-leasing.de	General Standard	Logistik
www.allgeier.com/de	General Standard	Technik
www.alno.de	General Standard	Konsum
www.alstria.de	SDAX	Immobilien
www.amadeus-fire.de	SDAX	Dienstleistung
www.bs-ag.de	General Standard	Technik
www.baywa.de	SDAX	Baumärkte
www.bdi-bioenergy.com/de	General Standard	Erneuerbare Energien
www.beate-uhse.ag	General Standard	Konsum
www.berentzen.de	General Standard	Lebensmittel
www.bhs-tabletop.de	General Standard	Konsum
www.bijou-brigitte.com	General Standard	Mode
www.biotest.com	SDAX	Biotechnologie
www.bmw.de	DAX	Automobilhersteller
www.brenntag-gmbh.de	MDAX	Chemie
www.capitalstage.com	SDAX	Erneuerbare Energien
www.zeiss.de/meditec/de_de/home.html	TecDAX	Optoelektronik
www.cash-medienag.de	General Standard	Medien
www.cashcloud.com/de	General Standard	Technik
www.cewe.de	SDAX	Konsum
www.cgm.com/de	TecDAX	IT
www.continental-automotive.de	DAX	Automobilzulieferer
www.curasan.de	General Standard	Pharma
www.cybits.de	General Standard	Beteiligungsgesellschaft
www.daimler.com	DAX	Automobilhersteller
www.dbag.de	SDAX	Beteiligungsgesellschaft
www.deutschecannabis.com	General Standard	Dienstleistung
www.deutsche-euroshop.de	MDAX	Finanzdienstleister
www.pfandbriefbank.com	MDAX	Finanzdienstleister
www.deutschepost.de	DAX	Logistik
www.drestate.de	General Standard	Immobilien
www.deutz.com	SDAX	Maschinenbau
www.dic-asset.de	SDAX	Immobilien

www.dierig.de	General Standard	Konsum
ag.dmgmori.com/de	MDAX	Maschinenbau
www.draeger.com	TecDAX	Medizintechnik
www.drillisch.de	TecDAX	Telekommunikation
www.duerkopp-adler.com/de	General Standard	Maschinenbau
www.eon.de	DAX	Energieversorger
www.easy.de	General Standard	Technik
www.ehw.ag	General Standard	Metallindustrie
www.energiekontor.de	General Standard	Erneuerbare Energien
www.evonik.de	MDAX	Chemie
www.evotec.com	TecDAX	Biotechnologie
www.eyemaxx.com	General Standard	Elektrotechnik
www.feike-ag.de	General Standard	Mode
www.fenghua-ag.de	General Standard	Konsum
www.ferratumgroup.com/de	SDAX	Finanzdienstleister
www.frankfurt-airport.de	MDAX	Logistik
www.fritz-nols.com	General Standard	Finanzdienstleister
www.friwo.de/de	General Standard	Maschinenbau
www.fuchs-oil.de	MDAX	Chemie
www.gea.com/global/de/index.jsp	MDAX	Maschinenbau
www.gerresheimer.com/home.html	MDAX	Verpackungen
www.gerryweber.com	SDAX	Mode
www.gfk.com/de	SDAX	Marktforschung
www.gft.com/de	TecDAX	IT
www.grenkeleasing.de	SDAX	Finanzdienstleister
www.gwb-wohnungsbau.de	General Standard	Immobilien
www.hamborner.de	SDAX	Immobilien
www.hafen-hamburg.de	SDAX	Logistik
www.hannover-rueck.de	MDAX	Versicherungen
www.hanse-yachts.com	General Standard	Konsum
www.heidelbergcement.de/de	DAX	Baugewerbe
heidelberger-	General Standard	Beteiligungsgesellschaft
www.heidelberg.com	SDAX	Maschinenbau
www.hh-asset.de	General Standard	Finanzdienstleister
www.cytric.de	General Standard	Internet
www.infas.de	General Standard	Marktforschung
www.intertainment.de	General Standard	Medien
www.itn-nanovation.de	General Standard	Elektrotechnik
www.jenoptik.de	TecDAX	Elektronik
www.kabeldeutschland.de	MDAX	Telekommunikation
www.kap.de	General Standard	Beteiligungsgesellschaft
www.kloeckner.com/de	MDAX	Handel
www.kba.com	SDAX	Maschinenbau
www.kps-consulting.com	General Standard	IT
www.kuka-ag.de	MDAX	Maschinenbau

www.kws.de	SDAX	Lebensmittel
www.leg-wohnen.de	MDAX	Immobilien
www.leoni.com/de	MDAX	Elektronik
www.linde.de	DAX	Maschinenbau
www.lpkf.de	TecDAX	Elektronik
www.lstelcom.com/de	General Standard	Telekommunikation
www.mauser-waldeck.com	General Standard	Konsum
www.medion.com/de	General Standard	IT
www.morphosys.de	TecDAX	Pharma
www.ms-industrie.ag/de	General Standard	Elektrotechnik
www.lila-logistik.de	General Standard	Logistik
www.munichre.com/de	DAX	Versicherungen
www.norcom.de/de	General Standard	Elektrotechnik
www.nordwest.com	General Standard	Handel
www.normagroup.com	MDAX	Elektrotechnik
www.odeonfilm.de	General Standard	Medien
www.openlimit.com	General Standard	IT
www.orbis.de	General Standard	IT
www.panamax-ag.com	General Standard	Beteiligungsgesellschaft
www.patrizia.ag	SDAX	Immobilien
www.pearlgoldag.com/de	General Standard	Beteiligungsgesellschaft
group.pfeiffer-vacuum.com/de	TecDAX	Maschinenbau
www.pferdewetten.de	General Standard	Internet
www.pilkington.com/de-DE/de	General Standard	Baugewerbe
pittler.dvs-gruppe.com	General Standard	Maschinenbau
www.qiagen.com	TecDAX	Biotechnologie
www.realtech.com/de	General Standard	IT
www.rheinmetall.com	MDAX	Maschinenbau
www.rhoen-klinikum-ag.com	MDAX	Gesundheit
www.rib-software.com/de	TecDAX	IT
www.riemser.com	General Standard	Pharma
www.rinol.de	General Standard	Baugewerbe
www.rtlgroup.com/en/rtlgroup.cfm	MDAX	Medien
www.rwe.de	DAX	Energieversorger
www.sachsenmilch.de	General Standard	Lebensmittel
www.safholland.com	SDAX	Logistik
www.de.verallia.com	General Standard	Verpackungen
www.sartorius.de	TecDAX	Biotechnologie
www.schaltbau-gmbh.com/de	SDAX	Elektronik
www.schloss-wachenheim.de	General Standard	Lebensmittel
www.schumag.de	General Standard	Maschinenbau
www.schweizer.ag	General Standard	Elektrotechnik
www.shw.de	SDAX	Automobilzulieferer
www.siemens.com/entry/de/de	DAX	Elektronik
www.simona.de/de	General Standard	Chemie
www.sixt.de	SDAX	Autovermietung

www.scgse.de	General Standard	Beteiligungsgesellschaft
www.softmatic-ag.de	General Standard	IT
www.splendidmedien.com/de	General Standard	Medien
www.strabag.de	General Standard	Baugewerbe
www.stratec.com/de	TecDAX	Biotechnologie
www.symrise.com/de	MDAX	Chemie
www.synaxon.de	General Standard	IT
www.tag-ag.com	MDAX	Immobilien
www.takkt.de	SDAX	Handel
www.talanx.com	MDAX	Versicherungen
www.telecontrol.de	General Standard	Elektrotechnik
www.telecolumbus.de	SDAX	Telekommunikation
www.tlg.de	SDAX	Immobilien
www.contentgroup.de	General Standard	Medien
www.vmr.de	General Standard	Beteiligungsgesellschaft
www.vivanco.de	General Standard	Telekommunikation
www.vossloh.com/de	SDAX	Elektrotechnik
www.vtg.de	SDAX	Logistik
www.webac-ag.com	General Standard	Maschinenbau
www.wildbunch-germany.de	General Standard	Medien
www.wirecard.de	TecDAX	IT
www.yf-e.com	General Standard	Medien
www.zeal-network.co.uk/websites/zeal/German/0/herzlich-willkommen.html	SDAX	Internet