

# Service-Champions 2017

WWW.SERVICE-CHAMPIONS.DE

SEIT 2012 ÜBERPRÜFEN DIE WELT UND DAS ANALYSE-UNTERNEHMEN SERVICEVALUE DIE QUALITÄT DEUTSCHER UNTERNEHMEN IN SACHEN KUNDENSERVICE. DAS ERGEBNIS IST DEUTSCHLANDS GRÖSSTES WISSENSCHAFTLICH FUNDIERTES SERVICE-RANKING

## ERFOLGSREZEPT

### Frankreichs Champion Décathlon

Auffallend viele einheimische Unternehmen liegen bei den Service-Champions auf Spitzenpositionen im jeweiligen Heimatland. In Frankreich ist Décathlon, zugleich einer der weltgrößten Sportartikelhändler, Sieger des Wettbewerbs. Eine Analyse seiner Unternehmens-Strategie erklärt den Erfolg.

1. Bei **Standorten und Ladenkonzept** setzt Décathlon auf Größe und eine ausgedehnte Ausstellungs- bzw. Verkaufsfläche. Der Besuch wird zum Erlebnis, der Kunde kann im Zelt Probe liegen oder Geräte ausprobieren. Décathlon-Läden liegen stets an der Peripherie der Städte, bieten ausreichend Parkplätze und Rangierfläche und tragen der Gewohnheit der französischen Verbraucher Rechnung, zum Einkaufen an den Stadtrand zu fahren.
2. Décathlons **Sortiment** ist breit gefächert. Das Unternehmen tritt als Vollsortimenter auf und will Zubehör für jede erdenkliche Sportart anbieten. Wie stark jedoch eine bestimmte Sportart repräsentiert ist, hängt von der regionalen Nachfrage ab. Dart und Rugby etwa sind in Großbritannien gefragt, Surfsport in Küstenregionen.
3. Artikel der zahlreichen **Eigenmarken** werden nach Unternehmensangaben häufig dort produziert, wo das beste Know-How zu finden ist: Artikel der hauseigenen Klettermarke etwa werden in den französischen Alpen gefertigt. Das erhöht die Glaubwürdigkeit und stärkt das Kundenvertrauen in die Marke.
4. Als **Arbeitgeber** wurde Décathlon in Frankreich im Ergebnis einer Mitarbeiterbefragung unlängst als „Great Place to Work“ ausgezeichnet. Zufriedene Mitarbeiter und der Umstand, dass nach Unternehmensangaben Forschung, Entwicklung und Design großteils in Frankreich stattfinden, sorgt für eine konstant positive Außenwirkung.

Den Erfolg einer Firma macht also nicht nur ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aus. Die Berücksichtigung des heimischen Marktes sowie Flexibilität in Hinsicht auf fremde Märkte sind ebenso wichtig wie glaubwürdiges Auftreten und nachhaltiges Investieren in die Mitarbeiter. Gerade international agieren-



## INTERNATIONALER VERGLEICH

# Andere Länder, anderer Service

Das die Europäer trotz ihrer engverflochtenen Geschichte, ihres gemeinsamen Wirtschaftsraums oder ihrer einheitlichen Währung stark von regional und kulturell unterschiedlichen Hintergründen geprägt sind, ist unbestritten. Nicht zuletzt die aktuellen politischen Entwicklungen machen das mehr als deutlich. Gerade unter Nachbarn gibt es Unterschiede in Mentalität und Gebaren, die wegen der relativen Nähe überraschen und nicht selten zu Missverständnissen führen können. Das zeigt sich auch in unterschiedlichen Unternehmenskulturen und -gepflogenheiten, was gleichermaßen Auswirkungen auf unternehmensinterne Abläufe wie auch auf die Kommunikation mit dem Kunden hat. Gerade international agieren-

de Unternehmen müssen ihre Strategien deshalb vor unterschiedlichen kulturellen Hintergründen analysieren und sie gegebenenfalls regional anpassen. Das trifft auf die Bildsprache in Print- und TV-Werbung ebenso zu wie auf Produktnamen oder Slogans. Wenn diese einheitlich in allen Zielländern verwendet werden sollen, dürfen sie in keiner benutzten Sprache negative Assoziationen wecken. Insbesondere die Namensfindung für Automodelle macht das offenbar nicht leichter. So findet man in einer langen Reihe von unglücklichen Modellnamen quasi als Paradebeispiel den Lamborghini Reventón, der seinerzeit trotz seines schnittigen Äußeren zumindest bei so manchem Spanier nicht für die erwünschte Bewunderung gesorgt haben dürfte

– im spanischen Sprachgebrauch ist ein „Reventón“ eine Reifenpanne. Neben solchen eher offensichtlichen Stolpersteinen sollten Unternehmen jedoch auch die Interaktion mit ihren Kunden, den Service, nicht vernachlässigen. In neun europäischen Ländern geht der Wettbewerb der Service-Champions der Frage nach, bei welchen Unternehmen und in welchen Branchen Kunden einen besonders guten Service erleben. Häufig sind dabei die ersten Plätze mit einheimischen Unternehmen belegt: Steigenberger Hotels in Deutschland, Wutcher Optik in Österreich, Buchhändler Orell Füssli in der Schweiz, die Baumarktkette B&Q in Großbritannien, der Sportartikelhersteller Décathlon in Frankreich, Scandic Hotels in Schweden sowie der Tierpark Apenheul

Europaweit erhalten einheimische Unternehmen von ihren heimischen Kunden offensichtlich oft einen Bonus

in den Niederlanden erreichen die jeweils höchste Auszeichnung in ihrem Heimatland. In einigen Fällen mag das auch mit einer hohen Filialdichte zusammenhängen; ganz lässt sich ein solcher Erfolg jedoch sicher nicht durch pure Präsenz erklären. Vielmehr dürfte ein passgenauer Zuschnitt auf die Erwartungen der Kundschaft des jeweiligen Landes eine entscheidende Rolle spielen. Weiterhin fällt beim Blick über Landesgrenzen hinaus auf, dass es nicht immer solche Branchen sind, in denen man einen exzellenten Service als zentrales Geschäftskonzept erwartet, die ihre Kunden zu begeistern vermögen. So steht zwar in Deutschland und Schweden jeweils ein Hotel auf Platz eins. In Österreich und der Schweiz jedoch läuft die Branche der Buch-

händler den Hotelketten den Rang ab, und auch in Spanien, Schweden, Frankreich und dem Vereinigten Königreich stehen auf den ersten Plätzen vor allem Buchhändler und Baumärkte. Branchen, die sich nicht primär über Dienstleistungen definieren, können also aus Kundensicht durchaus einen hervorragenden Service anbieten und sich damit letztendlich auch von ihrer Konkurrenz absetzen. Eine weitere Besonderheit fällt im italienischen Ranking auf. Dort hat es mit amazon.it ein Online-Shop ohne stationäre Niederlassungen an die Spitze geschafft. Service-Qualitäten wie Kompetenz, Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft, die in der unmittelbaren zwischenmenschlichen Kommunikation das Service-Erleben positiv beeinflussen können, fallen beim

digitalen Einkauf weg. Hier dürften eher Faktoren wie eine optimierte Customer Journey, Kulanz und im Zweifelsfall Erreichbarkeit ausschlaggebend für die hohe Zufriedenheit sein. Obwohl sich der Service eines Online-Shops also stark vom Service unterscheidet, der stationär angeboten werden kann, haben beide Geschäftsformen das Potenzial zu hervorragender Service-Leistung. Andere Länder, anderer Service – während ein für gut befundener Service im Zweifelsfall den Ausschlag bei einer Kaufentscheidung geben kann, fällt die Bewertung dessen, was einen hervorragenden Service ausmacht, je nach Land verschieden aus. Was sich allein daran zeigt, dass keines der in mehreren Ländern bewerteten Unternehmen überall eine absolute Spitzenplatzierung erreichen konnte. Auch die Reaktionen, die internationale Kunden auf einen als schlecht empfundenen Service zeigen, haben eine gewisse Bandbreite: So mag der eine das betreffende Unternehmen mit schlechten Bewertungen im Internet abstrafen. Ein anderer zieht vielleicht die Konsequenz, das Unternehmen in Zukunft zu meiden und bei einem anderen Anbieter zu kaufen. In den Niederlanden jedenfalls nimmt man schlechten Service offenbar auch mit Humor ab, und auch in Spanien, Schweden, Frankreich und dem Vereinigten Königreich stehen auf den ersten Plätzen vor allem Buchhändler und Baumärkte. Branchen, die sich nicht primär über Dienstleistungen definieren, können also aus Kundensicht durchaus einen hervorragenden Service anbieten und sich damit letztendlich auch von ihrer Konkurrenz absetzen. Eine weitere Besonderheit fällt im italienischen Ranking auf. Dort hat es mit amazon.it ein Online-Shop ohne stationäre Niederlassungen an die Spitze geschafft. Service-Qualitäten wie Kompetenz, Freundlichkeit und Hilfsbereitschaft, die in der unmittelbaren zwischenmenschlichen Kommunikation das Service-Erleben positiv beeinflussen können, fallen beim

leistung, des Handels oder der Industrie pflegen hier intensiven Austausch. Die Analyse im Servicemanagement und die Prüfung auf Mitgliedschaft im Club der Besten erfolgen allerdings bewusst branchenunabhängig. Die Teilnahme ist für alle interessierten Unternehmen möglich. Voraussetzung ist lediglich, dass der Kunde bereits „seine Zustimmung“ gegeben hat. Für die Anmeldung zur SPA ist also das Vorhandensein eines guten Kundenurteils notwendig. Konkret: ein SES von mindestens 57,4 Prozent. [www.servicevalue.de/club](http://www.servicevalue.de/club)

## DIE ELITE

# Willkommen im Club der Besten

Wer aus Kundensicht in Deutschlands größtem Service-Ranking einen überdurchschnittlichen Service Experience Score (SES, s. r.) erzielen konnte, hat zum einen die Möglichkeit, wenn auf einem Medaillen-Rang liegend (s. r.), dies mit dem Gütesiegel zum erlebten Kundenservice nach außen sichtbar zu zeigen. Zum anderen haben alle Unternehmen mit einem SES von 57,4 oder höher die Qualifikation zur Aufnahme in den Club der Besten geschafft. Für die Mitgliedschaft ist allerdings nachzuweisen, dass die Ser-

vice-Erfolge beim Kunden nicht zufällig, sondern systematisch erzielt werden, dass also hinter dem guten Kundenurteil ein gut funktionierendes Qualitätssicherungssystem steht. Interessierte Unternehmen können freiwillig ab sofort diese interne Qualitätsbewertung vornehmen lassen. ServiceValue führt dann eine Service-Potenzial-Analyse (SPA) durch, die im Erfolgsfall dem Unternehmen die Mitgliedschaft im „Club der Besten im geprüften Kundenservice“ bescheinigt. Diese Best-Practice-Beispiele werden im Rahmen der Service-

Champions auf einem Platin-Rang geführt und können diese Auszeichnung mit dem entsprechenden Platin-Siegel ein Jahr lang sichtbar nach innen und außen zeigen. Thematisch beschäftigt sich die SPA, die in Form einer Auditierung durchgeführt wird, mit wichtigen Kriterien der Serviceorientierung, von der Idee in der Geschäftsleitung über die Umsetzung im Unternehmen bis hin zur Gestaltung im Kundenkontakt. Die Analyse deckt also die strukturierte Evaluierung der Servicekompetenz auf und unterstützt zugleich eine konsequente Servicekontrolle.

Die Auswertung beinhaltet eine Service-Analyse (aktueller Reifegrad) sowie eine Potenzial-Analyse (zukünftiger Wirkungsgrad). Jedem Teilnehmer wird eine Service-Scorecard als kennzahlenbasierte Zusammenfassung mit Benchmarks und bei erfolgreichem Abschneiden ein Zertifikat ausgestellt. Die Ergebnisse und Potenziale können auf Wunsch darüber hinaus in einem persönlichen Analysegespräch oder auch im Rahmen eines Workshops im Haus des Teilnehmers vorgestellt und erörtert werden. Ziel dabei ist, das Qualitätsniveau nachhaltig zu si-



Das Gütesiegel für Unternehmen, die durch eingehende Zusatzprüfung die Mitgliedschaft im Club der Besten erworben haben

chern oder sogar zu steigern. Das Analyseverfahren wurde von der Goethe-Universität Frankfurt wissenschaftlich bewertet. Der Sozialpsychologe Rolf van Dick: „Der Service-Potenzial-Analyse (SPA) liegt das theoretische Modell der ‚7P‘ des Dienstleistungsmarketings zugrunde. In mehreren Service-Dimensionen wird das Konstrukt der Kundenorientierung differenziert, strukturiert und umfassend praxisorientiert messbar und steuerbar gemacht. Die SPA ist auch ein standardisiertes und objektives Verfahren, das den internen Entwicklungsstand eines Unternehmens in

der Kundenorientierung gut diagnostiziert und belastbare Erkenntnisse liefert.“ Alle Mitglieder im „Club der Besten“ treffen sich bei einem Gala-Abend im März 2018. In feierlichem Rahmen werden die Teilnehmer und ihre Leistungen im Kundenservice vorgestellt und geehrt. Anschließend bietet sich Gelegenheit zum konkreten Dialog, bei dem interessante Einblicke in die erfolgreichen Servicekonzepte eigener oder anderer Branchen geboten und gewonnen werden können. Vertreter unterschiedlichster Unternehmen aus Branchen der Finanzdienst-

# Service-Champions 2017

WWW.SERVICE-CHAMPIONS.DE

## SERVICEVALUE-GESCHÄFTSFÜHRER DR. CLAUD DETHLOFF IM INTERVIEW

# Die Deutschen sind vielleicht anspruchsvoller

**Bei den Baumärkten ist Deutschland im europäischen Vergleich in puncto Service Schlusslicht. Wie kommt das?**

**Dr. Claus Dethloff:** Ja, der Abstand im Vergleich zu anderen untersuchten europäischen Ländern lässt sich kaum wegdiskutieren. Zu berücksichtigen ist, dass die Branche in Deutschland einem harten Wettbewerb unterliegt. Doch auch im Preiskampf lässt sich erlebter Service platzieren. Hinzu kommt, dass etwa die Hälfte aller Service-Erlebnisse im direkten Kontakt zwischen Kunde und Mitarbeiter auszumachen ist. Und ohne das Thema zu sehr zu strapazieren, sind die Personalausstattung wie auch die Beratungsqualität in Bezug auf die besondere Zielgruppe bei uns sicher optimierbarer.

**Liegt Deutschland auch in anderen Branchen hinten?**

**Dr. Claus Dethloff:** Dort, wo wir Branchen über viele Länder miteinander vergleichen können, liegt Deutschland in der Tat zumeist auch hinten. Auffällig ist dies etwa auch bei Tankstellen oder Reiseveranstaltern, also in Wirtschaftszweigen oder Branchen, in denen wir eigentlich ‚Weltmeister‘, zumindest aber vom Angebot her ‚gut ausgestattet‘ sind. Da liegt die Vermutung nahe, dass die Kunden anspruchsvoller sind und schlichtweg höhere Erwartungen haben als Kunden in anderen Ländern. Aber auch über alle untersuchten Unternehmen und Branchen eines Landes hinweg liegt der Gesamtmittelwert des SES bei uns deutlich niedriger.

**Also ist Deutschland doch Europas Service-Wüste?**

**Dr. Claus Dethloff:** Nein, das würde ich so nicht behaupten. Die Wüste wird nämlich relativ schnell zur Oase, wenn ausländische Kunden und Gäste den Service in Deutschland bewerten bzw. ihre Erfahrungen mitteilen. Insofern ist das Ergebnis für jedes einzelne Land sowohl absolut als auch relativ in Abhängigkeit zur Passgenauigkeit zwischen Unternehmen und Kunde zu betrachten.

**Was heißt das konkret?**

**Dr. Claus Dethloff:** Konkret ist, und zwar auch innerhalb eines jeden Landes, zu hinterfragen, wie reichhaltig und

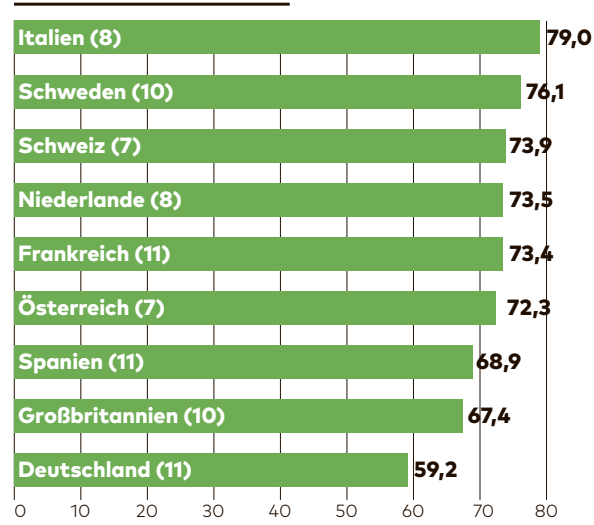
differenziert die angebotenen Leistungen sind, welche objektiv feststellbaren Qualitäts- und Performanceunterschiede bei den Unternehmen vorliegen, wie hoch Anspruch und Erwartung beim Kunden sind und wie ausgeprägt sein Referenzrahmen ist. Ein Franchise-Unternehmen erreicht trotz identischer Konzepte nicht immer den gleichen Wert, weil an verschiedenen Standorten Partner, Mitarbeiter und Kunden sowie ihr Zusammenspiel jeweils anders ausfallen können. Und ab-

konnte die Losung für das Service-Vorbild lauten.

**Dann ist die Servicespirale aber nur noch durch Neues zu steigern?**

**Dr. Claus Dethloff:** Das ist eine kluge Frage. Gerade eine vermeintliche Sättigung oder erfüllte Erwartung wird ja oftmals als Argument herangezogen, um Neues, eben auch Innovationen im Service, zu begründen. Dennoch gibt es nicht wenige Menschen, die sich von schnelllebigem Innovationszyklen abgehängt

## SES-Vergleich: Deutsche Baumärkte Schluslicht in Europa



Das Diagramm zeigt den Service Experience Score (SES, s. u.) von Baumärkten in neun europäischen Ländern. Die Ziffer in Klammern gibt die Anzahl der untersuchten Ladenketten an

solute Werte sind auch relativ. Wo der Rheinländer schon frohlockt, meint der Schwabe, nicht zu schimpfen, sei schon Lob genug.

**Also gilt im Service, dass gleich und gleich sich gern gesellt, oder eher, dass Gegensätze sich anziehen?**

**Dr. Claus Dethloff:** Werfen wir einen Blick über Europa hinaus. Kanada ist in vielerlei Hinsicht ein guter Benchmark für Deutschland, weil es nach sogenannten Kulturdimensionen eine gewisse Übereinstimmung beider Länder gibt und Deutsche gleichzeitig den Service dort höher bewerten. Andererseits ist Thailand ebenfalls ein guter Benchmark, weil die Servicewahrnehmung von Deutschen dort ebenfalls höher ausfällt, obwohl es bezüglich der Kulturdimensionen wenig bis gar keine Übereinstimmung gibt. Also nicht Entweder-oder, sondern Sowohl-als-auch. Kanada im Allgemeinen und Thailand im Besonderen, so

oder von überbordender Vielfalt der Optionen überfordert fühlen. Service im Sinne von Wohntheit, Komplexitätsreduktion, Wertschätzung etc. sollte also nicht auf der Strecke bleiben.

**Wird Service so nicht zu kompliziert, um optimal angeboten und erlebbar zu werden?**

**Dr. Claus Dethloff:** Ganz und gar nicht. Es ist nicht der Wald, sondern der einzelne Baum, der sich besser einprägt. Aber je artenreicher der Bestand, desto größer die Wahrscheinlichkeit, dass für jeden etwas dabei ist.

**Sind die Branchengewinner unter den Service-Champions gute Förster?**

**Dr. Claus Dethloff:** Um in diesem Bild zu bleiben, pflegen sie einen guten Bestand und führen die Spaziergänger auf die für sie jeweils richtigen Pfade. Und wenn sich jemand verläuft, fangen sie ihn auch wieder ein.

# Das sind die Branchensieger 2017

Branche	Branchengewinner	SES Branchengewinner
Angel-Shops	angel-domaene.de	52,1%
Apotheken-Kooperationen	LINDA Apotheke	79,2%
Arztbewertungsportale	jameda.de	62,9%
Audiohersteller	Sennheiser	71,1%
Augenlaser-Kliniken	EuroEyes	67,8%
Auto-Banken	Volkswagen Bank	65,3%
Autobörsen	mobile.de	63,3%
Autoglasreparatur	Carglass	73,5%
Autohändler	Jacobs Gruppe	62,2%
Autohersteller	Opel	65,5%
Autoservice	A.T.U.	69,8%
Autoteileshops	atp-autoteile.de	61,1%
Autovermietungen	Sixt	68,0%
Autoschanlagen	Mr. Wash	71,0%
Baby- und Kleinkindausstatter - online	babymarkt.de	63,5%
Baby- und Kleinkindausstatter - stationär	babywalz	65,0%
Babygitter-Portale	babymarkt.de	59,2%
Bäckereiketten	Junge Die Bäckerei	68,4%
Bäckereiketten - SB	BackWerk	58,5%
Badausstatter	ELEMENTS	65,3%
Baufinanzierer - Banken	DKB - Deutsche Kreditbank	67,9%
Baufinanzierer - Vermittler	Dr. Klein	64,9%
Baumärkte	Wüstenrot Bausparkasse	69,0%
Bausparkassen	Wüstenrot Bausparkasse	69,0%
Beauty-Shops	Beauty	63,5%
Bilderrahmen-Shops	allesrahmen.de	60,1%
Bodenbelag-Spezialisten	fliesenmax.de	49,9%
Bodensysteme	Payback	61,3%
Buchhändler - online	buch.de	55,9%
Buchhändler - stationär	Thalia	59,4%
Bundesligacups	Borussia Dortmund	61,0%
Burger-Restaurants	Häns im Glück	67,5%
Carsharing-Anbieter	book-n-drive	62,0%
Cash & Carry	Selgro	63,0%
Cluburlaub	ROBINSON Club	64,0%
Coffee-Shops	Starbucks	67,5%
Computer-Fachmärkte	K&M Computer	64,8%
Consumer Electronics - online	redcoon.de	63,7%
Contract-Caterer	apello catering	66,3%
Curated Shopping Anbieter	modtomato.de	60,1%
Dachziegelhersteller	Bras	63,1%
Depot-Banken	Lynx Broker	54,5%
Direktbanken	Bank of Scotland	71,9%
Direktversicherer	CosmosDirekt	68,2%
Drogerien	dm-drogerie markt	68,1%
Druckereien	diedruckerei.de	60,7%
Druckerhersteller	HP	65,9%
Einkaufszentren	LEIPZ Mall of Berlin (Leipziger Platz Quartier)	63,9%
Eisdielen	Häagen Dazs	61,3%
Elektro-Fachmärkte	Media Markt	70,7%
Elektronikhersteller	Samsung	69,9%
Elektronikversandhändler	conrad.de	67,6%
E-Mail-Anbieter	GMX	48,3%
Entsorgungsdienstleister	Neos Umweltservice	59,2%
Erlebnisgeschenke-Anbieter	mydays	60,5%
Essens-Bestell-Plattformen	pizza.de	60,3%
E-Zigarettenshops	besserdampfen.de	59,6%
Fachgeschäfte für Hemden/Blusen	Seidensticker	71,7%
Fachmärkte für Wand/Boden	Hammer	63,3%
Factory-Outlet-Center	Wertheim Village	59,2%
Fahrrad-Shops - online	fahrrad.de	65,7%
Fahrrad-Shops - stationär	Zweird Stadler	67,0%
Fashion: Damen & Herrenmode - online	eddiebauer.de	60,6%
Fashion: Damen & Herrenmode - stationär	BRAX	69,6%
Fashion: Damenmode - Große Größen	ullaopopen.de	63,7%
Fashion: Damenmode - online	madeleine.de	62,0%
Fashion: Damenmode - stationär	Street One	64,0%
Fashion: Dessous-Shops - online	nicetomeetyou.de	57,9%
Fashion: Discouter	Giuseppe fashion	63,8%
Fashion: Familienmode - online	zalando.de	66,3%
Fashion: Familienmode - stationär	C&A	64,3%
Fashion: Herrenmode - online	babista.de	56,0%
Fashion: Herrenmode - stationär	Camp David	66,0%
Fashion: Jeans Stores	Jeans Fritz	61,9%
Fashion: Modelhäuser	Breuninger	63,4%
Fashion: Wäsche und Strümpfe - stationär	SCHIESSER	70,6%
Fast Casual Restaurants	NORDSEE	64,5%
Fast Food Restaurants	NORDSEE	58,9%
Fenster- und Türenversand	fensterversand.com	61,9%
Fensterhersteller	Schüco	68,6%
Ferienparks	Center Parcs	64,4%
Fernbusreiseanbieter	FlixBus	62,3%
Fertigaragenanbieter	JUWEL Fertigaragen	58,5%
Fertigaragenanbieter	WeberHaus	64,2%
Fertigkelleranbieter	Bürkle Kellerbau	64,3%
Filialbanken - bundesweit	Santander Bank	66,9%
Filialbanken - regional	Berliner Sparkasse	66,9%
Finanzvertriebe	Swiss Life Select	63,4%
Fitnessgeräte-Händler	Hammer Sport	63,4%
Fitnessgeräte-Hersteller	Kettler	63,0%
Fitness-Studios	Fitness First	65,5%
Fluggesellschaften	Lufthansa	72,5%
Flughäfen (groß)	Flughafen München	65,5%
Flughäfen (klein)	Flughäfen Hannover	64,5%
Flusskreuzfahrten	Iwajsta	63,3%
Fondsgesellschaften	DEKA Investment	63,0%
Fotogeschenke-Shops	printplanet.de	52,1%
Foto-Studios	StudioLine Photography	60,2%
Freizeitgastronomie	Cafe extrablatt	64,6%
Freizeitparks	Europa-Park	69,7%
Friseur-Ketten	essentielle	59,1%
Full-Service-Gastronomie	BLOCK HOUSE	66,3%
Garten- und Motorgerätehersteller	GARDENA	68,3%
Gartencenter	Dehner Gartencenter	66,5%
Gasversorger - bundesweit	E.ON	63,4%
Gasversorger - regional	MITGAS (enviaM)	61,0%
Genusskonditoreien	Vom Fass	64,9%
Güterkettensysteme	Bosch	62,2%
Gutscheinebuch-Anbieter	gutscheinebuch.de	58,1%
Gutscheineportale	sparheld.de	61,9%
Hauptpflichtversicherer	Allianz	67,7%
Handelsgastronomie	Panorama Restaurants (Segmüller)	64,1%
Handwerkerportale	myhammer.de	53,7%
Handyreparaturdienste (unabh.)	phonedcare.com	59,2%
Handyreparaturen	Onlineversicherung.de	59,5%
Hausgeräteservice	Bosch	71,5%
Haushalts- und Geschenkkläden	WMF	71,9%
Haushaltskleingerätehersteller	Braun	75,0%
Haustechnik	Buderus	65,6%
Heimilberbedarf - online	zooplus.de	63,8%
Heimilberbedarf - stationär	Das Futterhaus	66,3%
Hörbuch-Anbieter	audible.de	64,2%
Hörgeräteakustiker	KNOX Hörgeräte	64,9%
Hoteltuchungsportale	booking.com	70,0%
Hotel-Preisvergleichsportale	trivago.de	66,1%
Hotels - Budget	Ibis	65,8%
Hotels - Mittelklasse	Holiday Inn	71,3%
Hotels - Premium	Steigenberger Hotel	79,8%
Immobilienmakler - regional	Aigner Immobilien	61,6%
Immobilienmakler - überregional	Postbank Immobilien	67,1%
Internet-Provider	NetCologne	54,3%
Internet-Provider	I&I DSL	64,6%
Kabelnetzbetreiber	Vodafone	60,6%
Kaffeefullautomatenhersteller	Melitta	71,5%
Kamerahersteller	Nikon	68,6%
Kaufhaus/Warenhaus	Galeria Kaufhof	64,5%
Kfz-Prüfstellen	Dekra	60,1%
Kfz-Versicherer	HUK-Coburg	70,7%
Kfz-Werkstattportale	autobuter.de	60,1%
Kinoketten	UCI Kinowelt	63,3%
Kliniken	Sana-Kliniken	61,9%
Kochboxen Versender	helfofresh.de	61,2%
Kontaktlinsenversandhändler	321linsen.de	58,1%
Kostümshops	party-discount.de	62,9%
Krankenkassen - regional	ADK NordWest	67,0%
Krankenkassen - überregional	Die Techniker	73,4%
Krankensussversicherer	Barmenia	68,0%
Kreditkartengesellschaften	Visa	61,0%
Kreuzfahrtsanbieter	AIDA Cruises	75,4%
Kreuzfahrtsportale	e-hoi.de	58,0%
Küchenmärkte	Küche & Co.	69,7%
Lebensmittel-Discounter	Aldi Süd	59,7%
Lebensmittel-Einzelhändler	REWE	67,3%
Lebensmittel-Heimservice	lebensmittel-heimservice.de	63,9%
Lebensmittelversender	shop.rewe.de	61,7%
Lebensversicherer	Allianz	71,0%
Massivhausanbieter	Heinz von Heiden	65,4%
Matratzenshops	Matratzen Concord	62,7%
Messen	Leipziger Messe	62,6%
Metzgereien	vinzenzmuur	60,5%
Mietwagen-Vergleichs-Portale	billiger-mietwagen.de	62,0%
Mittfahrzentralen	blablacar.de	61,6%

Branche	Branchengewinner	SES Branchengewinner
Möbel nach Maß	deinschrank.de	51,0%
Möbelhändler	Höfner	69,1%
Möbelhändler - Discount	POCO Einrichtungsmärkte	57,9%
Möbelhersteller	Musterring	71,8%
Mobilfunk-Discounter	ALDI TALK	64,5%
Mobilfunkshops	Telekom Mobilfunkshops	60,2%
Modeschmuckgeschäfte	Bijou Brigitte	61,2%
Motorrad-Shops	Polo	65,8%
Musik- und Instrumentenfachhandel	neuesbad.de	63,0%
Nachhilfeanbieter	Studenkreis	61,3%
Natur- und Biomärkte	denis Biomarkt	63,9%
Neuwagenportale	neuwagen24.de	59,0%
Ökogasanbieter	Lichtblick	62,3%
Ökostromanbieter	lekker Energie	63,6%
Online-Ankaufdienste	momax.de	61,2%
Online-Badshops	neuesbad.de	58,9%
Online-Baumärkte	onlineshop-baumarkt.de	60,6%
Online-Bezahlssysteme	Paypal	65,9%
Online-Blumenabo-Anbieter	bloomon.de	57,7%
Online-Blumenbox-Anbieter	fleursdeparis.de	57,9%
Online-Blumenversender	blume2000.de	67,0%
Online-Diätprogramme/Ernährungscoaching	weightwatchers.de	61,5%
Online-Fachhändler	just4life.de	57,0%
Online-Fitness-Studio	meine-hochzeit.deko.de	59,4%
Online-Fitnessversender	kaffeeshop24.de	56,0%
Online-Kaufmarktplätze	auxmon.com	59,8%
Online-Küchenhandel	Küchen Quelle	64,4%
Online-Lampenshops	lampenwelt.de	63,8%
Online-Lernplattformen	sofatutor.com	54,2%
Online-Lotto-Anbieter	Tip24.com	62,9%
Online-Marktplatz für Handgemachtes	dawanda.com	62,9%
Online-Möbelshops	home24.de	62,3%
Online-Musik-Shops	Google play	62,8%
Online-Optiker	misterspex.de	62,7%
Online-Pflanzenversender	poetschke.de	61,6%
Onlineportale für Ferienwohnungen	fewo-direkt.de	64,9%
Online-Putzdienste	bookings.com	56,4%
Online-Rechtshilfe	yourxpert.de	59,2%
Online-Reifenhandel	reifen.com	63,5%
Online-Reisebüros für Familienurlaub	clubfamily.de	59,7%
Online-Schmuckgeschäfte	thomassabo.com	62,3%
Online-Shops (Generalisten)	amazon.de	68,2%
Online-Shops für Bastel-/Kreativbedarf	idee-shop.com	57,0%
Online-Shops für Bekleidungsbedarf	burgis-querland.de	63,1%
Online-Shops für Computer-/Zubehör	dell.de	63,5%
Online-Shops für Delikatessen/Feinkost	foodit.de	60,4%
Online-Shops für Designmöbel	connox.de	59,0%
Online-Shops für Druckereizubehör	drucker-guestinger.de	60,3%
Online-Shops für Edelmetalle	proaurum.de	59,1%
Online-Shops für Fensterschutz	rollemeister.de	60,2%
Online-Shops für Fußball	illiamsports.de	58,5%
Online-Shops für Gartenbedarf	garten24.de	60,1%
Online-Shops für Geschenkideen	geschenkeidee.de	61,6%
Online-Shops für Golf	golfinfo.com	58,3%
Online-Shops für Grillarten	myprintcard.de	57,4%
Online-Shops für Haar Kosmetik	basler-beauty.de	64,0%
Online-Shops für Handy-/Zubehör	handyzubehoer.de	54,3%
Online-Shops für Kamera-/zubehör	illiamsports.de	58,4%
Online-Shops für Koffer-/Reisegepäck	fotokoch.de	55,4%
Online-Shops für Koffer-/Reisegepäck	samsonte.de	64,4%
Online-Shops für Kunstwerke	kunstkopie.de	59,6%
Online-Shops für Massivholzmöbel	allnatura.de	65,8%
Online-Shops für Modellbau	smdv.de	52,9%
Online-Shops für Müll	mymueeli.com	63,7%
Online-Shops für Personalisierte Kleidung und Accessoires	spreadshirt.de	59,2%
Online-Shops für Reitsport	kraemer.de	62,2%
Online-Shops für Spielwaren	playmobil.de/online-shop/	69,0%
Online-Shops für Sportuhr	bodylab24.de	53,6%
Online-Shops für Stoffe & Wolle	jungmanswolle.de	59,4%
Online-Shops für Streifenwaren	60.4%	60,4%
Online-Shops für Taschen/Rucksäcke	taschengaradis.de	59,7%
Online-Shops für Tennis	centercourt.de	55,3%
Online-Shops für Wandtattoos	klebefieber.de	63,2%
Online-Shops für Wassersport	compass24.de	59,4%
Online-Shops von Sportartikelherstellern	adidas.de	70,6%
Online-Sportversand	vaola.de	57,4%
Online-Sprachkurse	babbel.com	59,6%
Online-Textilreinigung	geschickl-gerneigt.de	59,2%
Online-Yoga	perfectyoga.de	39,3%
ÖPNV-Betriebe	Leipziger Verkehrsbetriebe (LVB)	64,5%
Optikerketten	Apollo Optik	70,9%
Outdoorshops - online	outdoorshop.de	63,2%
Outdoorshops - stationär	Jack Wolfskin	70,3%
Paketdienste	Hermes	68,8%
Papier- und Schreibwarenläden - online	schaefler-shop.de	61,3%
Papier- und Schreibwarenläden - stationär	McPaper	60,6%
Parfümerien - online	parfumdreams.de	63,3%
Parfümerien - stationär	Douglas	63,9%
Partnervermittlungen	parship.de	53,4%
Personalvermittlungen	Adecco	63,0%
Pizza-Lieferservice	Hallo Pizza	64,1%
Potlauerhilfsspezialisten	MultiPolster	50,9%
Pool-Fachhändler	Pool-Systems	61,2%
Premium-TV-Anbieter	Sky	67,4%
Privatbanken	Melzer	67,7%
Private Krankensversicherer	Allianz	69,3%
Rabattportale	groupon.de	56,1%
Rechtsschutzversicherer	ADVOCARD	68,9%
Reisebüros - online	opodo.de	69,4%
Reisebüros - stationär	altour Reisecenter	70,8%
Reise-Deal-Anbieter	travelzoo.com	52,3%
Reiseveranstalter	TUI	74,0%
Reiseversicherer	ADAC Reiserücktritts-Versicherung	66,3%
Sanierungsdienste	PolygonVatros	61,9%
Sanitätstechnik	Grohe	70,3%
Sanitätshäuser	Sanitätshaus Wittlich	60,9%
Saunahersteller	KLAFS	60,6%
Schaltersystemhersteller	Bosch-Jäger	66,3%
Schiensystempersonalverkehr	Deutsche Bahn	57,9%
Schiensystempersonalverkehr	metronom	61,7%
Schmuckgeschäfte	Christ	67,4%
Schuhhändler - online	mirapodo.de	64,8%
Schuhhändler - stationär (div. Markenlinien)	Görtz	67,9%
Self-Storage-Anbieter	Tamaris	68,8%
Self-Storage-Anbieter	Shurgard	58,9%
Shopping-Clubs	brands4friends.de	60,9%
Single-Börsen	lovescout24.de	56,9%
Singlereisen-Anbieter	adamae-singlereisen.de	55,1%
Skihalpen	JEVER FUN SKIHALLE Neuss	55,4%
Social Networks	instagram.com	56,3%
Sonnenstudios	AYK	68,6%
Spielwarenfachgeschäfte	my Toys	54,3%
Spirituoson Online-Shops	drinkology.de	55,3%
Sport- und Freizeitgeschäfte	Decathlon	63,3%
Sprachschulen	Berlitz	62,4%
Staubsaugerhersteller	Vorwerk	66,6%
Stromversorger - bundesweit	epriom	68,6%
Stromversorger - regional	enviaM	65,6%
Tankstellen</		