

## Markenranking

# Auf der Startbahn

Im Marketing geht nichts über eine private Kaufempfehlung. Eine Studie zeigt, welche Marken hier am meisten zulegen.

Jan Wittenbrink Köln



**N**eukunden zu gewinnen ist im Prinzip ganz einfach: Man muss ins Gerede kommen, positiv natürlich. „Nichts geht über Empfehlungsmarketing“, sagt Felix Leiendecker, Team-Manager Data Products beim Meinungsforschungsinstitut Yougov. „Da können Sie Millionen in Kampagnen stecken und die ganze Stadt plakatieren – keine Werbung ist so gut wie eine Empfehlung vom besten Kumpel oder von der Familie.“

Doch wer beherrscht diese Disziplin besonders gut? Yougov hat für das Handelsblatt Konsumenten online befragt, ob sie eine Marke weiterempfehlen würden. Entstanden ist ein Ranking, das jene Marken kürt, die ihr Weiterempfehlungspotenzial binnen eines Jahres am meisten steigern konnten. 1 369 Marken standen zur Debatte, sie konnten jeweils zwischen minus und plus 100 Punkte erreichen. Die von Mitte 2018 bis Mitte 2019 erhobenen Werte wurden mit dem Vorjahreszeitraum verglichen. So ergab sich eine Liste der Top-Aufsteiger, was das Empfehlungspotenzial angeht – ein Gradmesser also für die Imageverbesserung.

Am stärksten zugelegt hat die Flugsuchmaschine Swoodo. Das 2004 gegründete Portal gehört seit 2010 zum US-Reisekonzern Kayak. Swoodo verbesserte sich um 14 auf gut 76 Punkte. PR-Managerin Line Schjelde

macht den Sprung nicht an einem singulären Ereignis fest. „Wir versuchen, den Suchprozess durch Innovationen ständig zu verbessern“, sagt sie. Swoodo will sich profilieren mit Schnäppchen-Suchfunktion oder Tagesangeboten – und seit 2019 auch mit der Kennzeichnung von Anbietern mit besonders gutem Service.

Vergleichsportale haben viel Boden gutgemacht. Auch der zweitbeste Aufsteiger Momondo gehört zu Kayak und hat ein ähnliches Profil wie Swoodo. Platz drei belegt Marktgu.ru, eine Suchmaschine für Angebote im stationären Einzelhandel. Das Münchener Unternehmen lege großen Wert auf Weiterempfehlungen, sagt Miriam Ritter, Head of Client Success. „Wir achten penibel auf das Feedback der User.“ Vorschläge würden rasch umgesetzt, indem man oft neue Funktionen teilweise freischalte und auf Akzeptanz prüfe, sagt Ritter. Um Nutzer anzuwerben, setze man kleine Euro-Beträge als Prämien ein. Die Statistik zeigt laut Ritter: Geworbene Nutzer sind aktiver und bleiben dem Portal länger treu.

Dass gerade Preisvergleichsportale sich verbessern konnten, wundert Leiendecker nicht. „Es scheint, als würden sie eine immer breitere Akzeptanz finden“, sagt er. Man bekomme Hilfe beim Sparen, und das ohne monetäre Gegenleistung – so etwas treffe den Nerv einer „Geiz ist geil“-Gesellschaft.

Leiendecker hält Mundpropaganda noch immer für die wichtigste Form

der Weiterempfehlung – trotz des Booms der sozialen Netzwerke. „Natürlich empfehlen nur zufriedene Kunden weiter.“ Damit rücken Qualität und Preis-Leistungs-Verhältnis ins Zentrum. Den steigenden Wert des Faktors „Kundenempfehlung“ beobachtet er auch in der Versicherungsbranche. Mitunter mache man dort auch Bonuszahlungen von dieser Leistungskennzahl direkt abhängig.

Der Mobilfunkanbieter O2 schaffte

in seinem Segment einen Satz nach vorn. Mit dem Sprint von 33 auf 42 Punkte liegt O2, eine Marke von Telefónica Deutschland, unter den zehn besten Aufsteigern. Privatkundenvorstand Wolfgang Metzke macht ein Umdenken dafür verantwortlich: „Unser Produkt ist heute nicht mehr der Tarif, sondern das Gesamterlebnis“, sagt er. Der Kundennutzen stehe im Zentrum – man gehe von der Nachfrage aus, nicht mehr vom Angebot, so Metzke. Auch die Surfqualität habe sich verbessert: 2018 wurden nach Firmenangaben 6 000 Stationen mit schnellem LTE-Standard eingerichtet. Gleichwohl bleibt nach absoluten Werten für O2 viel Luft nach ganz oben – man hätte mehr als tausend Plätze bis zur Spitze aufzuholen.

Betrachtet man die absoluten Punktwerte, liegt ein Familienunternehmen aus Hessen vorn: Engelbert Strauss. Der Spezialist für Arbeitskleidung erreicht 87 Punkte. Das Erfolgsrezept? Man sei „nah am Anwender“, sagt Sprecher Gabriel Jäckel. „Wir kommunizieren auf Augenhöhe.“ Wenn man die Kunden wertschätze und sie das spüren lasse, kämen Empfehlungen von ganz allein. Das Motto sei: Einkaufen bei Freunden.

## Lokale Marken punkten

Es fällt auf, dass sich unter den am meisten weiterempfohlenen Marken viele eher kleinere Unternehmen befinden. „Solche Firmen haben oft einen größeren Fokus auf direkten Kundenservice“, sagt Experte Leiendecker. Ein lokaler Bezug könne die Identifikation mit der Marke stärken.

Unter den als empfehlenswert empfundenen Marken befinden sich auch auffällig viele Getränkemarken. Das Tannenzäpfle-Pils der Brauerei Rothaus landet auf Platz zwei. Das Provinzbier aus dem Schwarzwald ist mittlerweile auch in Großstädten angesagt. Bemerkenswert ist auch, dass es viele Marken mit hohem ökologischen Anspruch auf die vorderen Plätze geschafft haben, wie etwa der Waschmittelhersteller Ecover und die

Molkerei Andechser Natur.

Wenig Chancen auf Fürsprecher haben Mobilitätsdienstleister und Paketbeförderer. Unternehmen aus diesen beiden Branchen tun sich schwer, auf gute Empfehlungswerte zu kommen. Billigflieger Ryanair ist weit unten, ebenso die Deutsche Bahn mit ihren Töchtern DB Regio und DB Fernverkehr. Ryanair verlor auch im Vergleich zum Vorjahreszeitraum noch einmal über 15 Punkte - Negativrekord im Ranking. Die jüngsten Probleme der Airline mit häufigen Streiks haben offenbar die Kundenzufriedenheit spürbar belastet.

In der Paketbranche befinden sich Hermes, Postcon, DPD und GLS alle unter den letzten zehn Marken im Ranking. Es schneiden mithin zwei Branchen schlecht ab, die systembedingt besonders anfällig für Kundenärgernisse sind. Viele Kunden machen Erfahrungen mit verspäteten oder ausgefallenen Zügen und Flugzeugen oder mit falsch zugestellten Sendungen. Fast klingt es ironisch: Die Flugvermittler rangieren weit oben, die Leistungserbringer weit unten.

”

**Keine  
Werbung ist  
so gut  
wie eine  
Empfehlung  
vom besten  
Kumpel.**

**Felix Leiendecker**  
Yougov

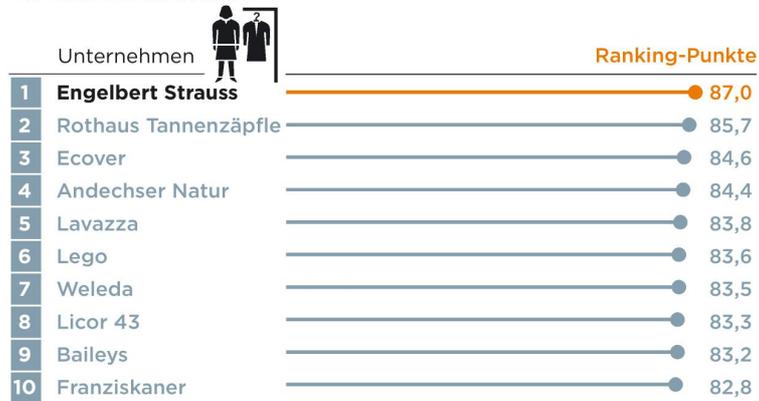
**Reiseauftakt:**  
Das Flugportal  
Swoodoo macht  
im Ranking einen  
Satz nach vorn.

## Gewinner 2019

Die zehn stärksten Aufsteiger

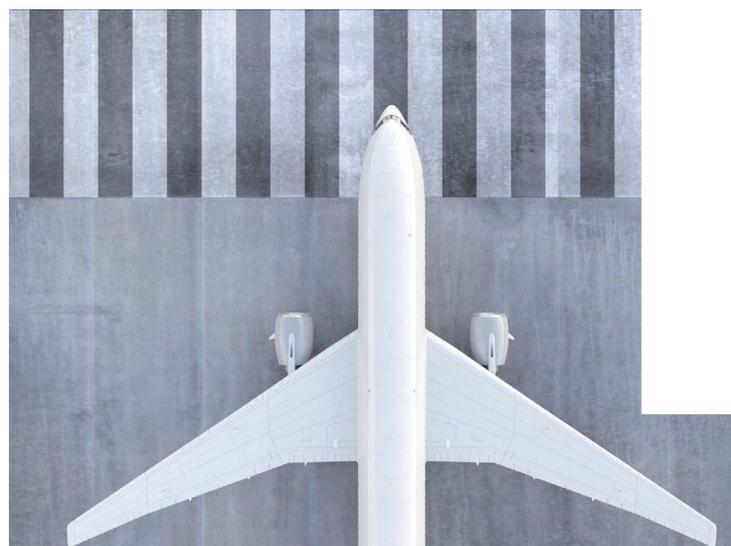


## Die zehn besten Marken



HANDELSBLATT

\*Scorepunkte • Quelle: Yougov



## Aufsteigermarken 2019 in Deutschland

Die Top 5 nach Kategorien\*

### Alkoholfreie Getränke

- 1 Red Bull
  - 2 Innocent
  - 3 Adelholzener
  - 4 Apollinaris
  - 5 Bitburger 0,0 %
- 

### Biere

- 1 Holsten
  - 2 Franziskaner
  - 3 Ur-Krostitzer
  - 4 Hasseröder
  - 5 Carlsberg
- 

### Automobil

- 1 Hyundai
  - 2 Dacia
  - 3 Seat
  - 4 Volvo
  - 5 Nissan
- 

### Unterhaltungselektronik

- 1 Nintendo
  - 2 Nokia
  - 3 LG
  - 4 Yamaha
  - 5 Apple
- 

### Klein- und Großelektro

- 1 Jura
  - 2 Dirt Devil
  - 3 Dyson
  - 4 Bomann
  - 5 Saeco
- 

### Einzelhandel

- 1 Ali-Express
  - 2 Parfümerie Pieper
  - 3 Flaconi
  - 4 Douglas
  - 5 Tchibo
- 

### Bauen & Einrichten

- 1 Roller
  - 2 Möbel Boss
  - 3 Butlers
  - 4 Dänisches Bettenlager
  - 5 Obi
- 

### Energie & Wärme

- 1 Junkers
  - 2 Eon
  - 3 E wie einfach
  - 4 EnBW
  - 5 Envia M
- 

### Banken

- 1 Santander
  - 2 Volkswagen Bank
  - 3 Hypo-Vereinsbank
  - 4 Sparkasse
  - 5 Postbank
- 

### Gastronomie

- 1 Pizza Hut
  - 2 L'Osteria
  - 3 Starbucks
  - 4 Dunkin' Donuts
  - 5 Subway
- 

### Glücksspiel

- 1 Glücksspirale
  - 2 Lotto.de
  - 3 Lotto24
  - 4 Eurojackpot
  - 5 Faber
- 

### Hotels

- 1 Maritim
  - 2 B&B Hotels
  - 3 Intercity Hotels
  - 4 Steigenberger
  - 5 Motel One
- 

### Heißgetränke

- 1 Senseo
  - 2 Idee Kaffee
  - 3 Nescafé
  - 4 Goldmännchen
  - 5 Meßmer
- 

### Paketdienstleister & Logistik

- 1 Transflex
  - 2 DB Schenker
  - 3 Postcon
- 

### Lebensmittel

- 1 Wiesenhof
  - 2 Heinz
  - 3 My-Muesli
  - 4 Frosta
  - 5 Rügenwalder
- 

### Molkereiprodukte

- 1 Ehrmann
  - 2 Exquisa
  - 3 Andechser Natur
  - 4 Zott
  - 5 Müller
- 

### Lebensmittel-einzelhandel

- 1 Globus
  - 2 Aldi Süd
  - 3 Spar
  - 4 Kaufland
  - 5 Aldi Nord
- 

### Mobilität

- 1 Turkish Airlines
  - 2 British Airways
  - 3 Sixt
  - 4 Condor
  - 5 Europcar
- 

### Modehändler

- 1 Ulla Popken
  - 2 Zara
  - 3 Frankonia
  - 4 Baby One
  - 5 Primark
- 

### Sport- & Modemarken

- 1 Vans
  - 2 Abercrombie & Fitch
  - 3 Joop!
  - 4 G-Star
  - 5 H.I.S
- 



\*Ausgezeichnet wird die Veränderung zum Vorjahr – die Top 5 konnten sich also bei der Weiterempfehlung unter den eigenen Kunden am stärksten verbessern. Verglichen wurden die Weiterempfehlungen unter aktuellen Kunden vom 1.7.2018 bis 30.06.2019 im Vergleich zum 1.07.2017 bis 30.06.2018  
**HANDELSBLATT** **Quelle: Yougov**