

Presseinformation

Hier sind Speisen und Getränke besonders beliebt

- Studie zeichnet Gastronomen und Genusshändler aus

*Auszeichnung für
851 von rund 3.000
Marken*

Hamburg, den 10. September 2018 – Ob Restaurants, Cafés, Genusshändler oder Bäcker: Kulinarische Angebote werden von den Bundesbürgern gerne genutzt. Neben der Restaurantkette L'Osteria stehen der Coffeeshop Starbucks und das Schnellrestaurant Pizza Hut ganz oben in der Gunst der Deutschen. Zu diesen Ergebnissen kommt die Siegelstudie „Kundenlieblinge 2018“, die die beliebtesten Unternehmen und Marken im Bereich Gastronomie und Genussmittel auszeichnet. Die Studie wurde von der Kommunikationsberatung Faktenkontor im Auftrag von Focus und Focus Money durchgeführt und hat rund 53 Millionen Aussagen im Netz zu mehr als 3.000 Marken aus 146 Branchen analysiert. Insgesamt wurden 851 Marken mit dem Siegel ausgezeichnet. Darunter sind 258 goldene, 329 silberne sowie 264 bronzene Siegel.

*Im
Gastronomiebereich
muss das
Gesamtpaket
stimmen*

„Restaurants, die ein hohes Ansehen bei Kunden genießen, sind ein Garant für wiederkehrende Stammgäste“, sagt Jörg Forthmann, geschäftsführender Gesellschafter des Faktenkontors. „Dafür müssen sie in den Bereichen Qualität, Service und Preis punkten. Besonders im Gastronomiebereich ist das Zusammenwirken dieser Faktoren maßgebend für die Beliebtheit bei Gästen. Denn diese erwarten, dass das Gesamtpaket stimmt.“ Im Rahmen der Studie wurden Aussagen zu diesen Themen nach Tonalität bewertet und analysiert. Dabei gab es eine Unterscheidung zwischen positiven, neutralen und negativen Nennungen.

*L'Osteria, PizzaHut,
Starbucks,
Backwerk,*

Bei den **Restaurants** ist L'Osteria mit der Benchmark von 100 Punkten Branchensieger. Das Franchiseunternehmen wächst stetig und bietet seine traditionelle italienische Küche bereits in sechs europäischen Ländern an. Deutschlandweit ist L'Osteria 75 Mal vertreten und plant in diesem Jahr noch weitere Eröffnungen. Ebenfalls mit Gold ausgezeichnet werden die Restaurantketten Einstein und Café del Sol. Letztere ist besonders für die bunte Speisekarte und lockere Atmosphäre bei Gästen beliebt. Ein silbernes Siegel geht an Peter Pane und Bronze erhält Vapiano.

Spitzenreiter unter den **Schnellrestaurants** ist Pizza Hut. Die amerikanische Kette ist weltweit bereits 13.000 Mal in 130 Ländern vertreten, Tendenz steigend. Auf der Karte stehen Gerichte der schnellen italienischen Küche. Neben Pizza, Pasta und Salat können Gäste aus verschiedenen Vorspeisen und Desserts wählen. Dahinter platziert sich Burger King mit einem silbernen Siegel. Bronze geht an den Begründer der Fastfoodrestaurants: McDonalds.

Der beliebteste **Coffeeshop** der Deutschen ist Starbucks. Die Café-Kette gehört zu den Größten weltweit und wurde bereits in der Vergangenheit für gute Produkte und ethische Leitlinien ausgezeichnet. Das rheinländische Kaffeehaus Woyton erhält ebenfalls ein goldenes Siegel als Kundenliebling. Woyton ist in vier deutschen Städten vertreten und bietet neben Kaffeespezialitäten auch Kuchen, Salate und Suppen an. Auf den weiteren Plätzen folgt McCafé mit einem silbernen Siegel, Coffee Fellows wird mit Bronze ausgezeichnet.

Backwerk ist der beliebteste **Bäcker** der Deutschen und freut sich über das einzige goldene Siegel in der Branche. Als erste Selbstbedienungsbäckerei wuchs das Unternehmen schnell und eröffnete europaweit Standorte. Das Selbstbedienungs-Modell macht zudem die günstigeren Verkaufspreise im Vergleich zum Durchschnitt deutscher Bäckereien möglich. Silberne Auszeichnungen gehen an Ditsch, Le Crobag und Heinrich von Allwörden.

In der Kategorie **Genusshändler** erhält Tee Gschwendner ein goldenes Siegel. Dem Marktführer im Tee-Einzelhandel sind deutschlandweit 125 Fachgeschäfte angeschlossen, zu dem können Kunden ihren Lieblingstee auch über den Online-Shop bestellen. Dieses Jahr feierte das Unternehmen 40 jähriges Jubiläum, als Branchensieger wird es nun mit der Auszeichnung zum Kundenliebling belohnt. Mit knappem Abstand, folgen mit den Confiserien Leysieffer und Arko, zwei weitere Gold-Auszeichnungen. Silber und Bronze gehen an Bärenland, Oil & Vinegar und Hussel.

*Datengrundlage:
53 Millionen
Nennungen im Netz*

Für die Studie „Kundenlieblinge 2018“ wurden vom 1. Juni 2017 bis zum 31. Mai 2018 aus 350 Millionen Online-Quellen knapp 53 Millionen Nennungen der mehr als 3.000 Marken aus 146 Branchen gesammelt und ausgewertet. Die Methodik des Social Listening erfasst Nachrichtenportale, Blogs und Social Media, die eine deutsche Internetadresse haben und frei zugänglich sind. Der jeweilige Branchensieger erhielt 100 Punkte und setzte damit die Benchmark für seine Branche. Für ein goldenes Siegel waren 95 oder mehr Punkte nötig. Mit mindestens 85 Punkten erhielt eine Marke das silberne Siegel, Bronze wurde für mindestens 75 Punkte verliehen.

Partner der Studie

Im ersten Schritt der Datenerhebung wurden durch unseren Partner Ubermetrics Technologies sämtliche Texte, welche die Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst. Diese Daten wurden in der zweiten Stufe, dem sogenannten Processing, von unserem Partner Beck et al. Services mittels Verfahren der Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze) in Textfragmente aufgesplittet und anschließend analysiert.

*Faktenkontor:
Berater für
Unternehmens-
und Vertriebskom-
munikation*

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft sowie der Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Besuchen Sie unsere Website: www.faktenkontor.de.