

FAMILIENFREUNDLICHE UNTERNEHMEN

WWW.SERVICEVALUE.DE

BEWERTUNGSSYSTEM

DER FAMILY EXPERIENCE SCORE (FES)

Der FES wurde in Kooperation mit dem Institut für Psychologie der Goethe-Universität Frankfurt/M. entwickelt. Zur Ermittlung der Familienfreundlichkeit von Unternehmen werden einer repräsentativen Gruppe von Kunden, die in Haushalten mit einem oder mehreren Kindern leben, folgende acht Aussagen vorgelegt.

- Das Produkt- und Dienstleistungsangebot ist auf Familien und Kinder ausgerichtet.
- Die Mitarbeiter sind familien- und kinderfreundlich.
- Ich fühle mich mit meinem Kind dort gut aufgehoben.
- Zusatzleistungen für Familien und Kinder (z.B. Spielangebote, Aufenthaltsmöglichkeiten) werden angeboten.
- Die Umfeldgestaltung (z.B. Filiale, Shop) ist familien- und kindgerecht.

- Getroffene Aussagen und Versprechen gegenüber Familien und Kindern werden eingehalten.
- Bedürfnisse von Familien und Kindern werden erfüllt.
- Das Preis-Leistungs-Verhältnis für Familien und Kinder ist angemessen.

Die Befragten werten jede der Aussagen mittels einer fünfstufigen Skala, die von „trifft voll und ganz zu“ bis „trifft nicht zu“ reicht. Der FES berechnet sich als Mittelwert aller Aussagen, wobei jeder Aussage das gleiche Gewicht beigemessen wird. So entstehen die Rankings, in denen das Gesamtergebnis der einzelnen Unternehmen in Indexpunkten mit jeweils einer Dezimalstelle auf einer Skala von 0 (keine Zustimmung) bis 100 (volle Zustimmung) dargestellt wird.

DIE BRANCHENSIEGER 2022*

Branchenmittlerwert	Anzahl der geprüften Unternehmen	Sieger
71.1	11	Fahrrad-Shops
72.0	15	Familienreisen
72.0	15	For Family Reisen
72.0	15	McDonald's
72.0	15	EuroParcs
72.0	15	Soarkassen
72.0	15	Austrian Airlines
72.0	15	Frankfurt Airport
72.0	15	Bremen Airport
72.0	15	PicturePeople
72.0	15	ALEX Gaststätten
72.0	15	Movie Park Germanv
72.0	15	CGM Compaan
72.0	15	Pizza Hut
72.0	15	Borussia Mönchengladbach
72.0	15	Pflanzen-Kölle Gartencenter
72.0	15	porta Restaurants
72.0	15	Fisler Shoops
72.0	15	Fressnapf
72.0	15	KIND Hörgeräte
72.0	15	H-Hotels
72.0	15	Woolworth
72.0	15	Smyths
72.0	15	UCI Kinowelt
72.0	15	Paracelsus Kliniken
72.0	15	VIActiv Krankenkasse
72.0	15	AIDA Cruises
72.0	15	Küche&Co
72.0	15	ALDI Süd
72.0	15	REWE
72.0	15	POCO Einrichtungsmärkte
72.0	15	Porta Möbel
72.0	15	Zeeman
72.0	15	Wöhrl
72.0	15	WE
72.0	15	Thomas Philipps
72.0	15	ÖPNV-Betriebe
72.0	15	Bremer Straßenbahn (BSAG)
72.0	15	Avoloo Optik
72.0	15	Fritz Berzer / Soort Berger
72.0	15	MultiPolster
72.0	15	Reiseland
72.0	15	alltours flugreisen
72.0	15	Maver's Markenschuhe
72.0	15	Decathlon
72.0	15	Legoland
72.0	15	Kaufland
72.0	15	24-Autohöfe
72.0	15	Provincial Versicherungsgruppe
72.0	15	ZOOM Erlebniswelt

(* Gelistet sind alle Branchen (alphabetisch), mit den jeweiligen aktuellen Branchensiegern

THE SERVICEVALUE GMBH

ANALYSE & BERATUNG

Die ServiceValue GmbH ist eine auf das Beziehungsmanagement zwischen Unternehmen und Anspruchsstellern (Stakeholder) spezialisierte Analyse- und Beratungsgesellschaft.

Seminare und Inhouse-Schulungen an. Die ServiceValue GmbH erstellt alljährlich den ServiceAtlas Deutschland, der auf einer stetig wachsenden Anzahl branchenspezifischer Studien basiert. Zudem führt die Kölner Gesellschaft in Kooperation mit renommierten Partnern aus Wissenschaft und Forschung sowie großen nationalen Medienpartnern verschiedene Wettbewerbe und Ratings zur Kunden-, Mitarbeiter und Partnerorientierung von Unternehmen durch.



Sie misst und erklärt mit wissenschaftlich fundierten Methoden den Zusammenhang zwischen Kunde, Mitarbeiter oder Partner und Unternehmen und deckt betriebswirtschaftliche Service-Effekte auf. Besondere Bedeutung kommt dabei der optimalen Gestaltung der Servicequalität in alle Richtungen zu. ServiceValue bietet anwendungsbezogene



Medien präsentieren oft ein ästhetisch perfektes Idealbild von Familie. Im Leben mit Kindern geht es aber selten um Perfektion, sondern um gute Organisation und Wohlergehen. Kluge Händler wissen um die Bedürfnisse von Familien

WIE UNTERNEHMEN DEN ALLTAG MIT KINDERN ERLEICHTERN

BITTE RECHT FAMILIENFREUNDLICH!

Sommerzeit ist Fotozeit. Während das früher dicke Fotoalbum oder lange Diavorführungen nach sich zog, sorgen heute in der digitalen Welt internetafine Urlauberinnen und Urlauber dafür, dass ihre schönsten Ferienerlebnisse Freunden und Familie in Echtzeit zugänglich gemacht werden, indem sie fleißig Bilder posten und stündlich ihren WhatsApp-Status erneuern.

Nicht nur die Daheimgebliebenen beschleicht dann mitunter ein gewisser Neid angesichts glücklicher Paare an schnee-weißen Stränden oder male-ri-sch drapierter Kinder im folkloristischen Sommerdress. Die eigenen Erfahrungen näm-lich haben sich häufig un-angenehm von denen, die das Umfeld postet, ab: Freie Zeit mit dem Partner wird nicht für Romantik genutzt, sondern für jene Streitthemen, für die im Alltag immer die Energie fehlt. Der Strand oder die Freibad-wiese ist so gut besucht, dass die Farbe kaum zu erkennen ist, und auch die Kinder haben andere Interessen, als sich als schmucke Accessoires zu gerieren. Die Fotogenität der erwachsenen Familienmit-glieder ist sowieso ein eigenes, für viele konfrontierendes Thema.

Kein Wunder also, dass sich nicht nur viele Jugendliche, sondern mittlerweile durchaus auch Familien von dem schön abfotografierten Leben ander-er Menschen unter Druck gesetzt fühlen, zumal der schöne Familien-Schein im Netz nicht nur von zahlreichen, mitteilungs-freudigen Hobby-fotografen ausgeht, sondern auch von Medien-Profis – und das nicht nur zur Urlaubszeit.

Die Profis sind zumeist Mütter, die als so genannte Momfluencer oder Insta-moms ihre Familien in den sozialen Netzwerken gekonnt und ansprechend in Szene setzen und so bei ihren Follo-



Das Siegel mit der Nr. 1 ist den Besten einer Branche vorbehalten. Es ist, wie alle anderen Siegel für „Familienfreundliche Unternehmen“, für ein Jahr gültig

wern die Sehnsucht wecken nach einem harmonischen Familienleben in Wohnland-schaften, die jeder Wellnes-seinrichtung zum Vorbild gereichen könnten. Gewohnt wird offenbar nur in jederzeit aufgeräumten, saube-ren Räumen, die stilistisch klar dem einen oder anderen Trend zugeordnet werden können und vorzugsweise in unter-schiedlichen Schattierungen von Weiß gehalten sind. Statt einfach nur irgendwie möbliert zu sein, folgen auch die Kinder-zimmer geschmackvollen Einrichtungskonzepten und im Rahmen ihres Verbrauchers nach dem Wunsch nach Wieder-holung weckt. Auch die Mitarbeiter von wirt-schaftlichen Unternehmen

Diese ästhetische Per-fektion findet sich im Übrigen nicht nur in „Homestorys“, sondern auch auf Bildern von Familienausflügen, von Res-taurantbesuchen und Ein-käufen aller Arten. Im Gegen-satz zu den hauptberuflichen Instagram-Familien aber, müs-sen sich die meisten „norma-len“ Familien bei solchen all-täglichen Aktivitäten und im Rahmen ihres Verbraucher-und Konsumentendaseins zunächst wohlfühlen, damit sie auch auf Fotos glücklich aus-sehen können. Das gelingt am besten, wenn die Händler und Dienstleister oder auch Produktgeber, mit denen sie es zu tun haben, auf die Besonderheiten von Famili-en eingestellt sind und wissen, dass neben den Eltern auch

jedes einzelne Kind, ob groß oder klein, eigene Bedürfnisse hat, deren Erfüllung sich direkt auf die Stimmung in der ge-samten Familie auswirken kann: Das Vorhandensein einer Spielecke oder eines Wickel-raums, das Angebot von Kin-derpreisen und Familientarifen oder besonderen Leistungen für unterschiedliche Familien-mitglieder und Konstellationen können für Familien den Un-terschied ausmachen zwischen einer unangenehmen Erfah-rung und einer schönen, die den Wunsch nach Wieder-holung weckt. Auch die Mitarbeiter von wirt-schaftlichen Unternehmen

FAMILIENBEWUSSTE ARBEITSWELT

JOBSUCHE NACH EIGENEN KRITERIEN

Flexible Arbeitszeiten, Kin-derbetreuung im Betrieb und Homeoffice-Tage: Beruf und Familie vereinbaren zu können, ist für viele ein Kriterium für die Jobsuche. Arbeitgeber wissen das und werben mit entsprechenden Angeboten. Denn von familienfreundlichen Angeboten profitieren eine Studie zufolge nicht nur Mitarbei-ter, sondern auch die Firmen selbst. Aber was bedeutet „familienfreundlich“ über-haupt? Das lässt sich nicht pauschal beantworten.

Karriere-Coach Bernd Slaghuis empfiehlt daher, nicht nur nach der Bezeichnung „familien-freundlich“ zu gehen, sondern sich zunächst selbst zu über-legen: Was benötige ich und was passt zu meiner familiären Situation? Sobald man sich darüber im Klaren ist, was man selbst braucht, sollte man auch im Gespräch mit einem Arbeit-geber Klarheit schaffen und besprechen, was möglich ist, empfiehlt Slaghuis. Oliver Schmitz ist Geschäftsführer der berufundfamilie Service GmbH – ein Dienst-leister und Think Tank, der

können, mit der entsprechen-den Rückendeckung, Familien durch Gelassenheit, Flexibilität, Improvisations- und Hilfs-bereitschaft das Gefühl ver-mitteln, mit all ihren Mitglie-dern und trotz vielleicht sogar einander widerstrebender Bedürfnisse willkommen zu sein. Ist all das gegeben, erle-ben auch Durchschnittseltern die Zeit und Muße, einen ereig-nisreichen Ausflug oder ein gelungenes Einkaufserlebnis mit zufriedenen Kindern foto-grafisch festzuhalten.

Welche Unternehmen aus Sicht von Familien mit einer derartigen familienfreundli-

chen Haltung positiv auffallen, hat die ServiceValue GmbH in ihrer Studie „Familienfreundliche Unternehmen“ auch in diesem Jahr wieder erhoben und ausgewertet. Eingeholt und in ein Ranking überführt wurden Kundenmeinungen zu einer Vielzahl von Anbietern aus den unterschiedlichsten Branchen. Nicht alle ausge-zeichneten Unternehmen dürften sichtbar in Familien-fotos auftauchen, aber wenn sie Familien helfen, den Druck aus dem Alltag zu nehmen, ist das vielen Familien wahr-scheinlich sowieso mehr wert, als gut auszusehen auf einem hübschen Foto.

Unternehmen im Bereich Ver-einbarkeit von Beruf, Familie und Privatleben unterstützt. Dabei spricht Schmitz lieber von „familien- und lebens-phasenbewusst“ als von „famili-enfreundlich“. „Es gibt eben nicht nur die Konstellation Vater, Mutter, Kind. Das muss man breiter sehen“, sagt er. Außerdem bringen auch andere Lebens-phasen Bedürfnisse mit sich, auf die Unternehmen ebenso ein-gehen sollten. Er empfiehlt daher zum Beispiel auch Berufs-einsteigern, darauf zu schauen, welche Angebote es etwa für Menschen mit Familie oder auch kurz vorm Ruhestand gibt. „Wenn man längerfristig irgend-wo arbeiten will, macht das Sinn.“

Spreche ein Unternehmen mit seinen Maßnahmen etwa nur hochqualifizierte Jobein-steiger oder aber auch nur Mütter von kleinen Kindern an, führe das zum einen zu einem Ungleichgewicht in der Beleg-schaft. Außerdem sei so etwas meist nicht langfristig gedacht – Mitarbeiter sind nicht ewig Jobeinsteiger und die Kinder nicht für immer klein.

Man sollte auch auf die Art der Maßnahmen achten: Sind es Angebote, die auch langfristig beibehalten werden können? Eher als Augenwischerei be-zeichnet Schmitz Angebote für Mitarbeiter, die zwar schön anzusehen und plakativ, aber auch sehr teuer sind – das sind nicht unbedingt immer die besten, so Schmitz. „Wichtig ist die Summe an Einzelmaß-nahmen.“ Außerdem komme es darauf an, dass die Angebote gut und regelmäßig kommuni-ziert werden. Und nicht zuletzt ist die Führung wichtig: Gehen Vorgesetzte mit gutem Beispiel voran? Kommen sie etwa selbst mal später, weil sie ihr Kind in die Kita gebracht haben? „Das setzt Zeichen und erhöht die Legitimität, solche Angebote auch zu nutzen.“

Ob es mit dem potenziellen Arbeitgeber und der aktuellen Lebenssituation klappt, lasse sich am besten im Gespräch klären, sagt Slaghuis. Einen Job, der ein Leben lang passt, gibt es meist nicht. Muss es auch nicht. Der Coach meint: „Auf 20 Jahre sein Leben und seine Karriere zu planen, das passt nicht mehr in unsere schnelllebige Zeit.“

GETTY IMAGES/MASKOT/MASKOT

In Kooperation mit der WELT am SONNTAG und der Goethe-Universität in Frankfurt/Main stellt ServiceValue zum zehnten Mal in Folge in einer deutschlandweiten Kundenbefragung die Familienfreundlichkeit von 684 Unternehmen aus 65 Branchen auf den Prüfstand

Unternehmen/Anbieter	FES 2022	Auszeichnung
Apotheken-Kooperationen		
Guten Tag Apotheke	72,0	Gold
CURA SAN	71,6	Gold
easyApotheke	71,2	Silber
Gesund ist bunt Apotheke	70,8	Silber
AVIE Apotheke	70,3	Bronze
Wave Apotheken	70,2	Bronze
Autohändler		
LUEG	71,5	Gold
Scherer	70,9	Gold
Gottfried Schultz	70,3	Gold
AHAG	69,5	Gold
Hahn	69,2	Silber
ahg	69,0	Silber
Fleischhauer	67,3	Silber
Feser-Graf	66,8	Bronze
Glinicke	66,7	Bronze
Rosier	65,7	Bronze
Brass	65,5	Bronze
P&A / Preckel	64,8	Bronze
Autovermietungen		
Sixt	69,0	Gold
Europacar	68,1	Gold
Starcar	67,9	Silber
Enterprise	67,3	Silber
Buchbinder	67,1	Silber
Europa Service	66,3	Bronze
Baby- und Kleinkindausstattung		
BabyMarkt (Babyprofil)	80,2	Gold
BabyOne	79,6	Gold
HappyBaby	78,9	Silber
babywalz	77,2	Bronze
Bäckereiketten		
Junge Die Bäckerei	69,6	Gold
Malzers Bäckstube	69,1	Gold
Sternenbäck	68,2	Gold
Bäckstube Wünsche	66,5	Silber
Brotmeister steinecke	66,3	Silber
Ditsch	64,3	Bronze
Lila Bäcker	63,3	Bronze
Baumärkte		
Bauhaus	60,3	Gold
toom BauMarkt	59,2	Gold
OBI	58,6	Gold
Raiifeisen-Markt	57,2	Silber
Hornbach	54,3	Bronze
Bausparkassen		
Signal Iduna Bauspar	68,7	Gold
BKM - Bausparkasse Mainz	68,5	Gold
Bausparkasse Schwäbisch Hall	68,4	Gold
Wüstenrot Bausparkasse	68,3	Gold
BHW Bausparkasse	68,2	Gold
starbauparkasse	67,0	Silber
LBS Oeldorfer Landesbausparkasse	66,1	Bronze
Alte Leipziger Bauspar	65,9	Bronze
LBS Nord	65,9	Bronze
Bausparkasse Schleswig-Holstein-Hamburg	65,4	Bronze
Buchhändler		
Thalia	73,2	Gold
Hugendubel	72,0	Gold
Osiander	71,5	Silber
Pustet	69,2	Bronze
Burger-Restaurants		
Hans im Glück	68,4	Gold
Peter Pane	67,5	Gold
Ruff's Burger	66,3	Silber
Jim Block	65,7	Silber
Burgerheart	65,2	Bronze
Burger Nerds	65,0	Bronze
Clubbereich		
ALDIANA Club	80,1	Gold
Rix Clubhotels	79,8	Gold
Club Calmeria	79,1	Gold
TUI KIDS CLUB	78,4	Silber
Drogerien		
dm-drogerie markt	72,7	Gold
Rossmann	70,1	Silber
Drogerie Müller	69,9	Silber
Einkaufszentrum		
Paunsdorf Center Leipzig	72,5	Gold
Ruhr Park Bochum	71,8	Gold
NordWestZentrum Frankfurt	71,7	Gold
AIO-Center	70,5	Gold
CentrO Oberhausen	69,9	Silber
Rhein-Ruhr Zentrum	69,5	Bronze
Limbecker Platz Essen	66,4	Bronze
Elektro-Fachmärkte		
EP ElectronicPartner	63,3	Gold
MediaMarkt	62,8	Gold
Saturn	62,1	Gold
Conrad Electronic	60,9	Silber
Erlebnisbäder		
Wonnemer Erlebnisbäder	79,7	Gold
Aqualand (Köln)	79,6	Gold
Tropical Island (Krausnick)	79,4	Gold
AQUATOLL (Neckarsulm)	78,4	Silber
Badeparadies Schwarzwald	78,3	Silber
AquaMagis (Plettenberg)	77,6	Silber
HanseDom (Stralsund)	77,2	Bronze
Therme Erding	76,9	Bronze
Erlebnismuseen		
Steffi Museum	80,0	Gold
Schokoladenmuseum Köln	79,6	Gold
Phänomena	78,1	Silber
monde mio!	77,9	Silber
Dynamikum Pirmasens	76,8	Bronze
Galileo Park	76,5	Bronze
wortreich in Bad Hersfeld	76,5	Bronze
Deutsches Fußballmuseum	76,4	Bronze
Fachmärkte für Wand/Boden		
Hammer zuhause	59,1	Gold
Kibek	56,7	Silber
Knutzen Wohnen	55,7	Silber
tedox	55,1	Bronze
Frick für Wand und Boden	54,2	Bronze
Factory-Outlet-Center		
Designer Outlet Ochtrup	71,3	Gold
Outletcity Metzingen	71,0	Gold
seemaxx Outlet Center	69,8	Gold
Ingolstadt Village	69,1	Silber
Werthim Village	69,1	Silber
Designer Outlet Söllau	68,8	Silber
Designer Outlets Wolfsburg	67,6	Bronze
Fahrrad-Shops		
BIKE&CO	75,4	Gold
ZEG	74,7	Gold
Lucky Bike / Radlbauer	73,8	Silber
Little John Bikes	73,5	Silber
Zweirad Stadler	73,1	Silber
MEGA Bike	71,6	Bronze
Familienreisen		
For Family Reisen	75,5	Gold
Bambino-Tours	75,4	Gold
vamos ELTERN KIND REISEN	75,3	Gold
familienhotels	74,2	Silber
ReNatour	74,1	Silber
kinderhotels	73,9	Silber
Little Travel SOCIETY	73,7	Silber
Unforgettable Journeys	72,8	Bronze
Erlebe Familienreisen	72,1	Bronze
Fast-Food-Restaurants		
McDonald's	74,1	Gold
Kochlöffel	71,9	Gold
Burger King	70,5	Silber
Kentucky Fried Chicken	67,7	Bronze
Ferienparks		
EuroParcs	79,6	Gold
Center Parcs	79,4	Gold
Landal GreenParks	79,0	Gold
Roompot	77,6	Bronze

684 FIRMEN IM WETTSTREIT ALLE FAMILY EXPERIENCE SCORES IN DER ÜBERSICHT



Gold für besondere Familienfreundlichkeit: Der Kreuzfahrtanbieter Aida Cruises (Foto oben) und der Themenpark Legoland wurden ausgezeichnet

Der von der ServiceValue GmbH entwickelte „Family Experience Score“ (FES, s. gegenüberliegende Seite, l. o.) bildet die Grundlage der branchenspezifischen Rankings „Familienfreundliche Unternehmen 2022“. In der deutschlandweiten Kundenbefragung wurde die Familienfreundlichkeit von 684 Unternehmen aus 65 Branchen geprüft. Die familienfreundlichsten Firmen sind in drei Medaillen-Ränge unterteilt. Voraussetzung einer Auszeichnung ist, dass der FES dieser Unternehmen oberhalb des jeweiligen Branchenmittelwertes liegt. Für die Zuordnung des Medaillenrangs 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 Firmen, deren FES innerhalb des ersten Terzils liegt, auf einem Silber-Rang jene, 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 65 Branchen sind noch einmal auf der gegenüberliegenden Seite links dargestellt.

<p>WELT AM SONNTAG</p> <p>Familienfreundliches Unternehmen aus Kundensicht</p> <p>Unternehmensname Prädikat Gold</p> <p><small>Im Ranking: xx Lorem Ipsum</small></p> <p><small>www.ServiceValue.de/FamilieServiceValue GmbH 08/2022</small></p> <p><small>Verantwortlich für Kundenbefragung und Auszeichnung ist die ServiceValue GmbH</small></p>	<p>WELT AM SONNTAG</p> <p>Familienfreundliches Unternehmen aus Kundensicht</p> <p>Unternehmensname Prädikat Silber</p> <p><small>Im Ranking: xx Lorem Ipsum</small></p> <p><small>www.ServiceValue.de/FamilieServiceValue GmbH 08/2022</small></p> <p><small>Verantwortlich für Kundenbefragung und Auszeichnung ist die ServiceValue GmbH</small></p>	<p>WELT AM SONNTAG</p> <p>Familienfreundliches Unternehmen aus Kundensicht</p> <p>Unternehmensname Prädikat Bronze</p> <p><small>Im Ranking: xx Lorem Ipsum</small></p> <p><small>www.ServiceValue.de/FamilieServiceValue GmbH 08/2022</small></p> <p><small>Verantwortlich für Kundenbefragung und Auszeichnung ist die ServiceValue GmbH</small></p>
---	---	---

ZERTIFIZIERUNG EINLADUNG ZUM ARBEITGEBER-CHECK

Eine unternehmerische Personalpolitik, die die Vereinbarkeit von Familie und Beruf fördert, wird immer wichtiger. Der Analyse- und Beratungsspezialist ServiceValue bietet in Zusammenarbeit mit der Goethe-Universität Frankfurt/M. und WELT AM SONNTAG interessierten Unternehmen an, ihr Familienbewusstsein für Mitarbeiter nachzuweisen und sich als „Familienfreundlicher Arbeitgeber“ zertifizieren sowie auszeichnen zu lassen. Diese freiwillige, gebührenpflichtige Qualitätsbewertung beinhaltet eine Auditierung mit einer schriftlichen und per-

sönlichen Befragung des HR-Managements sowie einer Analyse themenbezogener Materialien und Dokumente, verbunden mit einer Begutachtung des Arbeitsplatzumfeldes. Die Zertifizierung erfolgt in sechs Kategorien: Unternehmenskultur, Führungsverständnis, Personalförderung und -entwicklung, Arbeitsorganisation, Zusatzleistungen für Familien, Kinder und Angehörigenbetreuung. Dabei wird jeder Teilnehmer vor dem Hintergrund seiner Betriebsgröße und seiner Möglichkeiten bewertet. Jedes teilnehmende Unternehmen erhält einen individuellen Leistungsnachweis sowie – ist die Analyse im Ergebnis erfolgreich – ein Zertifikat und ein Gütesiegel. Erfolgreich zertifizierte Unternehmen, die zudem aus Kundensicht einen „ausgezeichneten“ FES nachweisen können, gelten als Best-Practice-Beispiele und werden mit einem Platin-Siegel ausgezeichnet. Interessierte Unternehmen aller Branchen können sich direkt an ServiceValue wenden.

WELT AM SONNTAG

Familienfreundlicher Arbeitgeber

aus Kundensicht und als Arbeitgeber

Platin Unternehmensname

2022

www.ServiceValue.de/FamilieServiceValue GmbH

Verantwortlich für Kundenbefragung und Auszeichnung ist die ServiceValue GmbH

Unternehmen/Anbieter	FES 2022	Auszeichnung
Filialbanken		
Sparkassen	67,6	Gold
BBBank	67,2	Gold
Commerzbank	66,7	Gold
Sparda-Banken	65,1	Silber
Targobank	63,8	Silber
Deutsche Apotheker und Ärztebank (apoBank)	63,6	Silber
Volks- u./o. Raiffeisenbanken	61,5	Bronze
Fluggesellschaften		
Austrian Airlines	74,1	Gold
SWISS	74,0	Gold
Condor Flugdienst	73,0	Gold
Lufthansa	71,7	Silber
easyjet	71,5	Silber
Sundair	71,0	Silber
Flughäfen (groß)		
Frankfurt Airport	65,5	Gold
Köln Bonn Airport	65,3	Gold
Hamburg Airport	64,5	Silber
Flughafen Berlin Brandenburg	63,8	Bronze
Flughäfen (klein)		
Sixt	68,4	Gold
Bremen Airport	66,4	Silber
Hannover Airport	66,6	Bronze
Airport Weeze (Niederrhein)	64,9	Bronze
Dortmund Airport	64,9	Bronze
Flughafen Leipzig/Halle	64,9	Bronze
Foto-Studios		
PicturePeople	73,3	Gold
Studioline Photography	72,3	Silber
Freizeitgastronomie		
ALEX Gaststätten	67,6	Gold
Café Del Sol	67,3	Gold
Sausalitos	65,6	Silber
Café & Bar Celona	65,4	Silber
Hard Rock Café	65,1	Bronze
Freizeitparks		
Movie Park Germany	84,7	Gold
Europa-Park	83,4	Gold
Hansa-Park	82,9	Silber
Fort Fun Abenteuerland	81,7	Silber
Freizeitpark Schloß Beck	81,6	Bronze
Phantasialand	80,7	Bronze
Ketteler Hof	80,3	Bronze
Friseur-Ketten		
Loom Hairstyle + Kosmetik	65,2	Gold
Klier	64,7	Gold
HairExpress	62,4	Silber
Ryf	61,8	Silber
Concept P	61,5	Bronze
KLINCKER DER Friseur	60,8	Bronze
Essanelle	60,4	Bronze
Full-Service-Gastronomie		
Pizza Hut	70,2	Gold
BLOCK HOUSE	69,1	Silber
L'Osteria	68,8	Bronze
Fußballvereine		
Borussia Mönchengladbach	77,4	Gold
VfL Wolfsburg	76,4	Gold
Bayer 04 Leverkusen	76,2	Gold
FC Bayern München	75,7	Gold
Borussia Dortmund	74,7	Gold
Fortuna Düsseldorf	73,4	Silber
FC Schalke 04	71,3	Bronze
1. FC Köln	70,2	Bronze
Gartencenter und Blumenmarkt		
Pflanzen-Kölle Gartencenter	72,2	Gold
Garten-Center Kremer	72,0	Gold
Bellandris Gartencenter	70,8	Silber
Pflanzen Mauk Gartencenter	70,6	Silber
Blumen Risse	70,5	Silber
JA Garten	70,4	Silber
egesa Garten	70,4	Silber
Gartencenter Meckelburg	69,9	Silber
Fricke's Gartencenter	69,0	Bronze
Dehner Gartencenter	68,9	Bronze
grün erleben	68,9	Bronze
Handelsgastronomie		
porta Restaurants	75,4	Gold
Segmüller Restaurants	74,3	Gold
Ikea Gastronomie	74,0	Gold
XXL Restaurants	73,4	Silber
Haushalt und Geschenke		
Reisler Shops	54,6	Gold
NANU-NANA	53,4	Silber
WMF	52,9	Silber
DEPOT	52,7	Bronze
Villeroy & Boch	51,9	Bronze
Heimtierbedarf		
Fressnapf	62,6	Gold
Zoo & Co.	62,2	Gold
MEGAZOO	61,8	Silber
Kölle Zoo	61,6	Bronze
Hörgeräteakustiker		
KIND Hörgeräte	65,9	Gold
Hörgeräte LANGER	65,5	Gold
Geers Hörgeräte	65,1	Gold
Köttgen Hörakustik	63,8	Bronze
Hörgeräte Möckel	63,8	Bronze
Amplifon	63,5	Bronze
Hotels		
H-Hotels	78,9	Gold
Mercure	77,2	Gold
B&B Hotels	76,6	Silber
Novotel	76,5	Silber
MEININGER Hotels	76,5	Silber
NH Hotels	75,7	Silber
Best Western	75,2	Bronze
a&o Hotels und Hostels	73,7	Bronze
Kaufhäuser		
Woolworth	58,7	Gold
Galeria Karstadt Kaufhof	58,3	Gold
HEMA	56,5	Silber
LUDWIG BECK	55,1	Bronze
Kinderspielzeug und -bekleidung		
Smyths	82,3	Gold
Spiele Max	81,7	Gold
myToys	80,9	Gold
JAKO-O	79,2	Bronze
Kinoketten		
UCI Kinowelt	73,9	Gold
Cineplex	73,2	Gold
CineStar	72,1	Silber
Kliniken		
Paracelsus Kliniken	70,3	Gold
Knappschaft-Kliniken	69,3	Gold
Helios Kliniken	68,5	Silber
Asklepios Kliniken	67,4	Bronze
Rhön Kliniken	67,1	Bronze
Krankenkassen		
VIActiv Krankenkasse	75,2	Gold
IKK classic	75,1	Gold
SBK - Siemens-Betriebskrankenkasse	74,2	Gold
KNAPPSCHAFT	73,6	Silber
TK - Die Technikler	72,9	Silber
BARMER	72,9	Silber
Bahn-BKK	72,3	Silber
DAK-Gesundheit	71,6	Bronze
pronova BKK	71,5	Bronze
Kreuzfahrten		
AIDA Cruises	81,6	Gold
TUI Cruises	79,1	Gold
MSC Kreuzfahrten	74,2	Bronze
Küchenmärkte		
Küche&Co	72,3	Gold
Asmo Küchen	72,0	Gold
almaKüchen	71,9	Gold
Küchen Aktuell	71,5	Gold
Dassbach Küchen	71,1	Gold
GRIMM Küchen	71,0	Silber
musterhaus Küchen	70,8	Silber
REDDY Küchen	69,3	Bronze
MEDA Küchenfachmarkt	69,0	Bronze
Schmidt Küchen	68,8	Bronze
Lebensmittel-Discounter		
ALDI Süd	64,2	Gold
ALDI Nord	63,9	Gold
Lidl	61,6	Silber
Netto Marken-Discount	60,0	Bronze
PENNY	59,7	Bronze
Lebensmittel-Einzelhandel		
REWE	64,7	Gold
EDEKA	64,2	Gold
Klaas + Kock	62,7	Silber
Möbel-discounter		
POCO Einrichtungsmärkte	64,8	Gold
SCONTO	62,9	Silber
ROLLER	62,8	Silber
MömaX	61,4	Bronze
Möbelhäuser		