

# Die Partner hinter dem Erfolg



Foto: iStock

7. Mai 2026

**Unternehmerischer Erfolg ist heute weniger denn je das Ergebnis eines einzelnen Akteurs. Er ist das Produkt funktionierender Partnerschaften – mit Lieferanten, Beratern, Softwareherstellern, Banken, Versicherern und vielen weiteren Dienstleistern, die im Hintergrund dafür sorgen, dass ein Unternehmen arbeitsfähig und erfolgreich bleibt.**

Artikel teilen



Facebook



X



WhatsApp



E-Mail



LinkedIn

**SZ Institut**

**Beste  
Business Partner  
2026**

Im Vergleich: 7985 Unternehmen

In Kooperation mit:



Wer heute ein Unternehmen führt, sieht sich Herausforderungen gegenüber, wie sie selten zuvor erlebt wurden: Geopolitische Verwerfungen, fragile Lieferketten, ein spürbarer Fachkräftemangel, volatile Energie- und Rohstoffmärkte sowie die fortschreitende digitale Transformation treffen nicht nacheinander, sondern gleichzeitig ein. Jede dieser Entwicklungen wäre für sich genommen bereits anspruchsvoll. In ihrer Gesamtheit stellen sie Unternehmen vor die Herausforderung, gleichzeitig stabil zu bleiben und wandlungsfähig zu werden. In einer solchen Lage gewinnt die Qualität der Geschäftsbeziehungen an Bedeutung. Wer sich auf seine Partner verlassen kann, gewinnt Zeit, Fokus und Handlungsspielraum – drei Ressourcen, die in wirtschaftlich volatilen Phasen besonders knapp sind.

Was zeichnet einen wirklich guten Geschäftspartner aus? Diese Frage lässt sich nicht auf einen einzelnen Faktor reduzieren. Es ist das Zusammenspiel mehrerer Eigenschaften, die eine belastbare Partnerschaft ausmachen. Da ist zum einen die fachliche Kompetenz, also die Fähigkeit, individuelle Anforderungen zu verstehen und passgenaue Lösungen anzubieten, statt Produkte von der Stange zu verkaufen. Hinzu kommt Verlässlichkeit: Zusagen werden eingehalten, Qualitätsversprechen auch unter Druck erfüllt und Termine nicht verhandelt, sondern eingehalten. Unverzichtbar ist außerdem Transparenz – in der Kommunikation, in der Preisgestaltung und im Umgang mit Fehlern. Wer aufrichtig informiert, schafft die Grundlage für Vertrauen. Schließlich zählt die wirtschaftliche Perspektive: Ein guter Partner denkt nicht in einzelnen Aufträgen, sondern versteht sich als Mitgestalter des Unternehmenserfolgs. Er steigert die Effizienz, sichert die Erträge und eröffnet Wettbewerbsvorteile.

Ein Beispiel aus dem unternehmerischen Alltag verdeutlicht, was das konkret bedeutet. Stellen Sie sich eine mittelständische Maschinenbaufirma am Nord-Ostsee-Kanal in Schleswig-Holstein vor, die einen internationalen Großauftrag gewinnt. Das ist eine Chance, aber zugleich auch eine Belastungsprobe: Die Produktion muss hochgefahren, neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssen gefunden, eine Zollberatung organisiert, die IT-Infrastruktur an höhere Lastspitzen angepasst und die Finanzierung der Vorleistungen gesichert werden. Gelingt das reibungslos, dann liegt das selten am Geschick einer einzelnen Person. Es liegt an einem Netzwerk aus Dienstleistern, die ihr Handwerk verstehen: dem Personaldienstleister, der binnen Tagen qualifizierte Fachkräfte vermittelt, dem IT-Systemhaus, das Server hochskaliert, bevor das Lastproblem spürbar wird, der Bank, die eine Avalgarantie stellt, ohne dass Wochen ins Land gehen, der Versicherung, die das Transportrisiko in die bestehende Police integriert, und der Steuerberatung, die die internationalen Abgabepflichten im Griff hat. Jeder einzelne dieser Partner trägt einen Baustein zum Erfolg bei – und jeder einzelne von ihnen kann, wenn er seine Rolle nicht ausfüllt, den gesamten Auftrag gefährden. Genau deshalb ist die Frage, mit welchen Partnern ein Unternehmen arbeitet, keine Nebensache, sondern eine strategische Weichenstellung.

Eine starke Partnerschaft entsteht also dort, wo diese Qualitäten nicht in Leitbildern versprochen, sondern im Alltag gelebt werden. Sie ist geprägt von Augenhöhe, von einem gemeinsamen Verständnis für die Ziele des anderen, von Kontinuität in der Beziehung und von der Bereitschaft, auch bei Gegenwind nicht auszuweichen.

Das SZ Institut hat ServiceValue mit einer Untersuchung beauftragt, um herauszufinden, welche Unternehmen in Deutschland als besonders überzeugende Geschäftspartner wahrgenommen werden.

## Methodik der Analyse

Die Grundlage der Analyse ist ein umfassendes Social Media Monitoring, das in zwei aufeinander aufbauenden Stufen – dem sogenannten Crawling und dem darauffolgenden Processing – durchgeführt wurde. Im ersten Schritt, dem Crawling, erfasste der Kooperationspartner pressrelations sämtliche öffentlich verfügbaren Texte im Netz, die relevante Suchbegriffe enthielten – Unternehmensnamen in Kombination mit Keywords zu Kundenberatung, Seriosität, Vertrauen, Weiterempfehlung und Wirtschaftlichkeit – und führte sie in einer Datenbank zusammen. Berücksichtigt wurden ausschließlich frei zugängliche deutschsprachige Domains aus Deutschland. Inhalte aus Österreich und der Schweiz sowie

Texte hinter Bezahlschranken blieben außen vor. Das daraus resultierende Quellenset ist äußerst umfangreich und umfasst mehrere hundert Millionen Online-Quellen, darunter Nachrichtenseiten, klassische Webseiten, Foren, Blogs, die wichtigsten Social-Media-Kanäle, Consumer-Seiten und Pressemitteilungen.

Im zweiten Schritt, dem Processing, wurden die gesammelten Daten durch den Technologiepartner Skaylink mit Verfahren der Künstlichen Intelligenz analysiert und anschließend in einzelne Textfragmente zerlegt und in drei aufeinanderfolgenden Analysestufen bewertet:

- **Entity-Matching:** Zunächst wurde geprüft, welches Unternehmen im jeweiligen Textfragment erwähnt wird.
- **Eventtyp-Matching:** Anschließend wurde identifiziert, welches Thema besprochen wird. Die Zuordnung erfolgte mithilfe sorgfältig definierter Keywords sowie Text- und Satzkorpora, die die jeweiligen Themengebiete umfassend abbilden.
- **Sentiment-Matching:** Abschließend wurde jedes Textfragment einer Sentiment-Analyse unterzogen und als positiv, neutral oder negativ eingestuft.

Die Performance eines Unternehmens wurde über fünf gleichgewichtete Dimensionen gemessen, die jeweils mit 20 Prozent in das Gesamtergebnis einfließen. Diese fünf Dimensionen bilden die zentralen Aspekte einer funktionierenden Geschäftsbeziehung ab: Die Kundenberatung umfasst das Beratungsgespräch, die Beratungskompetenz und -qualität sowie den Kundenservice. Seriosität bezieht sich auf die Vertrauenswürdigkeit eines Unternehmens, berücksichtigt aber auch negative Aspekte wie Skandale, Spekulationen, Bestechung oder Gerichtsurteile. Die Dimension Vertrauen erfasst Gewissheit, Verlässlichkeit, Erwartung und Glaubwürdigkeit, während Weiterempfehlung abbildet, ob ein Unternehmen empfohlen oder von einer Zusammenarbeit abgeraten wird. Die fünfte Dimension, Wirtschaftlichkeit, betrachtet Profitabilität, Umsatz und Gewinn, Wettbewerbsvorteile, Risikomanagement und Entlassungen.

Erst das gleichzeitige Abschneiden in allen fünf Dimensionen erlaubt ein aussagekräftiges Urteil über die Qualität eines Geschäftspartners – denn es genügt nicht, in einem einzelnen Themenfeld zu glänzen.

Für die Studie wurden im Untersuchungszeitraum vom 1. März 2024 bis zum 28. Februar 2026 rund 5,7 Millionen Nennungen zu etwa 8.000 Unternehmen identifiziert und zugeordnet. Zur Ermittlung der Punktwerte wurden sowohl die Tonalität als auch die Reichweite jedes Textfragments berücksichtigt. Aus den Tonalitätssaldi je Eventtyp wurde ein gewichteter Gesamttonalitätswert errechnet; die Reichweite ergibt sich aus der Differenz positiver und negativer Fragmente je Eventtyp, die ebenfalls gewichtet zu einem Gesamtreichweitenwert verrechnet wird. Diese beiden Werte bilden die Grundlage eines ersten Punktwerts.

Anschließend wurden die Ergebnisse branchenbezogen normiert: Das beste Unternehmen einer Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark, alle weiteren Wettbewerber werden an diesem Spitzenwert gemessen. Für jede Branche wurde darüber hinaus der durchschnittliche Punktwert aller Teilnehmer berechnet – dieser Durchschnittswert bildet die Untergrenze für die Vergabe einer Auszeichnung.

Die Auszeichnung „Business Partner 2026“ erhält damit ausschließlich, wer in seiner Branche überdurchschnittlich viele Punkte erreicht hat. Der Branchensieger erhält jeweils die Höchstpunktzahl von 100 Punkten.

## Ergebnisse der Analyse

Das Ranking „Business Partner 2026“ zeichnet die herausragenden Geschäftspartner in 46 Branchen aus – vom Abrechnungsdienstleister über den Cloud-Anbieter bis hin zum Versicherer. Die folgenden Branchensieger und Top-Platzierten geben einen Eindruck davon, welche Unternehmen in ihren Segmenten besonders überzeugen.

Drei Branchen stechen im Ranking durch eine besonders hohe Dichte ausgezeichneter Unternehmen hervor: Die IT-Beratung liegt mit 29 Preisträgern vorn – ein Beleg dafür, wie gefragt Digitalisierungs- und Transformationskompetenz derzeit ist. Es folgen die Anbieter von Unternehmenssoftware mit 23 prämierten Firmen, deren Lösungen längst zum operativen Fundament nahezu jeder Organisation gehören. Den dritten Platz teilen sich IT-Dienstleister, Stadtwerke und Versicherer mit jeweils 21 Auszeichnungen. Dass gleich drei so unterschiedliche Segmente einen derart breiten Kreis überzeugender Anbieter stellen, zeigt, wie vielfältig und wettbewerbsintensiv die deutsche Dienstleistungslandschaft ist.

## Ranking Business Partner 2026

Ausgezeichnete Unternehmen nach Branche

Rang		PUNKTE
<b>Personaldienstleister</b>		
1	<b>HSH+S</b>	<b>100,0</b>
2	<b>Randstad</b>	<b>98,6</b>
3	<b>Hofmann Personal</b>	<b>97,1</b>
4	<b>Robert Half</b>	<b>94,6</b>
5	<b>tempton</b>	<b>93,2</b>
6	<b>doxx</b>	<b>90,6</b>
7	<b>Amrop</b>	<b>87,8</b>
8	<b>Michael Page</b>	<b>86,6</b>
9	<b>HAGER Executive Consulting</b>	<b>81,1</b>
10	<b>Adecco</b>	<b>78,3</b>
11	<b>Manpower</b>	<b>77,2</b>
12	<b>Heidrick &amp; Struggles</b>	<b>76,8</b>
13	<b>EPOS Personaldienstleistungen</b>	<b>74,4</b>
14	<b>SYNERGIE Personal</b>	<b>72,7</b>

Tabelle: SZ Medienwerkstatt • Quelle: ServiceValue • Erstellt mit [Datawrapper](#)

In einem der wirtschaftlich bedeutsamsten Segmente, der Kategorie **Versicherer**, setzt sich die Allianz als Branchensieger durch. Das in München ansässige Unternehmen zählt zu den größten Versicherern und Vermögensverwaltern der Welt und betreut Millionen gewerblicher Kunden in Deutschland. Auf Platz zwei folgt die R+V Versicherung, die als Teil der genossenschaftlichen FinanzGruppe eng mit Volks- und Raiffeisenbanken verbunden ist. Den dritten Rang belegt die Zurich Insurance Group, ein Schweizer Versicherungsunternehmen mit starker Präsenz im deutschen Geschäftskundenmarkt.

An der Spitze der Kategorie **IT-Dienstleister** steht mit NTT DATA als Branchensieger ein japanischer IT-Konzern mit europäischer Zentrale in München. Das Unternehmen gehört zu den weltweit größten Anbietern von IT-Services und Beratungsleistungen. Platz zwei geht an Akkodis, einen Spezialisten für Engineering- und IT-Lösungen mit mehreren Standorten in Deutschland. Auf Rang drei findet sich Arvato

Systems, ein Tochterunternehmen der Bertelsmann-Gruppe, das seine Kunden bei komplexen Digitalisierungsprojekten begleitet.

In der Kategorie **Energieversorger (überregional)** konnte sich primo den Spitzenplatz im Ranking und den Titel Branchensieger sichern. Das Tochterunternehmen der E.ON-Gruppe mit Sitz in Neu-Isenburg gehört zu den bekanntesten Discount-Stromanbietern in Deutschland. Auf Rang zwei platziert sich Vattenfall, ein europäischer Energiekonzern in schwedischem Staatsbesitz. Die E.ON SE aus Essen sichert sich Rang drei.

Branchensieger im Bereich **Unternehmensberater** ist BearingPoint, eine europäische Management- und Technologieberatung mit Hauptsitz in Amsterdam und starker Verankerung im deutschsprachigen Markt. Auf Platz zwei folgt Simon-Kucher, eine aus Bonn stammende Strategieberatung, die sich insbesondere mit Preis- und Wachstumsstrategien international einen Namen gemacht hat. Den dritten Platz erreicht Baulig Consulting, eine Koblenzer Unternehmensberatung mit Schwerpunkt auf Digital- und Skalierungsstrategien für Mittelständler.

Auf Rang eins in der Kategorie **Wirtschaftsprüfer & Steuerberater** konnte sich Deloitte etablieren. Der Branchensieger zählt zu den „Big Four“ der weltweiten Prüfungs- und Beratungsgesellschaften und ist in Deutschland mit mehreren Tausend Mitarbeitern vertreten. Auf Platz zwei folgt Schultze & Braun, eine auf Restrukturierung und Insolvenzverwaltung spezialisierte Kanzlei aus Achern. Dritter wird RÖDL aus Nürnberg, eine international ausgerichtete Beratungsgesellschaft mit starker Mittelstandsorientierung.

Auf dem Feld der **Transport- & Logistikunternehmen** konnte die Firma SSI SCHÄFER den Spitzenplatz sichern und ist somit Branchensieger. Das aus dem Westerwald stammende Familienunternehmen zählt zu den weltweit führenden Anbietern intralogistischer Lösungen. Dahinter platziert sich L.I.T. aus Brake an der Unterweser, ein international tätiger Logistikdienstleister mit Fokus auf den Nord- und Ostseeraum. Rang drei ging an die Seifert Logistics Group (SLG) mit Sitz in Ulm, die sich vor allem im Bereich Kontraktlogistik für die Automobil- und Industriebranche etabliert hat.

Darüber hinaus zeigen sich weitere interessante Ergebnisse: Bei den **Ökostrom- & Gasanbietern** sichert sich Grünwelt Energie den Branchensieg. Unter den **Personaldienstleistern** setzt sich die HSH+S an die Spitze, gefolgt von den bekannten Namen Randstad und Hofmann Personal. Im Bereich der **IT-Security-Dienstleister** gewinnt Orange Business, bei den Messestandorten holt sich die Messe München den ersten Platz, gefolgt von der Messe Frankfurt. Bei den **Leasinggesellschaften** führt die Deutsche Leasing das Ranking an, und unter den **Stadtwerken** überzeugen die Stadtwerke Schwerin auf Platz eins.

Das Gesamtbild zeigt eine bemerkenswerte Vielfalt: An den Spitzenplätzen finden sich global operierende Konzerne ebenso wie regional verwurzelte Mittelständler, traditionsreiche Familienunternehmen genauso wie technologiegetriebene Digitalanbieter. Was sie verbindet, ist ein klares Profil und eine in der öffentlichen Wahrnehmung überdurchschnittliche Leistung in den Dimensionen Beratung, Seriosität, Vertrauen, Weiterempfehlung und Wirtschaftlichkeit.

*Sie haben Anregungen, Fragen oder sind als ausgezeichnetes Unternehmen an der Lizenzierung des Qualitätssiegels für Ihre Kommunikationsmaßnahmen interessiert? Schreiben Sie uns: [institut@sz.de](mailto:institut@sz.de).*