

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER 2023

BERICHTSBAND ZUR STUDIE DES F.A.Z.-INSTITUTS



IMWF INSTITUT

Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE





#

**MOTIVATION
& METHODIK**

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER 2023



MOTIVATION

Wer gehört zu Deutschlands begehrtesten Arbeitgebern?

Der Fachkräftemangel in der deutschen Wirtschaft bleibt weiterhin auf hohem Niveau. Nach Angaben des Kompetenzzentrums Fachkräftesicherung (Kofa) des Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) lag die Zahl der offenen Stellen für Qualifizierte im Dezember 2022 bei knapp 1,2 Millionen, das ist ein Anstieg von 2,9 Prozent gegenüber dem Vorjahresmonat.* Qualifizierte Arbeitnehmer haben also die Möglichkeit, ihren Arbeitgeber kritisch und sorgfältig auszuwählen. Andererseits stehen die Arbeitgeber vor der Herausforderung, ihre Attraktivität bei Fachkräften zu steigern. Dies kann für sie teuer und zeitaufwendig sein.

Vor diesem Hintergrund analysiert die Studie „Deutschlands begehrteste Arbeitgeber 2023“ die Daten eines Social Listening und einer Online-Befragung.

Das Social Listening untersucht hierbei für die Unternehmen die Eventtypen Arbeitgeber-Performance, die Performance in den Bereichen Wirtschaftlichkeit, Produkte & Services, Familienfreundlichkeit, Nachhaltigkeit und Management.

Parallel zum Social Listening wurde ein strukturierter Fragebogen an die Unternehmen verschickt, der die sieben Themengebiete Arbeitsplatzsicherheit, Arbeitszeiten, Gehaltsstruktur, Entwicklungs- & Weiterbildungsmöglichkeiten, Kommunikation, Familienfreundlichkeit und Zusatzleistungen behandelt.

Unternehmen, die zu den begehrtesten Arbeitgebern in Deutschland gehören, können sich mit dieser Auszeichnung von der Konkurrenz abheben und bei potenziellen Bewerbern einen besonders interessanten Eindruck erreichen.

* <https://www.iwkoeln.de/studien/sabine-koehne-finster-jurek-tiedemann-fachkraeftereport-dezember-2022-fachkraefteluecke-trotz-leichtem-rueckgang-auf-hohem-niveau.html>

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER 2023

METHODIK: DATENERHEBUNG SOCIAL LISTENING

Die Datenerhebung für das Social Listening erfolgt zweistufig. Der erste Schritt ist das sog. Crawling:

1. Zuerst werden von unserem Partner pressrelations **sämtliche Texte, welche die Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst.** Das Quellenset umfasst dabei annähernd sämtliche Seiten bzw. Inhalte von Seiten, die folgende Bedingungen erfüllen:
 - a. Deutschsprachige Domains (.at- und .ch-Seiten werden ausgeschlossen)
 - b. Uneingeschränkter Zugang zum Inhalt der Seite
2. Nicht erfasst werden Seiten oder Inhalte, die sich z.B. hinter einer Bezahlschranke oder einem zugriffsgeschützten Bereich befinden.
3. Damit ist das Quellenset sehr umfangreich.

Nachrichten-Seiten 

Webseiten 

Foren 

 Blogs



 **Wichtige**
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-Seiten**

 **Pressemitteilungen**

Die zweite Stufe, das sog. Processing, greift auf die im Crawling gesammelten Daten zu und analysiert diese nach den Vorgaben des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes.

1. Der große Datentopf wird dazu von unserem Partner Skylink mittels Verfahren der **Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze)** in Textfragmente aufgesplittet und anschließend in drei Stufen analysiert:
 - a. Welches Unternehmen wird erwähnt?
 - b. Welches Thema wird besprochen? (sog. Eventtyp)
 - c. Welche Tonalität weist das Textfragment auf?
2. Die Zuordnung der Erwähnungen zu den jeweiligen Eventtypen erfolgt mit Hilfe definierter Keywords, Text- und Satzkorpora, welche die Themengebiete breit abbilden und umfassen.
3. Auf der letzten Stufe werden die Erwähnungen mit einer Sentiment-Analyse bewertet und den Kategorien positiv, neutral oder negativ zugeordnet.



EINSATZ NEURONALER NETZE

Die im Processing verwendete Künstliche Intelligenz kategorisiert die gefundenen Textfragmente in einzelne Themengebiete. Diese werden „Eventtypen“ genannt. Hierbei existiert ein Katalog vordefinierter Eventtypen, von denen die folgenden in dieser Studie verwendet wurden.

Die Darstellung auf der folgenden Folie veranschaulicht die Systematik unseres Modells.

VERWENDETE EVENTTYPEN

Die Eventtypen beinhalten unter anderem folgende Themen:

Arbeitgeber-Performance: Arbeitsplatzsicherheit, Zufriedenheit am Arbeitsplatz, Berufsalltag, Betriebsklima, Work-Life-Balance

Management-Performance: Leadership, Zukunftsorientierung, strategische Planung

Wirtschaftliche Performance: Profitabilität, Risikomanagement, Wettbewerbsvorteile, Personalzahlentwicklungen

Produkt- & Service-Performance: Produktneuheiten, Funktionalität, Dienstleistungen

Familienfreundlichkeit: Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Familienpolitik, Familienbonus

Nachhaltigkeit: Soziale, ökonomische und ökologische Verantwortung

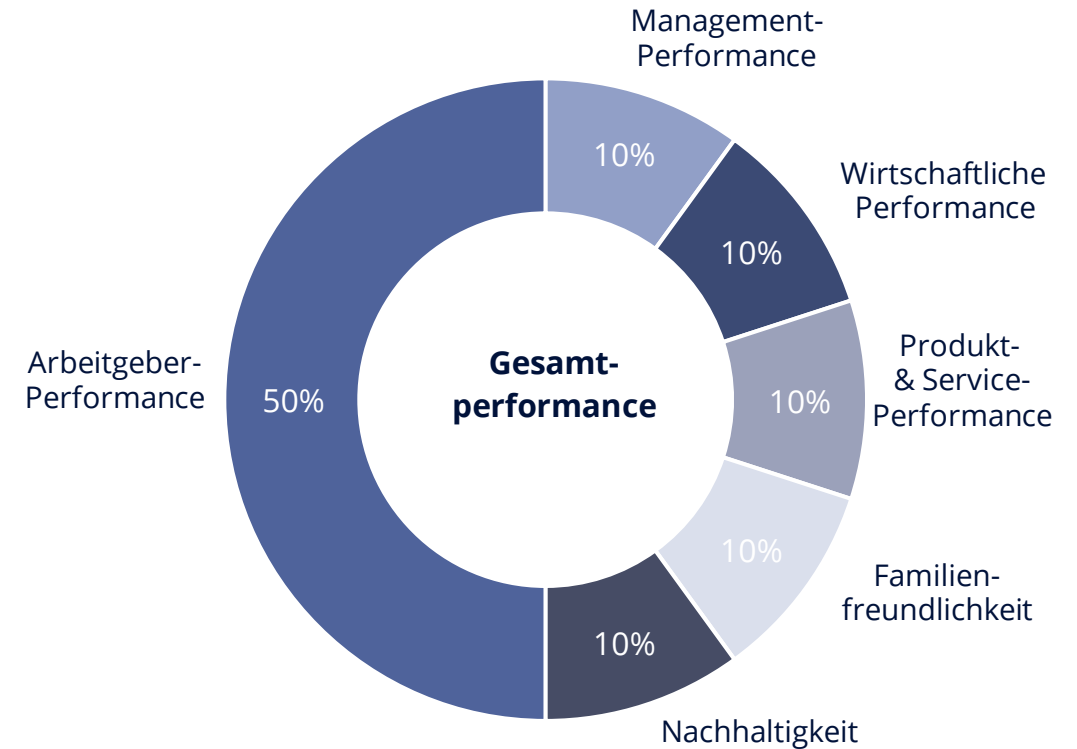
DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER 2023

METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

Es genügt nicht, allein in einem Themenfeld zu glänzen.

Jede der betrachteten Dimensionen ist wichtig für die Messung der Performance eines Unternehmens.

Dabei werden die Arbeitgeber-Performance mit 50% und die anderen Reputationsfaktoren mit je 10% gewichtet (vgl. nebenstehende Grafik).



DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER 2023

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL LISTENING



Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE

Für diese Studie konnten **rund 12,8 Millionen Nennungen** zu den etwa **16.000** Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Juni 2022** bis **31. Mai 2023** identifiziert und zugeordnet werden.

Wie werden die Punktwerte für die Eventtypen ermittelt?

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte werden für jedes Unternehmen und jeden Themenbereich des Modells folgende zwei Werte ermittelt:

- Tonalitätssaldo: Differenz aus positiven und negativen Nennungen geteilt durch die Gesamtzahl der Nennungen
- Reichweite: Anzahl der Gesamtnennungen im Verhältnis zum Mittelwert der Branche

Anschließend werden diese Werte zu einem ersten Punktwert verrechnet. Je reichweitenstärker ein Unternehmen ist, desto stärker wirkt sich die Tonalität aus, also ob die Kommunikation überwiegend positiv oder negativ gefärbt ist.

Dieser so gewonnene Punktwert wird anschließend für die gesamte Branche normiert. Das beste Unternehmen erhält hierbei 100 Punkte und bildet hiermit den Vergleichswert für alle anderen Unternehmen dieser Branche. Weniger als 0 Punkte können nicht erreicht werden.

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER 2023

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG FRAGEBOGEN



Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE

Zusätzlich zum Social Listening wurde an die Unternehmen ein strukturierter Online-Fragebogen verschickt.

In den im Fragebogen behandelten **sieben Themengebieten Arbeitsplatzsicherheit, Arbeitszeiten, Gehaltsstruktur, Entwicklungs- & Weiterbildungsmöglichkeiten, Kommunikation, Familienfreundlichkeit und Zusatzleistungen** konnten jeweils maximal 100 Punkte erreicht werden.

Die so ermittelte Gesamtpunktzahl aus der Online-Befragung wurde für die jeweilige Branche des betrachteten Unternehmens normiert. Das schlechteste und das beste Unternehmen bilden mit 0 und 100 Punkten die Eckpunkte der Branche, die weiteren Wettbewerber werden anhand ihres Punktwerts auf dieser Spanne abgetragen.

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER 2023

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Deutschlands begehrteste Arbeitgeber 2023**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Branchengesamtranking vergeben.

Der Punktwert ergibt sich als Summe der Punkte aus dem Social Listening und des Online-Fragebogens, dabei wird der Online-Fragebogen stärker gewichtet als das Social Listening. Steht nur eine der beiden Quellen zur Verfügung, zählt der Punktwert aus der vorliegenden Quelle. Die Punkte werden aus den beiden Säulen branchenspezifisch normiert. Hierbei wird erneut eine Skala von 0 bis 100 Punkten verwendet. Der jeweilige Branchensieger erhält 100 Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen innerhalb der Branche. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen, die mindestens **60 Punkte** in der Gesamtwertung erreichen.

Insgesamt werden etwa **1100 Unternehmen** ausgezeichnet.





#

KONTAKT

ÜBER DAS F.A.Z.-INSTITUT

INTELLIGENCE IN MARKETING AND COMMUNICATIONS

Das F.A.Z.-Institut ist ein Unternehmen der renommierten Verlagsgruppe Frankfurter Allgemeine Zeitung. Als Dienstleister für Kommunikations- und Marketingentscheider steht es für relevante, glaubwürdige und hochwertige Informationen. Seit mittlerweile 30 Jahren zeichnet sich die Arbeit des F.A.Z.-Instituts durch fachliche Anerkennung, ein hohes Renommee und langjähriges Kundenvertrauen aus.

Unternehmen profitieren hierbei von:

- Marketing- und Kommunikationslösungen
- Studien zur Unternehmensreputation
- KI-gestützte Reputationsanalysen
- Netzwerken, Events und Magazinen
- Zertififikatsstudien



ÜBER DAS IMWF

STRATEGIC IMPACT THAT MAKES THE DIFFERENCE



Das IMWF liefert **Insights für die strategische und operative Steuerung** in Pressearbeit, Marketing und Risikomanagement. Weltweit. Hochverdichtet. Handlungsleitend für unsere Kunden.

Basis dafür ist die gesamte öffentliche Kommunikation zu Marken, Unternehmen und Institutionen auf 438 Millionen Webseiten weltweit. In 130 Sprachen. Allein in Deutschland analysiert das IMWF laufend die Kommunikation zu 27.000 Marken und Unternehmen sowie zu 4.000 politischen Akteuren. Täglich wertet das IMWF Millionen von Aussagen aus und nutzt dafür eigens entwickelte Instrumente der künstlichen Intelligenz. Damit gehört das IMWF zu den **führenden Anbietern von KI-basierten Inhaltsanalysen in Europa**.

Die millionenfache Kommunikation verdichtet das IMWF-Analyseteam zu strategischen und operativen Handlungsempfehlungen. Unser Anspruch ist die Verdichtung auf das Entscheidende. Und das extrem zeitnah, um die Reaktionsgeschwindigkeit unserer Kunden bestmöglich zu unterstützen.

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER 2023

KONTAKT

Herausgeber der Studie

F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und Medieninformationen GmbH

Pariser Straße 1
60486 Frankfurt am Main

Fon: +49 69 75 91 11 33
Fax: +49 69 75 91 80 11 33

E-Mail: info@faz-institut.de

www.faz-institut.de

Wissenschaftspartner

IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung GmbH

Vermarktungspartner

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
50935 Köln

Fon: +49 221 67 78 67 61
Fax: +49 221 67 78 67 99

a.goeschl@servicevalue.de

www.servicevalue.de