

HÖCHST VERTRAUENSWÜRDIGE UNTERNEHMEN 2023

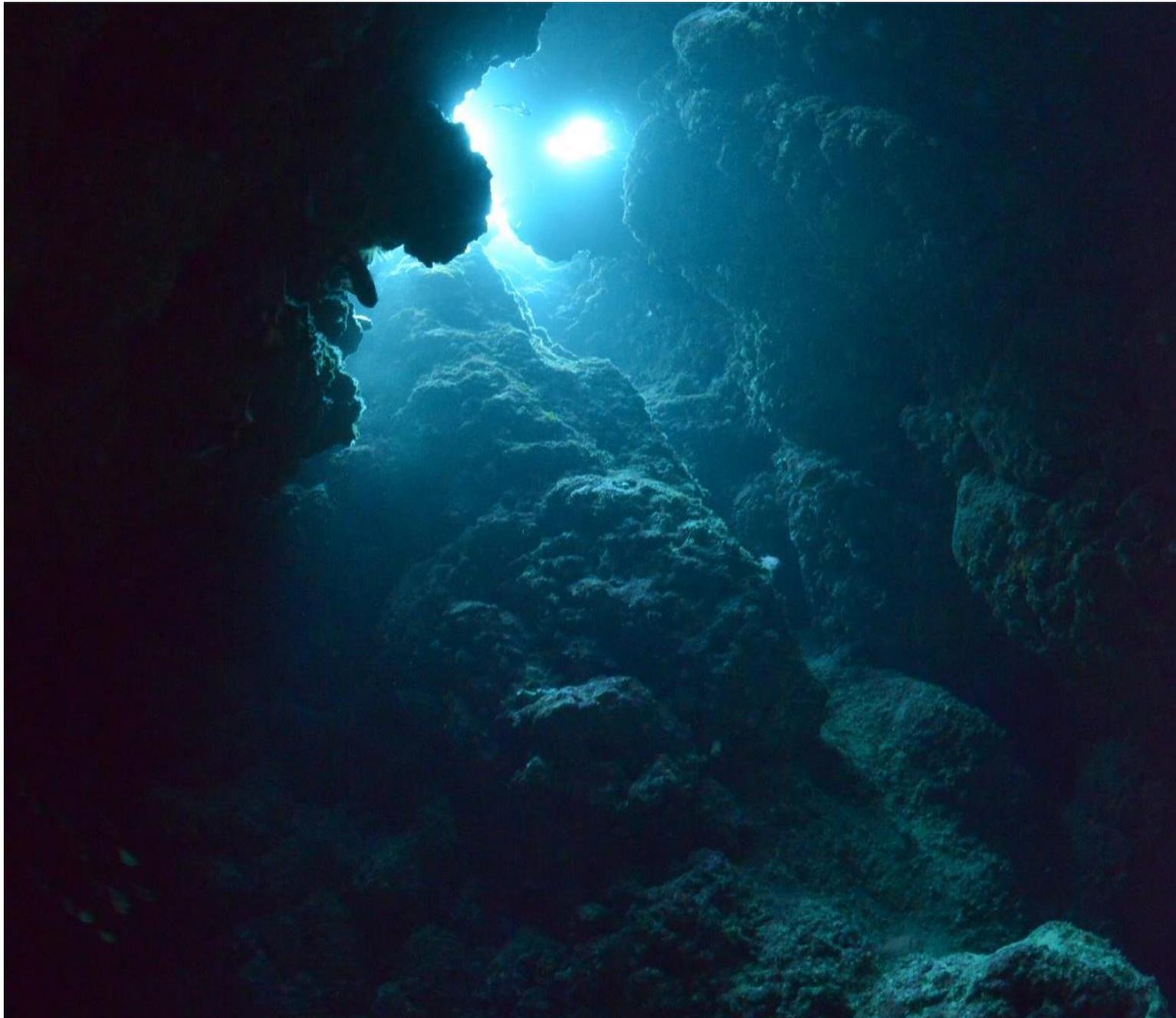
BERICHTSBAND ZUR STUDIE DES F.A.Z.-INSTITUTS



IMWF INSTITUT

Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE





#

**MOTIVATION
& METHODIK**

HÖCHST VERTRAUENSWÜRDIGE UNTERNEHMEN

MOTIVATION



Vertrauen bildet die Basis einer erfolgreichen Geschäftsbeziehung.

Kunden müssen dem Unternehmen vertrauen, um eine langfristige Beziehung aufzubauen und loyal zu bleiben. Ohne Vertrauen sind Kunden weniger bereit, wiederholt bei einem Unternehmen einzukaufen oder dessen Produkte und Dienstleistungen weiterzuempfehlen. Vertrauen führt zu einer positiven Wahrnehmung der Marke und stärkt die Bindung zwischen Unternehmen und Kunden. Es ist jedoch nicht immer einfach, Kundenvertrauen aufzubauen - vor allem, wenn die Märkte mit Produkten und Dienstleistungen verschiedener Anbieter stark gesättigt sind.

Vor diesem Hintergrund analysiert die Studie „Höchst vertrauenswürdige Unternehmen“ die Daten eines Social Listening. Das Social Listening untersucht hierbei die Eventtypen Vertrauen, Management, Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit, Produkt & Service sowie Arbeitgeber. So wird die Vertrauensbasis breit und umfassend bewertet.

Unternehmen, die laut dieser Studie zu den höchst Vertrauenswürdigen gehören, können sich mit der Auszeichnung von der Konkurrenz abgrenzen und sowohl bei Kunden als auch bei weiteren Stakeholdern einen besonders positiven Eindruck hinterlassen.

HÖCHST VERTRAUENSWÜRDIGE UNTERNEHMEN

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

 **Presse-**
mitteilungen

HÖCHST VERTRAUENSWÜRDIGE UNTERNEHMEN

METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL LISTENING

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.



HÖCHST VERTRAUENSWÜRDIGE UNTERNEHMEN

METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL LISTENING

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:

Vertrauen: sich auf etwas verlassen / auf etwas zählen / verlässlich / zuverlässig / glaubwürdig / glaubhaft / Versprechen

Management: Leadership / Zukunftsorientierung / strategische Planung / Personen / Gremium / Chef / Pressesprecher / Geschäftsleitung / Leiter / Führungskraft

Wirtschaftlichkeit: Profitabilität / Risikomanagement / Wettbewerbsvorteile / neue Standorte / Investitionen / Umsatz und Gewinn / Aktienmarkt / Mergers & Acquisitions

Nachhaltigkeit: soziale Verantwortung / ökologische Verantwortung / ökonomische Verantwortung

Produkt & Service: Qualität / Preis / Produktneuheiten / Funktionalität / Anwenderfreundlichkeit / Dienstleistungen / allgemeiner Verkaufsprozess / Kundenzufriedenheit / Produkt-verbesserung

Arbeitgeber: Arbeitsplatzsicherheit / Mitarbeiterorientierung / Zufriedenheit am Arbeitsplatz

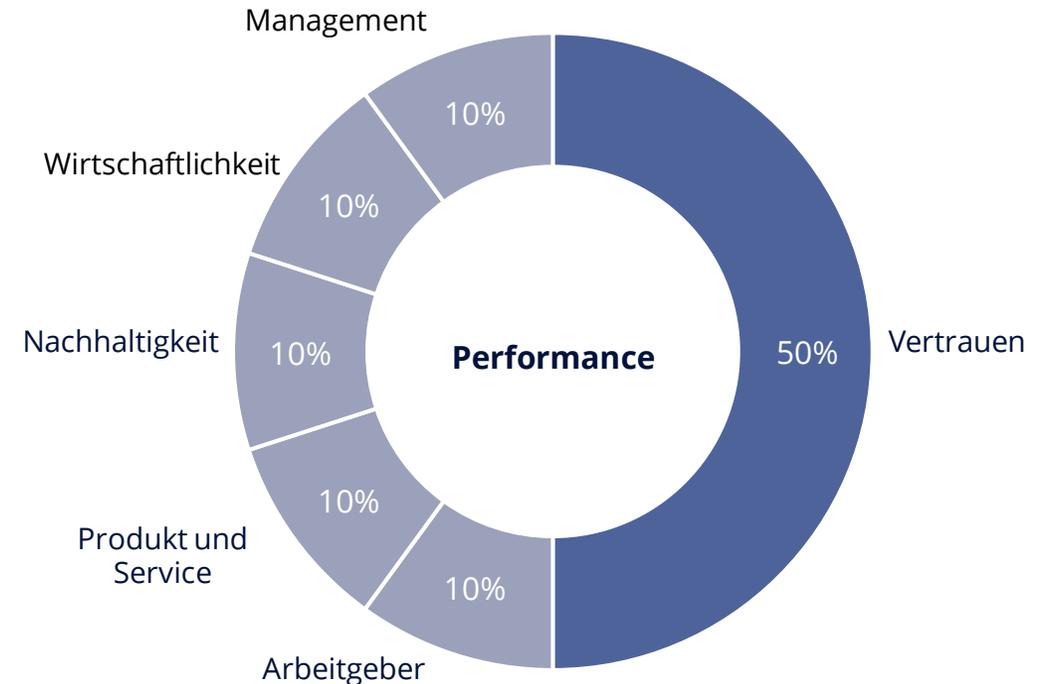
HÖCHST VERTRAUENSWÜRDIGE UNTERNEHMEN

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.

Die Messung der Performance beruht zu jeweils 10 % auf der Bewertung der Eventtypen Management, Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit, Produkt & Service und Arbeitgeber. Für den Eventtyp Vertrauen erfolgt eine Bewertung zu 50 %.



HÖCHST VERTRAUENSWÜRDIGE UNTERNEHMEN

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL LISTENING



Für diese Studie konnten rund **14 Millionen Nennungen** zu den etwa **18.000** Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **16. Juni 2022** bis **15. Juni 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.

HÖCHST VERTRAUENSWÜRDIGE UNTERNEHMEN

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Höchst vertrauenswürdige Unternehmen**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Branchengesamtranking vergeben.

Die Berechnung des Punktwertes erfolgt branchenspezifisch auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Der Branchensieger erhält **100** Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen, die mindestens **60** Punkte in der Gesamtwertung erreichen.

Insgesamt werden etwa **900 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
- Zertifizierungsstudien



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 eigensentwickelte 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.

HÖCHST VERTRAUENSWÜRDIGE UNTERNEHMEN

KONTAKT



Faktenkontor Group
EXCELLENCE
CREATES VALUE

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