F.A.Z.-INSTITUT

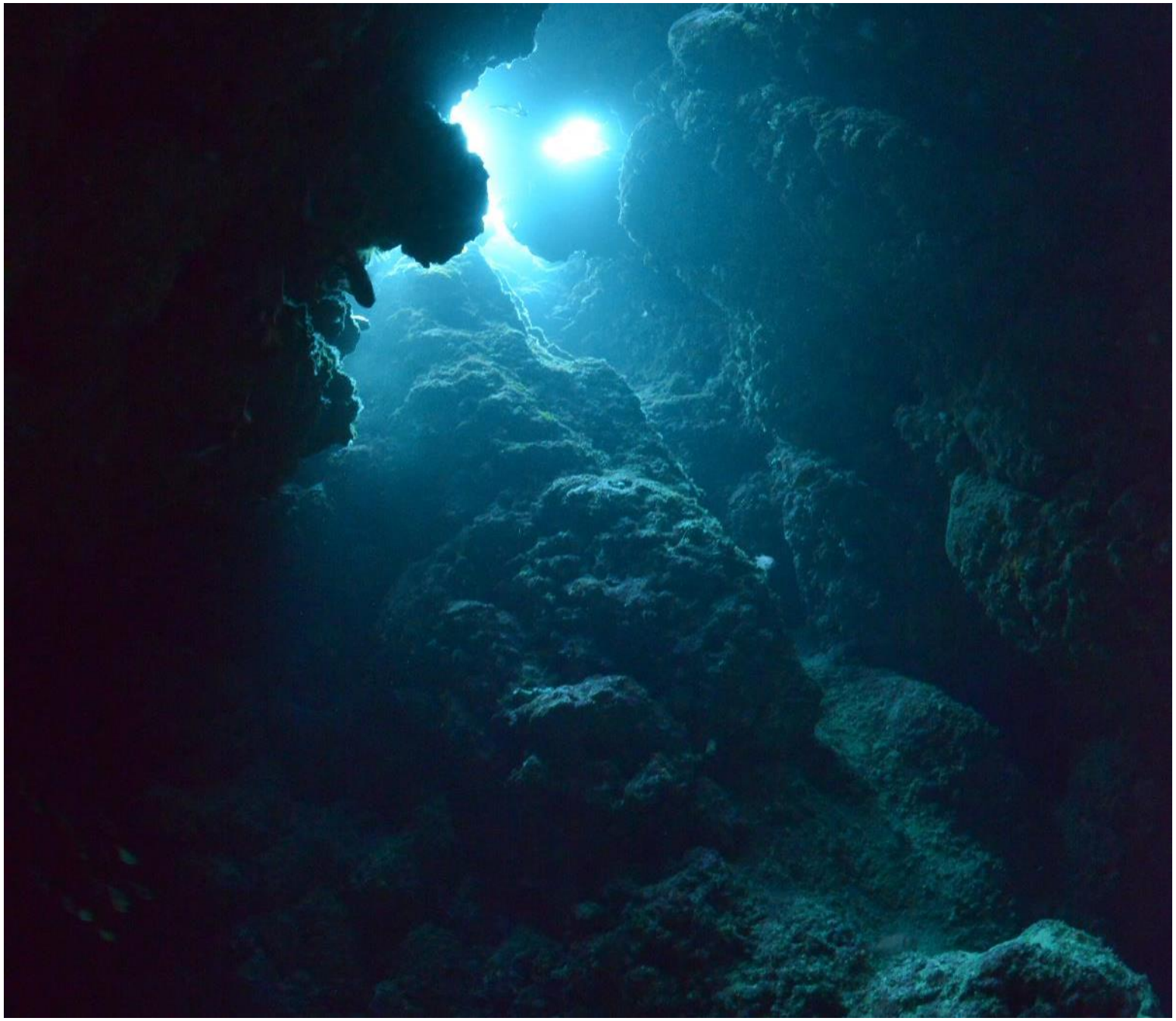
HÖCHSTES ANSEHEN 2023

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

IMWF INSTITUT

Faktenkontor Group
EXCELLENCE CREATES VALUE

ServiceValue



MOTIVATION & METHODIK

HÖCHSTES ANSEHEN 2023

MOTIVATION

WAS ZEICHNET EIN UNTERNEHMEN MIT DEM HÖCHSTEN ANSEHEN AUS?

Als Teil des immateriellen Kapitals stellt das Ansehen eines Unternehmens die Gesamtheit dessen dar, wie es von der Öffentlichkeit wahrgenommen wird. Unternehmen mit einem hohen Ansehen können sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich aus einer positiven Gesamtwahrnehmung entscheidende Vorteile ziehen. Darüber hinaus kommt Unternehmen mit hohem Ansehen noch ein weiterer Wettbewerbsvorteil zugute: Im Wettbewerb um engagierte, flexible und belastbare Fach- und Führungskräfte können sie sich leichter durchsetzen.

Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Höchstes Ansehen 2023“ die Daten eines Social Listenings. Das Social Listening untersucht hierbei die Eventtypen Management, Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit, Produkt und Service, Arbeitgeber sowie Innovation. In der vorliegenden Analyse geschieht das durch die Verdichtung auf das Entscheidende: Welche Unternehmen können im Jahr 2023 das höchste Ansehen in Deutschland erzielen?

© F.A.Z.-Institut GmbH, IMWF

HÖCHSTES ANSEHEN 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.

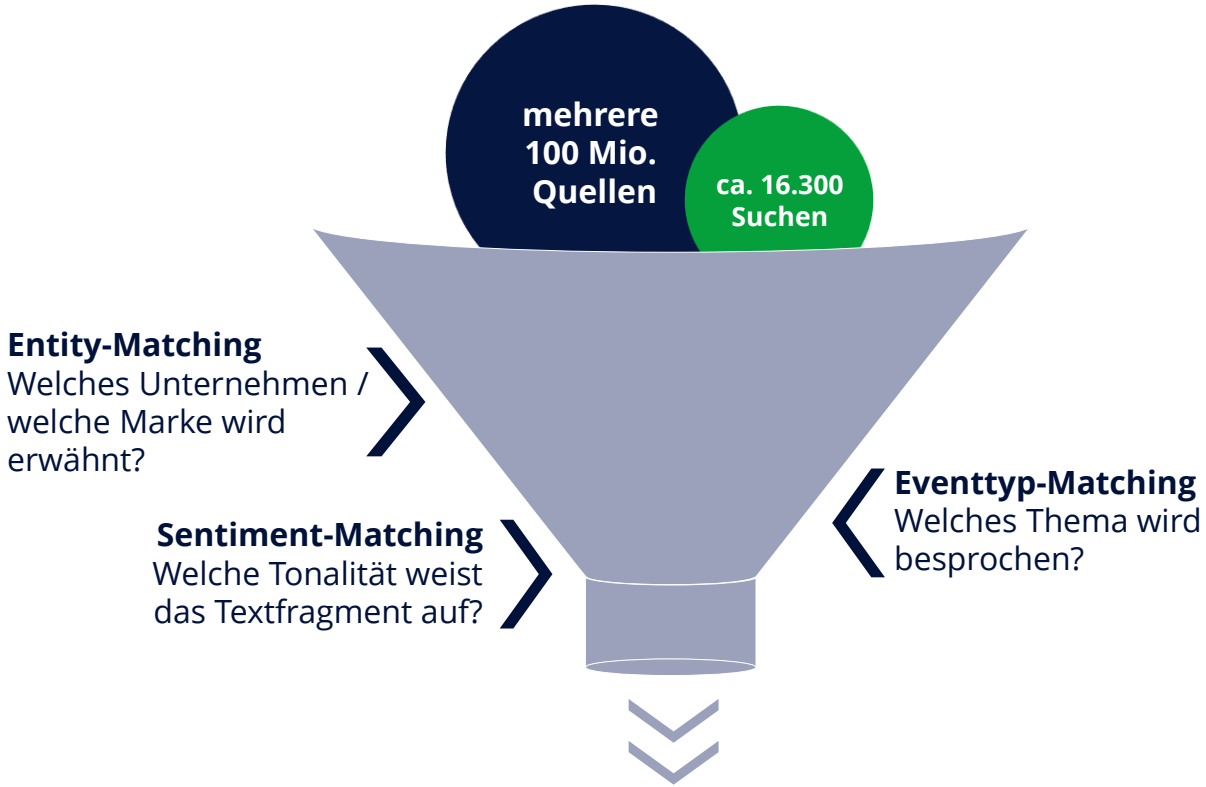
 © F.A.Z.-Institut GmbH, IMWF

HÖCHSTES ANSEHEN 2023

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 Skaylink mittels Verfahren der **Künstlichen Intelligenz (sog. neuronale Netze)** in Textfragmente aufgesplittet und anschließend in drei Stufen analysiert:
   a. Welches Unternehmen / welche Marke 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.



DATENBASIS FÜR DAS SOCIAL LISTENING

© F.A.Z.-Institut GmbH, IMWF

HÖCHSTES ANSEHEN 2023

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:

Management: Leadership, Zukunftsorientierung, Strategische Planung, Personen, Gremium

Wirtschaftlichkeit: Profitabilität, Risikomanagement, Wettbewerbsvorteile, Personalabbau, Aktienmarkt

Nachhaltigkeit: Soziale Verantwortung, Ökologische Verantwortung, Ökonomische Verantwortung

Produkt und Service: Qualität, Preis, Produktneuheiten, Funktionalität, Kundenzufriedenheit, Produktverbesserung

Arbeitgeber: Arbeitsplatzsicherheit, Kollegenzusammenhalt, Arbeitsatmosphäre, Berufsalltag, Work-Life-Balance

Innovation: Vernetzung, Disruptive Technologien, Agile Methoden, Predictive Analytics, Lean Startup

© F.A.Z.-Institut GmbH, IMWF

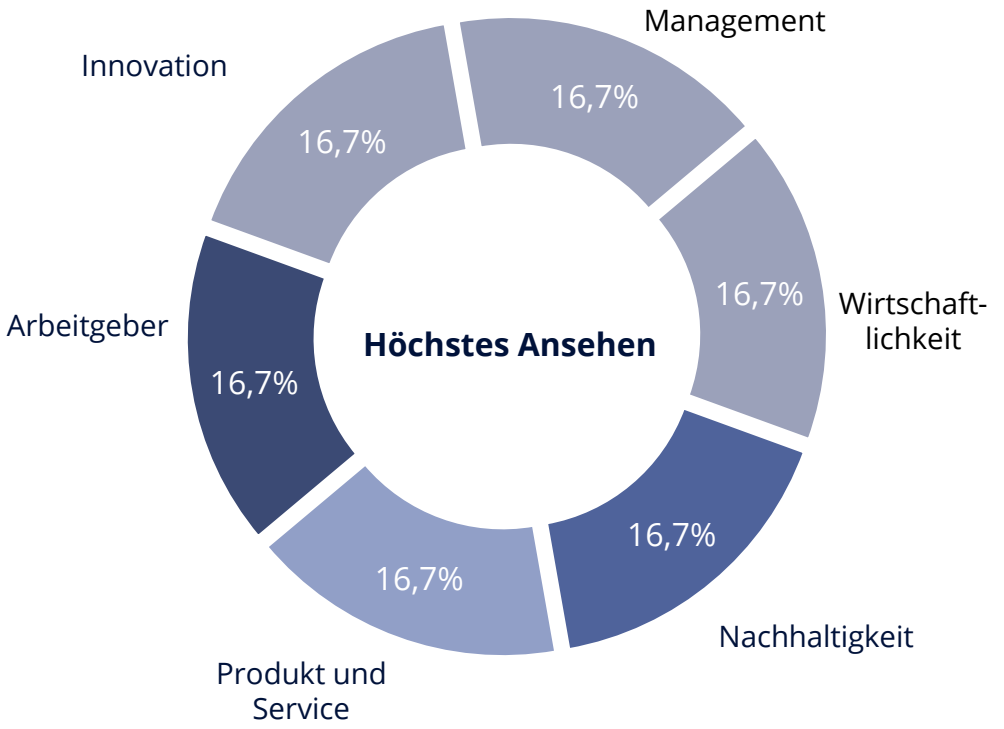
HÖCHSTES ANSEHEN 2023

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.

Die Messung der Performance beruht zu jeweils einem Sechstel auf der Bewertung der Eventtypen Management, Wirtschaftlichkeit, Nachhaltigkeit, Produkt und Service, Arbeitgeber und Innovation.



 © F.A.Z.-Institut GmbH, IMWF

HÖCHSTES ANSEHEN 2023

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL LISTENING

Für diese Studie konnten rund **12,6 Millionen Nennungen** zu den gut **16.300** Unternehmen und Marken innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. August 2022** bis **31. Juli 2023** identifiziert und zugeordnet werden.

Wie werden die Punktwerte für die Eventtypen ermittelt?

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte werden für jedes Unternehmen und Marken 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 / eine Marke 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. Der Beste erhält hierbei 100 Punkte und bildet hiermit den Vergleichswert für alle anderen dieser Branche. Weniger als 0 Punkte können nicht erreicht werden.

© F.A.Z.-Institut GmbH, IMWF

HÖCHSTES ANSEHEN 2023

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung **„Höchstes Ansehen 2023“** 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/Marken. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen/Marken, die mindestens **60** Punkte in der Gesamtwertung erreichen.

Insgesamt werden etwa **1.570 Unternehmen und Marken** ausgezeichnet.

 © F.A.Z.-Institut GmbH, IMWF

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
- Zerfifikatsstudien

 © F.A.Z.-Institut GmbH, IMWF

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.

© F.A.Z.-Institut GmbH, IMWF

HÖCHSTES ANSEHEN 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

E-Mail: a.goeschl@servicevalue.de

www.servicevalue.de

© F.A.Z.-Institut GmbH, IMWF