

# AUSBILDUNGS-CHAMPIONS 2024

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



IMWF INSTITUT

Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE





#

**MOTIVATION  
& METHODIK**

# AUSBILDUNGS-CHAMPIONS 2024

## MOTIVATION



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

Die Auszubildenden von heute sind die Fachkräfte von morgen. In Zeiten des Fachkräftemangels stellen unbesetzte Ausbildungsplätze für Unternehmen das Risiko dar, in Zukunft qualifizierte Positionen nicht besetzen zu können. Deshalb sollten Unternehmen ihre Anstrengungen zur Gewinnung von Auszubildenden verstärken. Hier ist es äußerst wichtig, dass die Unternehmen sowohl ihre Attraktivität als Arbeitgeber steigern als auch ihre eigenen Ausbildungsprogramme interessant und begehrenswert gestalten.

Vor diesem Hintergrund analysiert die Studie „Ausbildungs-Champions 2024“ die Daten eines Social Listening und einer Online-Befragung. Das Social Listening untersucht hierbei für die Unternehmen die Themenbereiche Ausbildung und Arbeitgeber.

Parallel zum Social Listening wurde ein strukturierter Fragebogen an die Unternehmen verschickt, der die fünf Themengebiete Qualifikation, Weiterbildung, Ausbildungserfolg, Übernahme und Vergütung behandelt.

Unternehmen, die zu den Ausbildungs-Champions gehören, können diese Auszeichnung nutzen, um ihre Reputation als attraktive Ausbildungsbetriebe aktiv zu verbessern.

# AUSBILDUNGS-CHAMPIONS 2024

## 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 

mehrere  
**100 Mio.**  
Online-Quellen

 Blogs

 **Wichtige**  
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**  
Seiten

 **Presse-**  
mitteilungen



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.



# AUSBILDUNGS-CHAMPIONS 2024

## 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:

**Ausbildung:** Berufsausbildung, Lehrstelle, Ausbildungsplatz, Auszubildende, Azubi, Lehrling

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

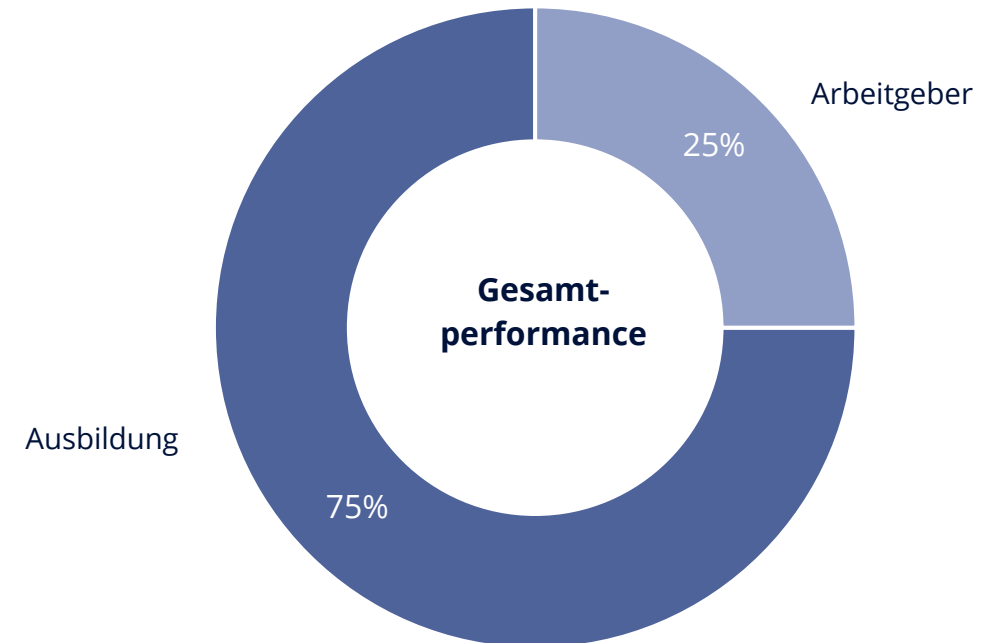
# AUSBILDUNGS-CHAMPIONS 2024

## 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 Eventtypen Ausbildung mit 75% und Arbeitgeber mit 25% gewichtet.



# AUSBILDUNGS-CHAMPIONS 2024

## METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL LISTENING



### Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **1,7 Millionen Nennungen** zu etwa **12.400 Unternehmen** innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Juli 2022 bis 30. Juni 2024** identifiziert und zugeordnet werden.

Zur Berechnung der Punktwerte werden für jedes Unternehmen jeweils die Tonalität und die Reichweite berücksichtigt.

Dies erfolgt durch die Ermittlung der Tonalitätssaldi je Eventtyp, die anschließend gewichtet zu einem Gesamtonalitätswert verrechnet werden.

Die Reichweite geht ein durch die Berechnung der Differenz von positiven und negativen Fragmenten je Eventtyp. Diese Werte werden gewichtet und zu einem Gesamtreichweitenwert verrechnet.

Diese beiden Werte sind die Basis eines ersten Punktwertes im Social Listening.

Danach werden diese Punktwerte für alle Unternehmen branchenbezogen normiert. Das beste Unternehmen jeder Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden branchenbezogen normiert.

Daraus ergibt sich der Punktwert des Social Listening, der mit dem Punktwert aus der Online-Befragung zu einem Gesamtpunktwert verrechnet wird.



# AUSBILDUNGS-CHAMPIONS 2024

## METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG FRAGEBOGEN



### Wie werden die Punktwerte des Fragebogens ermittelt?

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

Der Fragebogen umfasst die **fünf** Themengebiete **Qualifikation, Weiterbildung, Ausbildungserfolg, Übernahme und Vergütung**. **In jedem Themengebiet können** jeweils maximal **100 Punkte** erreicht werden.

Die so ermittelte Gesamtpunktzahl aus der Online-Befragung wird 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.

# AUSBILDUNGS-CHAMPIONS 2024

## METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

### Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Ausbildungs-Champions 2024**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Branchengesamtranking vergeben.

Die Punktwerte aus dem Social Listening und des Fragebogens werden zu einem Gesamtpunkt看wert verrechnet.

Diese Berechnung 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 überdurchschnittliche Punktwerte in der Gesamtwertung in ihrer Branche erreichen.





#

**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
- Zertifikatsstudien



# 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.

# AUSBILDUNGS-CHAMPIONS 2024

## 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](mailto:info@faz-institut.de)

[www.faz-institut.de](http://www.faz-institut.de)

### Wissenschaftspartner

## **IMWF 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](mailto:a.goeschl@servicevalue.de)

[www.servicevalue.de](http://www.servicevalue.de)