

# VORBILDICHE UNTERNEHMENSKULTUR 2024

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



#

**MOTIVATION  
& METHODIK**

# VORBILDICHE UNTERNEHMENSKULTUR 2024

## MOTIVATION



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

### Was zeichnet Unternehmen mit einer vorbildlichen Unternehmenskultur im Jahr 2024 aus?

Eine positive Arbeitsumgebung fördert die Motivation und damit auch die Arbeitsleistung der eigenen Mitarbeitenden. Vor allem erfolgreiche Unternehmen schaffen eine Arbeitsatmosphäre, in der sich die Mitarbeitenden nicht nur motiviert, sondern auch geschätzt fühlen. Die damit einhergehende emotionale Bindung an das Unternehmen ist ein wesentlicher Bestandteil einer positiven Unternehmenskultur, da sie das Engagement und die Zufriedenheit der Mitarbeitenden fördert. Die Art des Managements ist dabei von entscheidender Bedeutung. Führungskräfte, die Transparenz, Vertrauen und offene Kommunikation leben, tragen maßgeblich zu einer Kultur des gegenseitigen Respekts bei. Sie agieren nicht nur als Vorgesetzte, sondern auch als Mentorinnen und Mentoren, welche die individuellen Stärken und Potenziale ihrer Mitarbeitenden erkennen und fördern.

Zudem zeichnet sich eine vorbildliche Unternehmenskultur durch eine gelebte Wissenskultur aus. Eine solche Kultur betont kontinuierliches Lernen und Innovation, wobei Mitarbeitende ermutigt werden, ihre Fähigkeiten stetig weiterzuentwickeln und ihr Wissen zu teilen. Dies führt zu einer dynamischen und kreativen Arbeitsumgebung, die sowohl individuelle als auch unternehmerische Erfolge begünstigt.

Es wird klar, dass Arbeitgeber, die auf Emotionalität, starkes Management und eine offene Wissenskultur setzen, nicht nur das Wohl ihrer Mitarbeitenden fördern, sondern auch ihre eigene Wettbewerbsfähigkeit nachhaltig stärken. Diese vorbildlichen Unternehmen setzen neue Maßstäbe und dienen als Vorbilder für eine herausragende Unternehmenskultur im Jahr 2024.

**Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Vorbildliche Unternehmenskultur 2024“ die Daten eines Social Listening. Das Social Listening untersucht die Themengebiete Arbeitgeber, Emotionalität, Management, Unternehmenskultur und Wissenskultur.**

# VORBILDICHE UNTERNEHMENSKULTUR 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 



 Blogs

 **Wichtige**  
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**  
Seiten

 **Presse-**  
mitteilungen

# VORBILDLICHE UNTERNEHMENSKULTUR 2024

## 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.



# VORBILDLICHE UNTERNEHMENSKULTUR 2024

## METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL LISTENING



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

### 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:** Personalpolitik, interne Kommunikation, Arbeitgeberattraktivität, Arbeitsrecht, Work-Life-Balance

**Emotionalität:** akzeptierend, ängstlich, nachdenklich, froh, gelassen, begeistert, vertrauend, wütend, verärgert, bereit

**Management:** Chef, Management, Vorstände, Vorstand, Pressesprecher, Geschäftsführer, Geschäftsleitung

**Unternehmenskultur:** Führungskultur, Personalpolitik, Mitarbeiterbindung, Mitarbeiterorientierung, Firmenkultur

**Wissenskultur:** Lebenslanges Lernen, E-Learning, Learning on Demand, Neugierkultur, Gamification, Serious Play

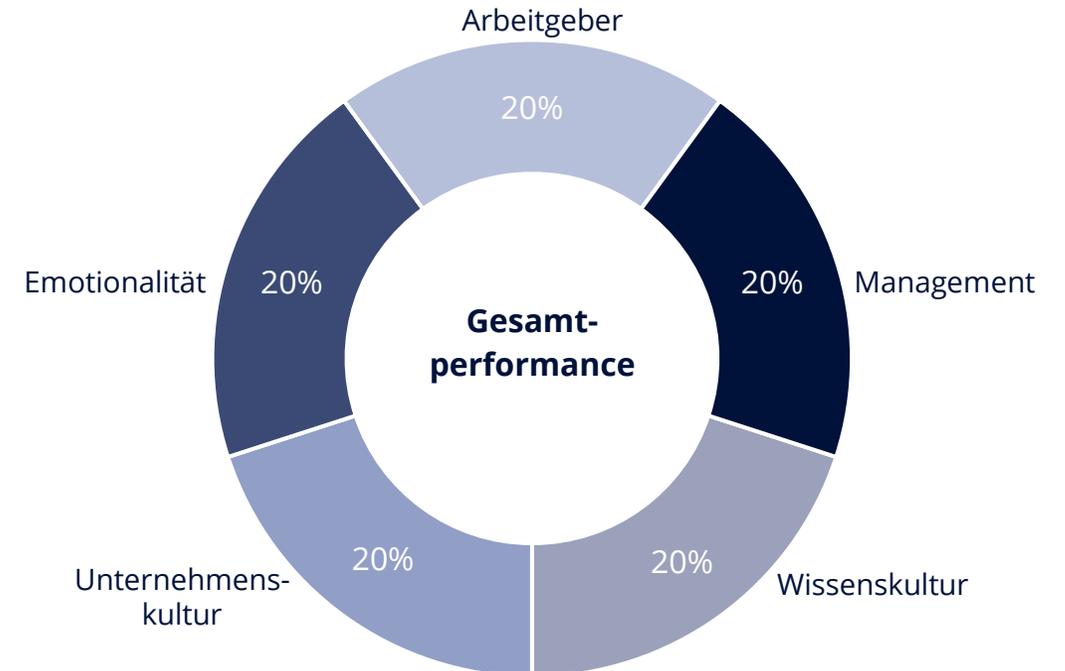
# VORBILDLICHE UNTERNEHMENSKULTUR 2024

## 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.

Die Messung der Performance beruht zu jeweils 20 % auf der Bewertung der Eventtypen Arbeitgeber, Emotionalität, Management, Unternehmenskultur und Wissenskultur (vgl. nebenstehende Graphik).



# VORBILDICHE UNTERNEHMENSKULTUR 2024

## METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL LISTENING



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

### Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **6 Millionen Nennungen** zu etwa 13.000 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.

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

Abschließend wird für jede Branche der durchschnittliche Punktwert aller Teilnehmer ermittelt. Dieser bildet die Untergrenze für die Vergabe der Auszeichnungen.

# VORBILDLICHE UNTERNEHMENSKULTUR 2024

## METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

### Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Vorbildliche Unternehmenskultur 2024**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Gesamtranking vergeben.

Die Berechnung des Punktwertes erfolgt branchenspezifisch auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. 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 überdurchschnittlich viele Punkte erreicht haben.





#

**KONTAKT**

# ÜBER DAS F.A.Z.-INSTITUT

## INTELLIGENCE IN MARKETING AND COMMUNICATIONS



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

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



Faktenkontor Group  
EXCELLENCE  
CREATES VALUE

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.

# VORBILDLICHE UNTERNEHMENSKULTUR 2024

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

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

### 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)