

# DEUTSCHLANDS FAIRSTE 2025

JANUAR 2025





#

**MOTIVATION  
& METHODIK**

## MOTIVATION

### **Fairness aus verschiedenen Perspektiven**

Fairness wird oft zuerst aus der Sicht der Kunden betrachtet, die sich fair behandelt fühlen, wenn sie auf einen kompetenten Service, hochwertige Produkte und ein ausgewogenes Preis-Leistungs-Verhältnis zählen können. Zudem gewinnen Transparenz und Verantwortungsbewusstsein, insbesondere in Bezug auf Produktverbesserungen und hochwertige Dienstleistungen, zunehmend an Bedeutung. Kunden erwarten kontinuierliche Optimierungen sowie Serviceangebote, die ihre individuellen Bedürfnisse in den Mittelpunkt stellen.

Für Mitarbeitende bedeutet Fairness hingegen, dass der Arbeitgeber gerechte und wertschätzende Arbeitsbedingungen bietet. Dazu gehören faire Bezahlung, flexible Arbeitszeiten und ein respektvolles Arbeitsumfeld. In Zeiten des Fachkräftemangels ist ein fairer Umgang ein entscheidender Faktor für Motivation und Bindung.

Auch der Klimawandel lenkt den Blick auf eine weitere Ebene: Fairness gegenüber Umwelt und Gesellschaft. Unternehmen, die nachhaltig handeln, kombinieren wirtschaftliche Stabilität mit sozialer Verantwortung und ökologischer Nachhaltigkeit. Dies schließt die Schonung von Ressourcen und die Förderung sozialer Gerechtigkeit ein.

Fairness ist somit ein vielseitiges Konzept, das Kunden, Mitarbeitende und gesellschaftliche Anforderungen gleichermaßen berücksichtigt. Unternehmen, die diese Perspektiven miteinander verbinden, stärken ihr Ansehen und fördern langfristige Beziehungen auf allen Ebenen.

**Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Deutschlands Fairste 2025“ die Daten eines Social Media Monitorings. Das Social Media Monitoring untersucht die Themengebiete Produkt und Service, Preis-Leistung, Kundenzufriedenheit, Fairness und Nachhaltigkeit.**

# DEUTSCHLANDS FAIRSTE 2025

## METHODIK: DATENERHEBUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

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

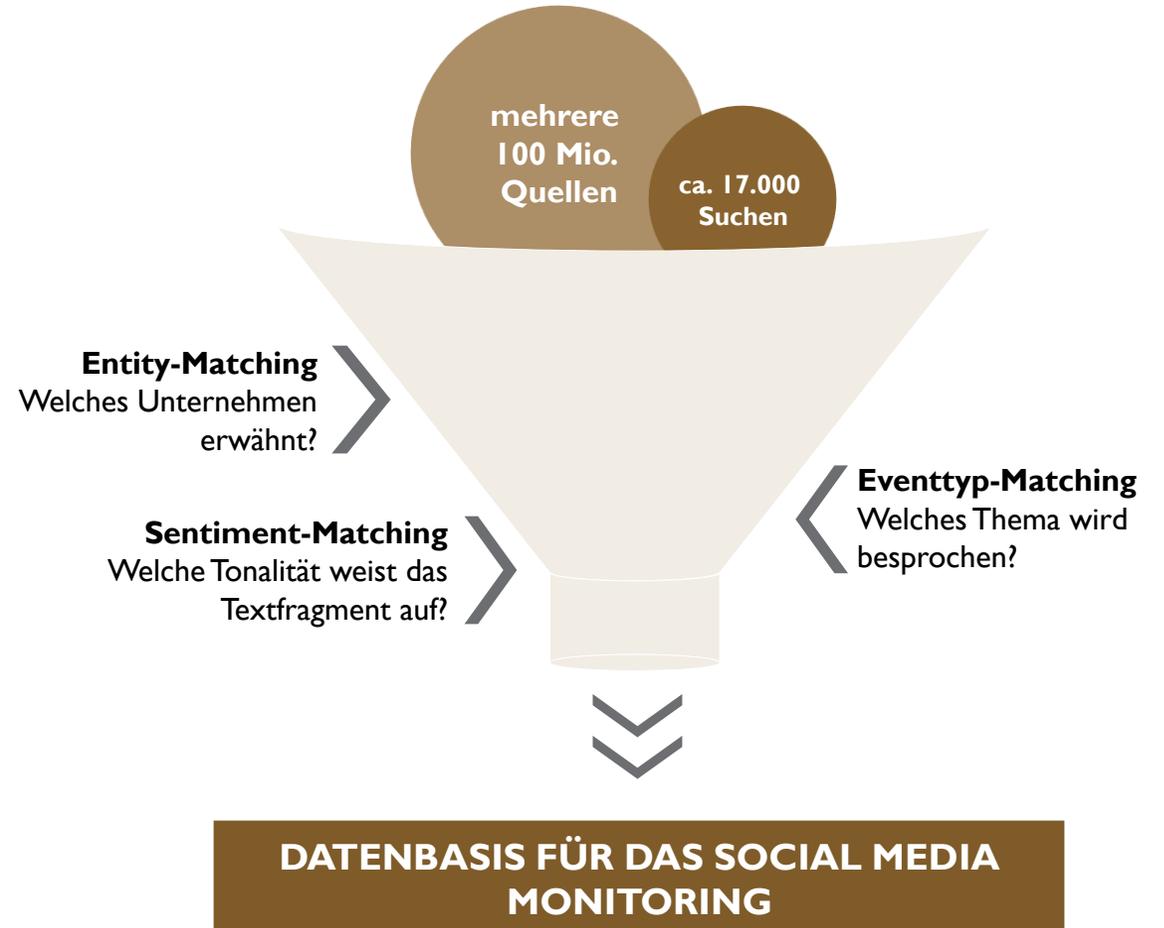
1. Zuerst werden von unserem Partner pressrelations **sämtliche Texte, welche die Suchbegriffe enthalten, aus dem Netz geladen und in einer Datenbank erfasst**. Das Quellenset umfasst dabei annähernd sämtliche Seiten bzw. Inhalte von Seiten, die folgende Bedingungen erfüllen:
  - a. Deutschsprachige 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.



## METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL MEDIA MONITORING

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 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:

**Produkt und Service:** Produktqualität, Funktionalität, Produktverbesserung, Service / Dienstleistung

**Preis-Leistung:** Preiswert, hochwertig, angemessen, günstig

**Kundenzufriedenheit:** Kundenwertschätzung, Kunden-erlebnisse, Reklamation / Umtausch, Beschwerdemanagement

**Fairness:** Wertschätzung, Inklusion, Gleichberechtigung, Anerkennung, Förderung, Fortbildung, Engagement

**Nachhaltigkeit:** Soziale Verantwortung, ökologische Verantwortung, ökonomische Verantwortung

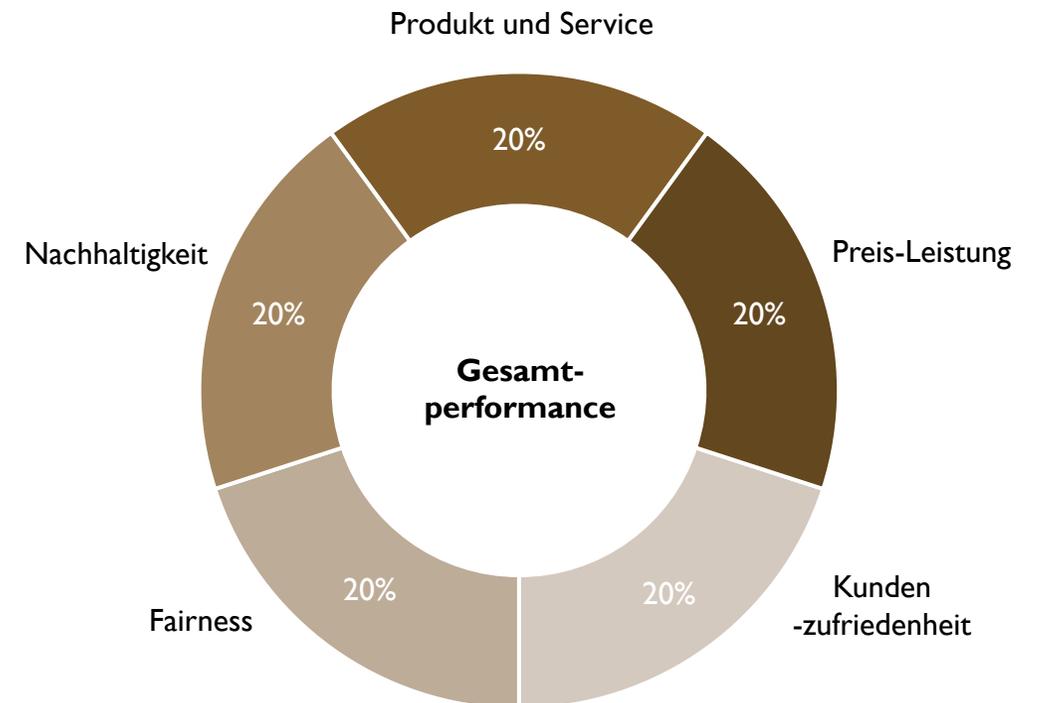
# DEUTSCHLANDS FAIRSTE 2025

## 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 Eventtypen Produkt und Service, Preis-Leistung, Kundenzufriedenheit, Fairness und Nachhaltigkeit gehen zu jeweils 20 % in die Messung der Performance ein (vgl. nebenstehende Graphik).



# DEUTSCHLANDS FAIRSTE 2025

## METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

### Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **7,1 Millionen Nennungen** zu etwa 17.000 Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **16. Januar 2023 bis 15. Januar 2025** 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 Gesamttonalitätswert 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 danach normiert. Abschließend wird für jede Branche der durchschnittliche Punktwert aller Teilnehmer ermittelt. Dieser bildet die Untergrenze für die Vergabe der Auszeichnungen.

# DEUTSCHLANDS FAIRSTE 2025

## METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

### Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Deutschlands Fairste 2025**“ 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**

# DEUTSCHLANDS FAIRSTE 2025

## KURZPORTRAIT SERVICEVALUE

### Marktforschung

Wir liefern umsetzungsorientierte Ergebnisse aus Kunden- und Mitarbeiterbefragungen sowie aus Marktanalysen und Marktpotenzialschätzungen. Auf Ihr Anliegen passgenau zugeschnittene Erhebungsverfahren sowie optimale Stichprobenumfänge erhöhen die Effizienz und schaffen zugleich ökonomische Entlastung für ansetzende Follow-Up-Prozesse.

### Beratung

Erklärtes Ziel unserer Beratungstätigkeit ist die nachhaltige Steigerung des Unternehmenswertes durch optimale Gestaltung von Stakeholderbeziehungen. Wir unterstützen Sie in der Findung und Umsetzung ganzheitlicher Servicestrategien.

### Personal- und Organisationsentwicklung

Der Erfolg eines Unternehmens ist im großen Maß abhängig von seiner Führungskultur und dem Engagement und der Bindung der Mitarbeiter. ServiceValue unterstützt Sie bei der Analyse von Potenzialen und Handlungsfeldern. Darüber hinaus begleiten wir Sie bei Veränderungsprozessen und der Entwicklung einer mitarbeiter- und serviceorientierten Führungskultur.



# DEUTSCHLANDS FAIRSTE 2025

## KONTAKT

### Herausgeber der Studie

#### **ServiceValue GmbH**

Dürener Straße 34I  
50935 Köln

Fon: +49 221 67 78 67 61

Fax: +49 221 67 78 67 99

E-Mail: [Info@ServiceValue.de](mailto:Info@ServiceValue.de)

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

### Wissenschaftspartner

#### **IMWF GmbH**

### Medienpartner

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

Pariser Straße I  
60489 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)