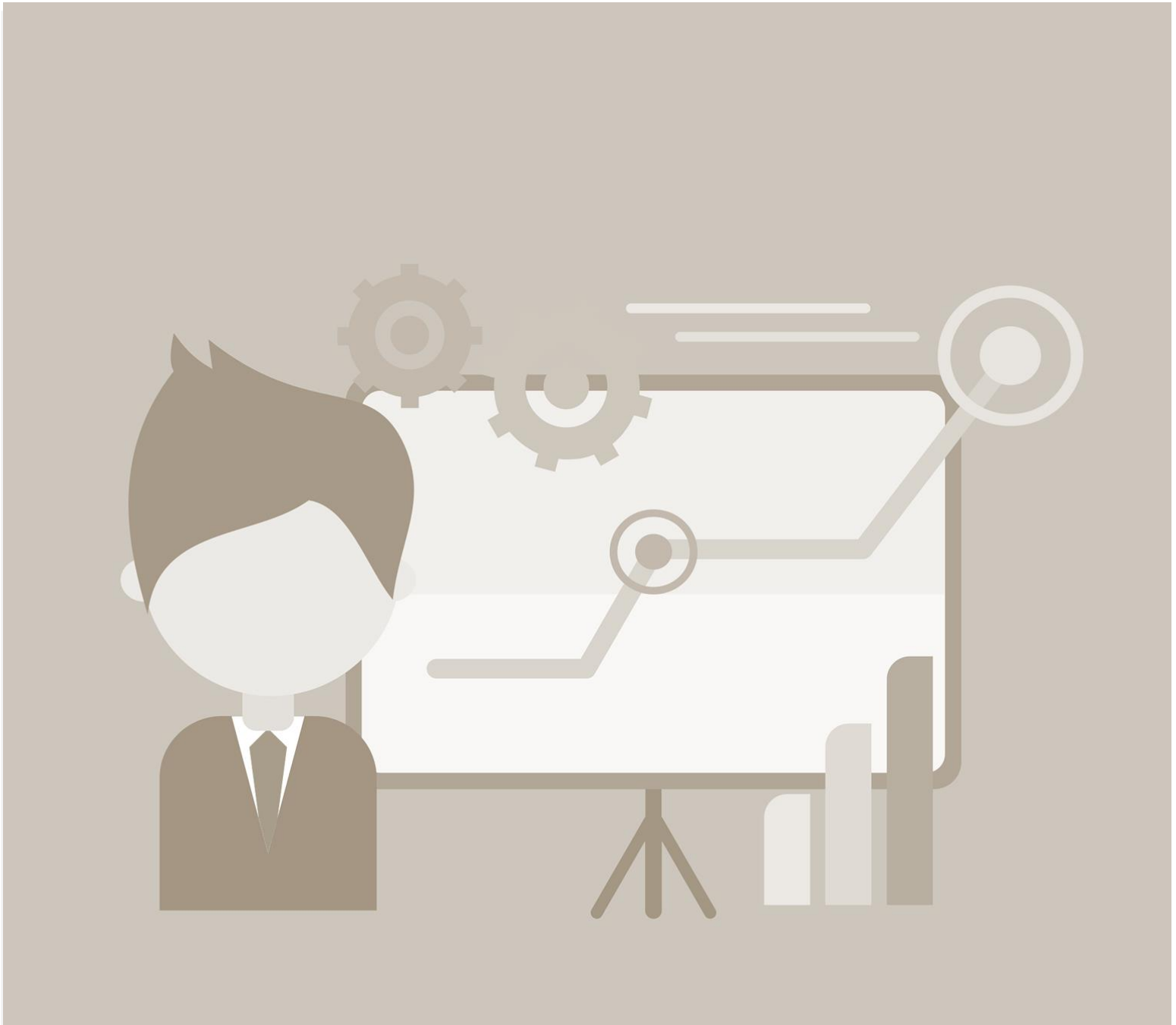


DEUTSCHLANDS INNOVATIONSFÜHRER 2025

MÄRZ 2025





#

MOTIVATION & METHODIK

MOTIVATION

Was macht ein Unternehmen zum Innovationsführer?

In vielen Branchen stehen Unternehmen mit ihren Wettbewerbern in enger Konkurrenz. Sich aus dem Wettbewerb positiv hervorzuheben ist es oft schwer aber notwendig, um bei den Kundinnen und Kunden als potenzieller Lieferant Beachtung zu finden und bestenfalls zur ersten Wahl zu gehören.

Daher ist es für Unternehmen nicht nur wichtig eine gute Reputation als wirtschaftlich starkes, gut geführtes und sehr profitables Unternehmen zu haben, sondern auch dafür bekannt zu sein, in Innovationen und die eigene Forschungs- und Entwicklungsabteilung zu investieren, um den Kundinnen und Kunden regelmäßig neue Dienstleistungen und Produkte anzubieten – und das noch bevor die Konkurrenz dieses tut. Denn Innovationen schaffen es, Bekanntheit und Aufmerksamkeit zu generieren.

Vor diesem Hintergrund ist die Studie „Deutschlands Innovationsführer 2025“ entstanden und untersucht hierzu die Daten des Social Media Monitorings. Diejenigen Unternehmen werden ausgezeichnet, die gleichzeitig eine überdurchschnittlich gute Unternehmensperformance und eine überdurchschnittlich gute Reputation auf dem Gebiet der Innovationen aufweisen.

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.

Nachrichten-Seiten 

Webseiten 

Foren 



 **Wichtige**
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**
Seiten

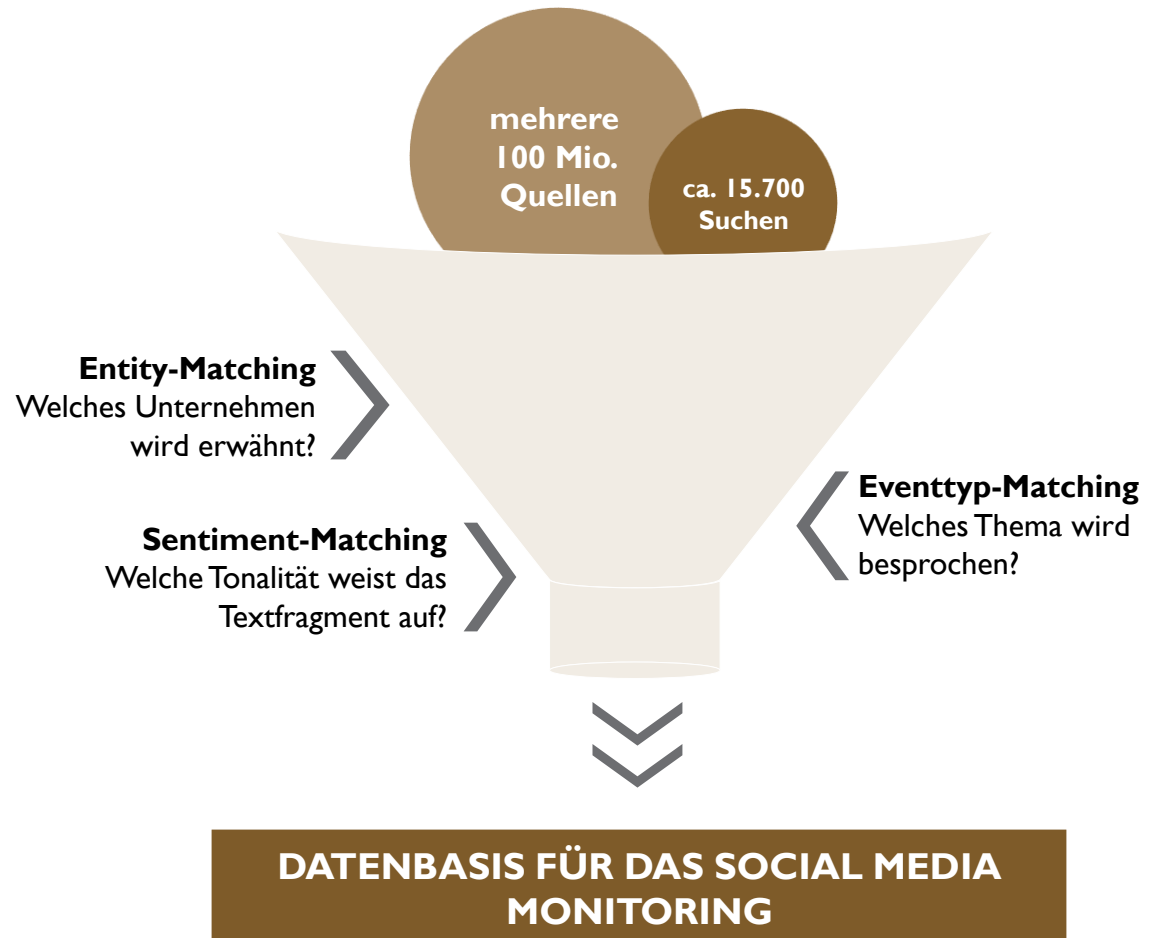
 **Presse-**
mitteilungen

 **Blogs**

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.

UNTERNEHMENS- PERFORMANCE

Im Ranking dieses Themengebiets werden die folgenden Eventtypen zu gleichen Teilen einbezogen:

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

Wirtschaftlichkeit: Profitabilität, Risikomanagement, Entlassungen, Umsatz und Gewinn

Investitionen: Investitionen, Investor, Geldgeber, Investitionsvolumen, Beteiligungen

INNOVATION

Im Ranking dieses Themengebiets werden die folgenden Eventtypen zu gleichen Teilen einbezogen:

Forschung & Entwicklung: Budget für Forschung und Entwicklung, Erfindungen, Patente

Produktneuheiten: neue Funktion / Features Produktverbesserung, Weltneuheit, Serviceverbesserung,

Innovation: Lean Startup, Predictive Analytics, Vernetzung, agile Methoden, disruptive Technologie

DEUTSCHLANDS INNOVATIONSFÜHRER 2025

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **15,8 Millionen Nennungen** zu etwa 15.700 Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. März 2023 bis 28. Februar 2025** identifiziert und zugeordnet werden. Zur Berechnung der Punktwerte werden für jedes Unternehmen jeweils die Tonalität und die Reichweite berücksichtigt.

Die Berechnungen werden getrennt nach den beiden Themengebieten durchgeführt. Zur Berechnung der Punktwerte werden für jedes Unternehmen und jedes Themengebiet 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 in den Themengebieten.

Danach werden diese ersten Punktwerte für alle Unternehmen branchenbezogen je Themengebiet normiert. Das beste Unternehmen jeder Branche bildet mit 100 Punkten den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden branchenbezogen normiert. Für Unternehmen, die in beiden Themengebieten überdurchschnittlich gut performen, wird ein finaler Punktwert ermittelt, der abschließend branchenbezogen normiert wird.

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Deutschlands Innovationsführer 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 INNOVATIONSFÜHRER 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 INNOVATIONSFÜHRER 2025

F.A.Z. INSTITUT



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

www.servicevalue.de

Wissenschaftspartner

IMWF GmbH

Vermarktungspartner

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

www.faz-institut.de