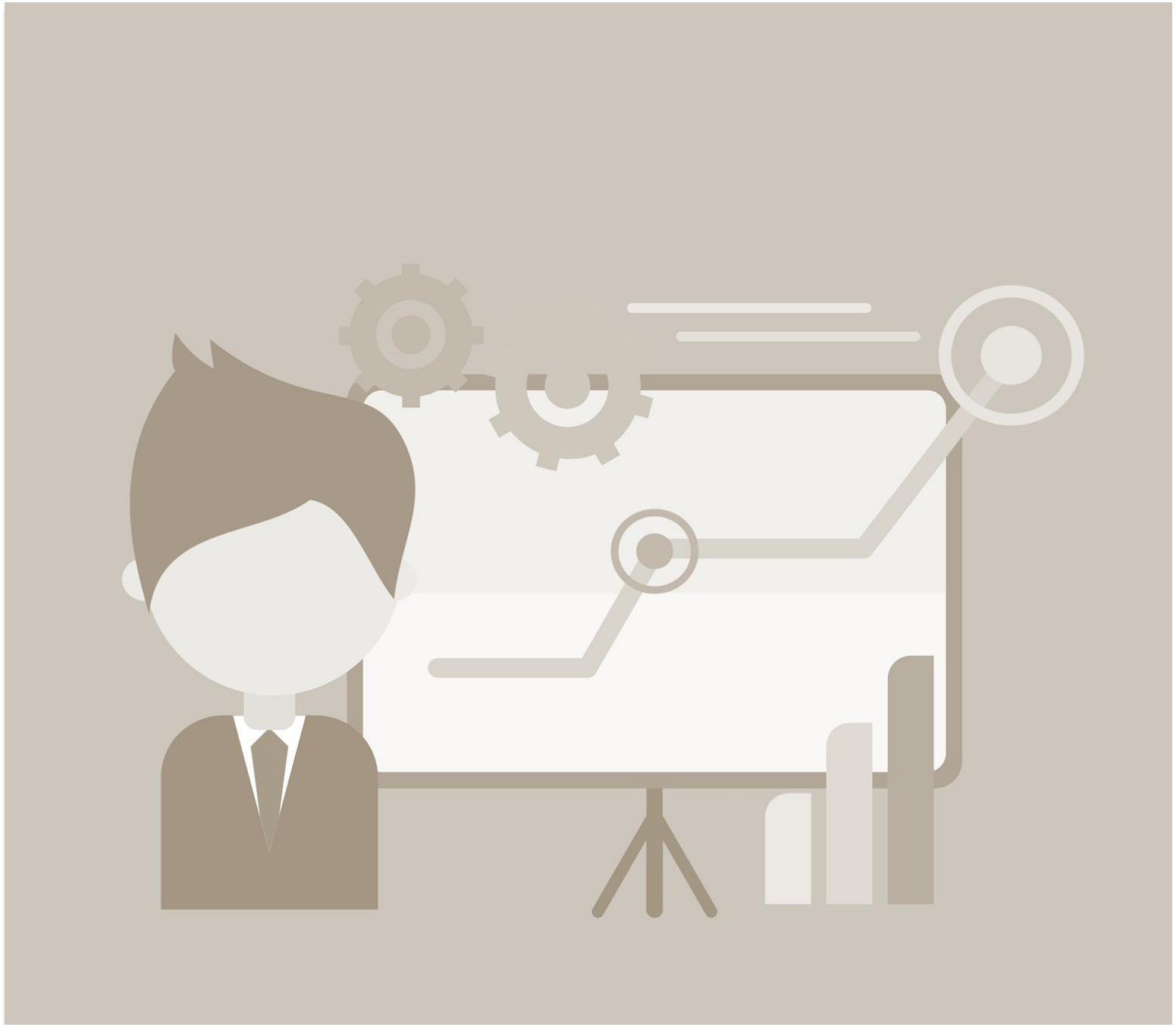
F.A.Z. INSTITUT

DEUTSCHLANDS KRISENFESTE UNTERNEHMEN 2025

MAI 2025

ServiceValue



#

MOTIVATION & METHODIK

DEUTSCHLANDS KRISENFESTE UNTERNEHMEN

MOTIVATION

Sowohl im privaten als auch im wirtschaftlichen Kontext zeigt sich gerade in Krisenzeiten, welchen Unternehmen es gelingt, Stabilität, Verlässlichkeit und Vertrauen auszustrahlen. Unternehmen, die auch unter erschwerten Rahmenbedingungen erfolgreich agieren, sichern nicht nur ihre eigene Zukunft, sondern leisten zugleich einen Beitrag zur gesamtwirtschaftlichen Stabilität. Sie gewinnen an Glaubwürdigkeit, stärken ihre Wettbewerbsposition und bauen nachhaltige Beziehungen zu Kund:Innen, Partnern und Mitarbeitenden auf.

Um langfristig erfolgreich zu sein, ist eine belastbare wirtschaftliche Grundlage ebenso wichtig wie eine überzeugende Präsenz in sozialen Medien und Online-Diskursen. Denn Resilienz ist heute ein zentraler Erfolgsfaktor – intern wie extern.

Vor diesem Hintergrund wurde die Studie „Deutschlands krisenfeste Unternehmen“ durchgeführt. Sie untersuchte auf Basis eines Social Media Monitorings über 17.000 Unternehmen hinsichtlich der Themen Wirtschaftlichkeit, ökologische Nachhaltigkeit, Management und Investition. Zusätzlich wurden öffentlich verfügbare Unternehmensdaten wie Mitarbeiterzahl, Umsatz und Umsatzentwicklung berücksichtigt, um ein möglichst vollständiges Bild unternehmerischer Resilienz in Deutschland zu zeichnen.

© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

DEUTSCHLANDS KRISENFESTE UNTERNEHMEN

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.

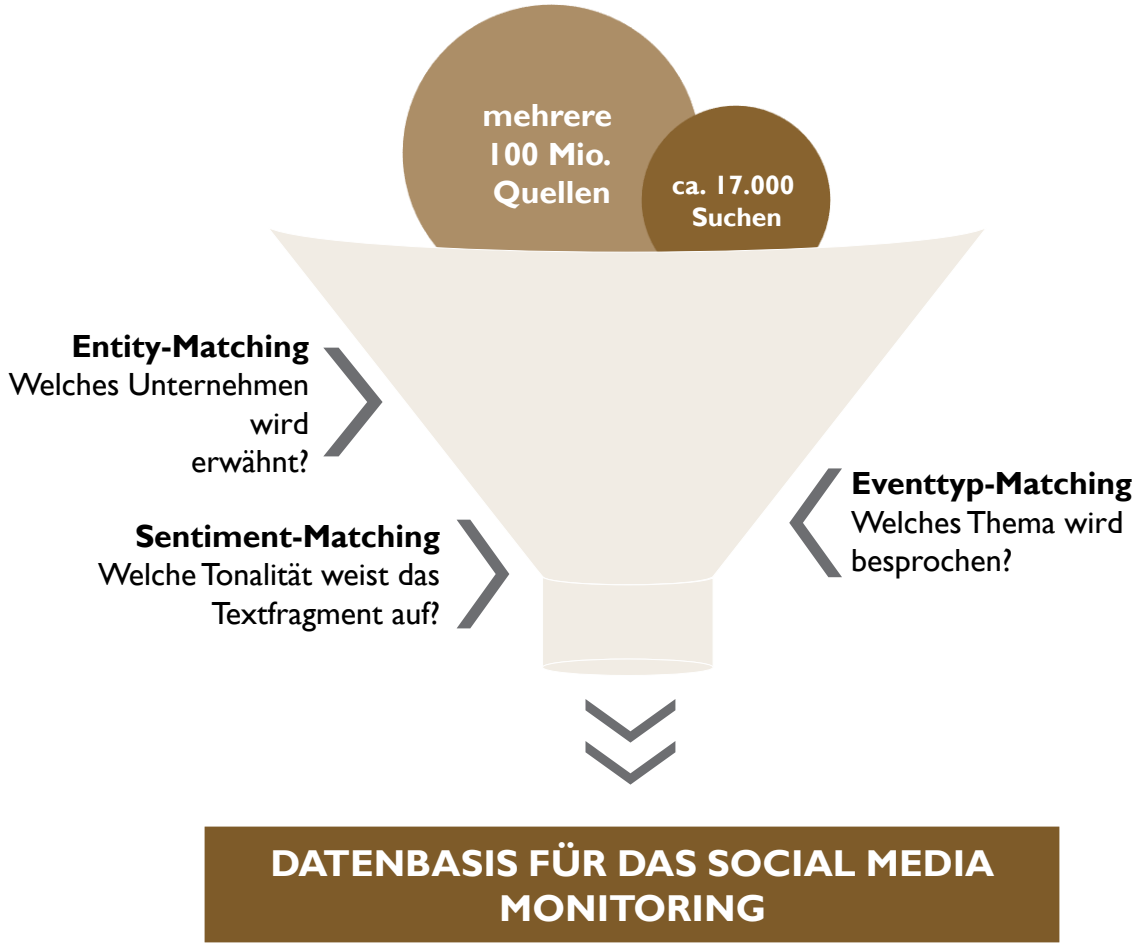
© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

DEUTSCHLANDS KRISENFESTE UNTERNEHMEN

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.



© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

DEUTSCHLANDS KRISENFESTE UNTERNEHMEN

METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL MEDIA MONITORING

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:

Wirtschaftlichkeit: Profitabilität, Umsatz und Gewinn, Wettbewerbsvorteile, Risikomanagement, Entlassungen

Ökonomische Nachhaltigkeit: Korruption, Compliance, umweltfreundliche Produktionsweise, fairer Handel

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

Investition: Investor, Investitionen, Investitionsvolumen, Investitionsbeteiligungen, Geldgeber

© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

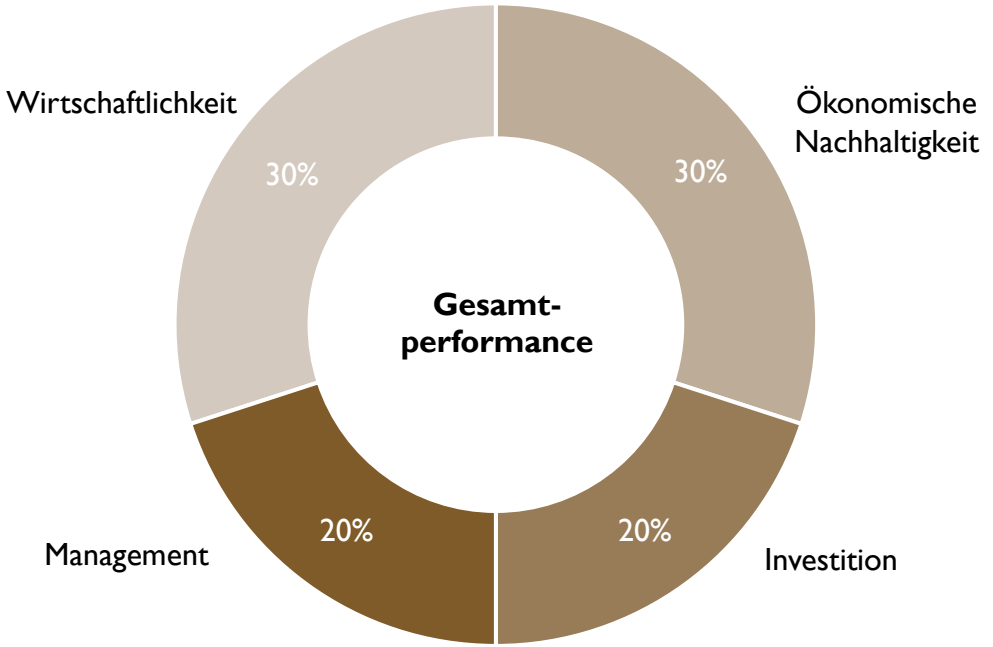
DEUTSCHLANDS KRISENFESTE UNTERNEHMEN

METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE SOCIAL MEDIA MONITORING

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 30 % auf der Bewertung der Eventtypen Wirtschaftlichkeit und ökonomische Nachhaltigkeit. Die Eventtypen Management und Investition fließen mit jeweils 20 % in die Bewertung ein (vgl. nebenstehende Grafik).



© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

DEUTSCHLANDS KRISENFESTE UNTERNEHMEN

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **6,9 Millionen Nennungen** zu etwa 17.000 Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Mai 2023 bis 30. April 2025** identifiziert und zugeordnet werden.

Zur Berechnung der Punktwerte des Social Media Monitorings 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 des Social Media Monitorings branchenübergreifend für alle Unternehmen normiert. Das beste Unternehmen bildet den Benchmark, die weiteren Wettbewerber werden danach normiert.

Zusätzlich werden wirtschaftsbezogene Unternehmenskennzahlen einbezogen. Berücksichtigt werden dabei Umsatz, Umsatzentwicklung und Mitarbeiterzahl.

Die aus den Unternehmenskennzahlen ermittelten Punktwerte werden jeweils branchenübergreifend normiert und gleichgewichtet zu einem Gesamtwert zusammengeführt – dem Unternehmensindex.

© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

DEUTSCHLANDS KRISENFESTE UNTERNEHMEN

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung **„Deutschlands krisenfeste Unternehmen“** erfolgt auf Basis eines kombinierten Punktes.

Hierzu werden die Ergebnisse des Social Media Monitorings und der Unternehmensindex verrechnet und anschließend branchenübergreifend normiert.

Das beste Unternehmen bildet die Benchmark. Die übrigen werden anhand dieser skaliert.

© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

#

KONTAKT

DEUTSCHLANDS KRISENFESTE UNTERNEHMEN

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.

© ServiceValue GmbH, F.A.Z. Institut GmbH

DEUTSCHLANDS KRISENFESTE UNTERNEHMEN

KONTAKT

Herausgeber der Studie

ServiceValue GmbH

Dürener Straße 341
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

Medienpartner

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

Pariser Straße 1
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

Titelbild: © Irochka - Fotolia.com | Kapitelbild: © Megan_Rexazin_Conde – pixabay.com; © Shafin_Protic – pixabay.com