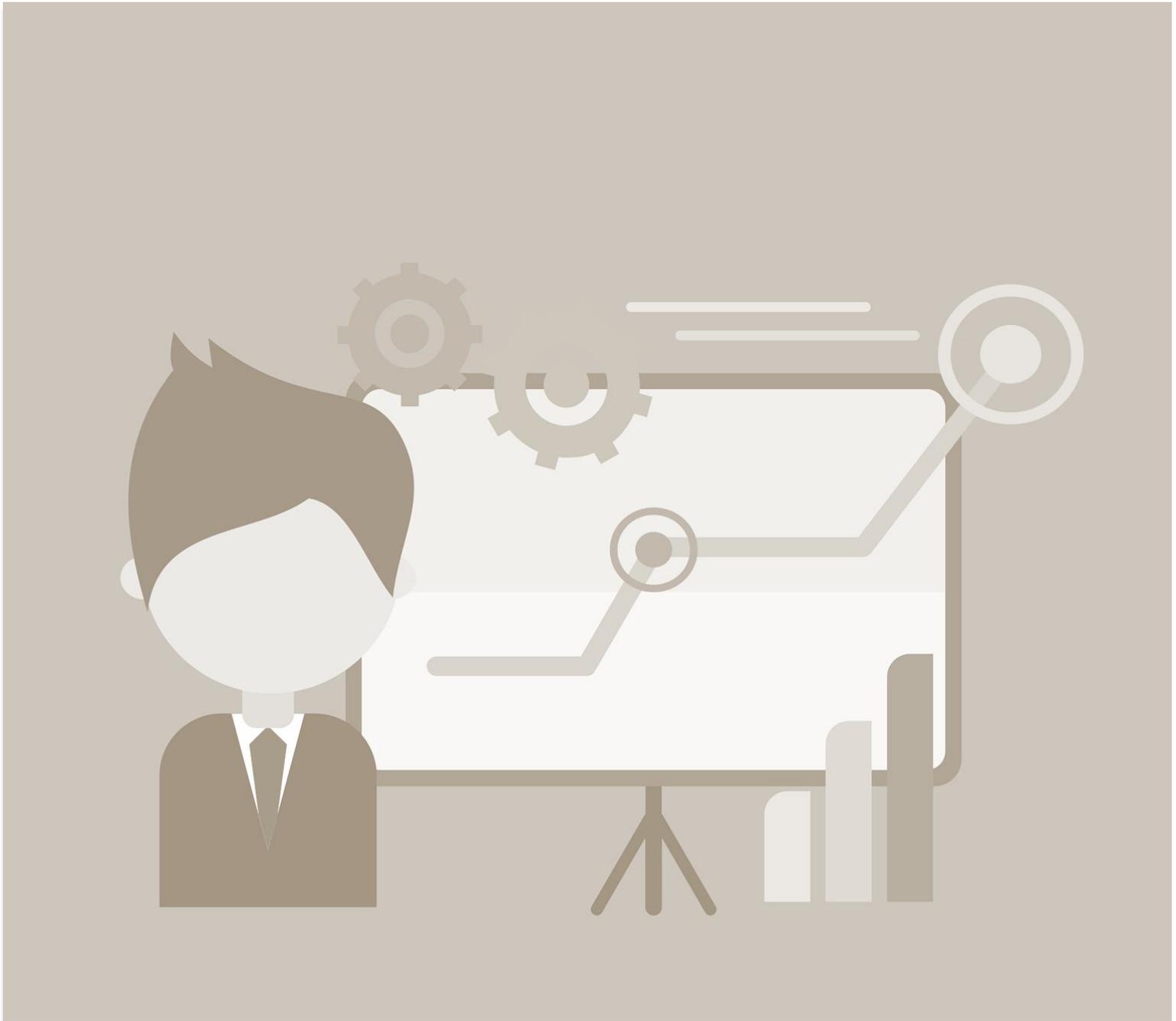


# VORBILD IN VIELFALT UND DIVERSITY 2025

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



#

# MOTIVATION & METHODIK

## MOTIVATION

### **Was macht ein Vorbild in Vielfalt und Diversity aus?**

Wenn ein Unternehmen Chancengleichheit und Fairness wirklich lebt, wird es zu einem echten Vorbild für Vielfalt und gelebte Diversity. Daraus entsteht eine Unternehmenskultur, in der jede Person – unabhängig von Geschlecht, kulturellem Hintergrund oder anderen Unterschieden – wertgeschätzt und in ihrer Einzigartigkeit gefördert wird.

Veränderung beginnt dort, wo allen Mitarbeitenden gleiche Chancen auf Entwicklung, Mitgestaltung und Aufstieg geboten werden. Vielfalt öffnet den Raum für neue Blickwinkel, inspiriert zu kreativeren Lösungen und führt zu innovativen Ideen. So entstehen Wege der Zusammenarbeit und Kundenansprache, die nicht nur erfolgreicher, sondern auch nachhaltiger sind – und damit die Zukunftsfähigkeit eines Unternehmens sichern.

Das Social Media Monitoring begleitet diesen Prozess, indem es die Themen Fairness, Gleichberechtigung und Gender Shift in den Blick nimmt.

Ergänzend dazu liefert ein strukturierter Fragebogen, versandt an Unternehmen, detailliertere Einblicke in die Schwerpunkte Leitbild & Diversity, konkrete Diversity-Ziele und messbare Erfolge in der Umsetzung.

**Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Vorbild in Vielfalt und Diversity 2025“ die Daten eines Social Media Monitorings und eines Fragebogens.**

# VORBILD IN VIELFALT UND DIVERSITY 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.

Nachrichten-Seiten 

Webseiten 

Foren 



 Blogs

 **Wichtige**  
Social-Media-Kanäle

 **Consumer-**  
Seiten

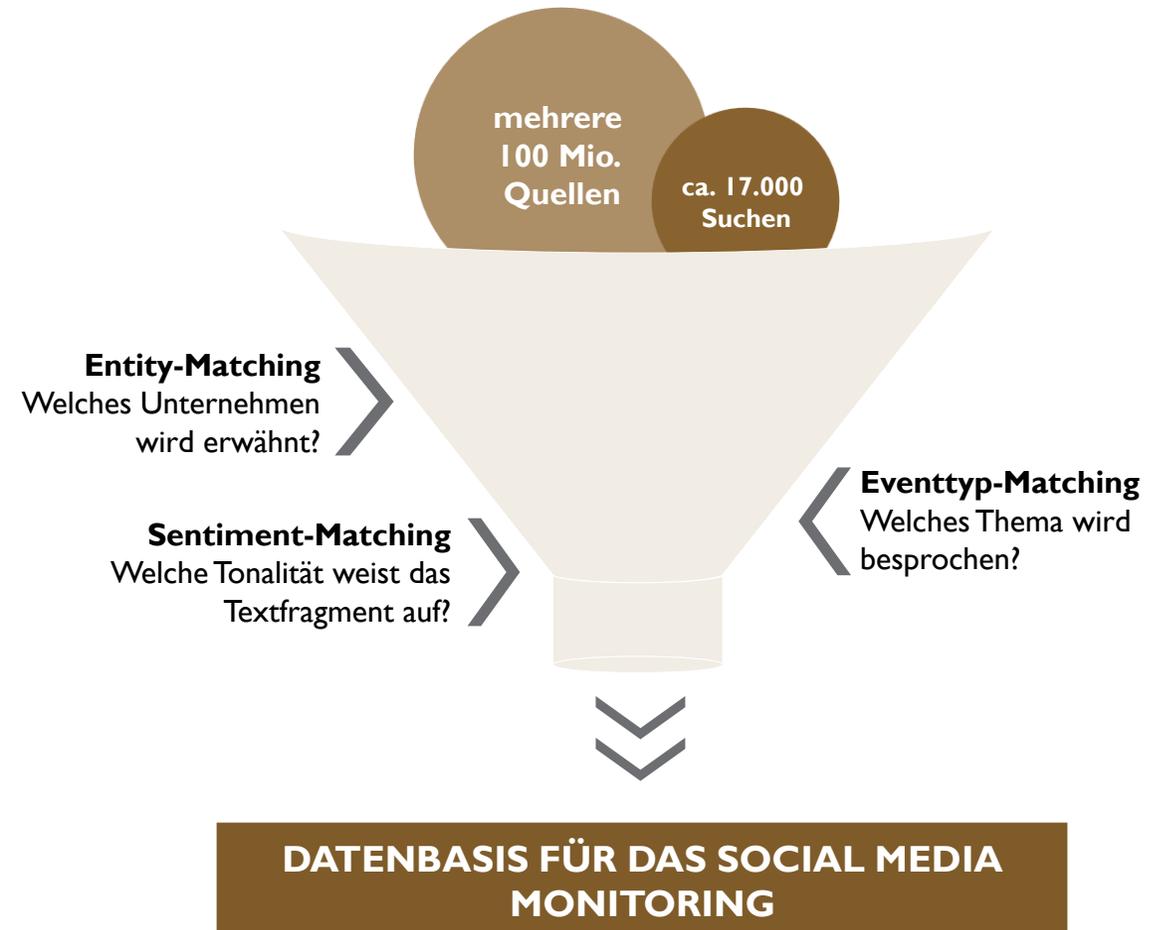
 **Presse-**  
mitteilungen

# VORBILD IN VIELFALT UND DIVERSITY 2025

## 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:

**Gleichberechtigung:** Pay Gap, Gleichberechtigung der Geschlechter, Aufstiegschancen für Frauen, Frauenquoten, Frauen und Karriere, Sexismus

**Fairness:** Gleichberechtigung, Female Leadership, Female Rights, Frauenanteil, Girl's Day, Wertschätzung, Inklusion, Anerkennung, Förderung, Fortbildung

**Gender Shift:** Diversity, LGBTQ, New Feminism, Post-Gender-Marketing, Progressive Parents, Proff-Professionals, Sex-Design, Ungendered Lifestyle, Womanomics, Work-Life-Blending

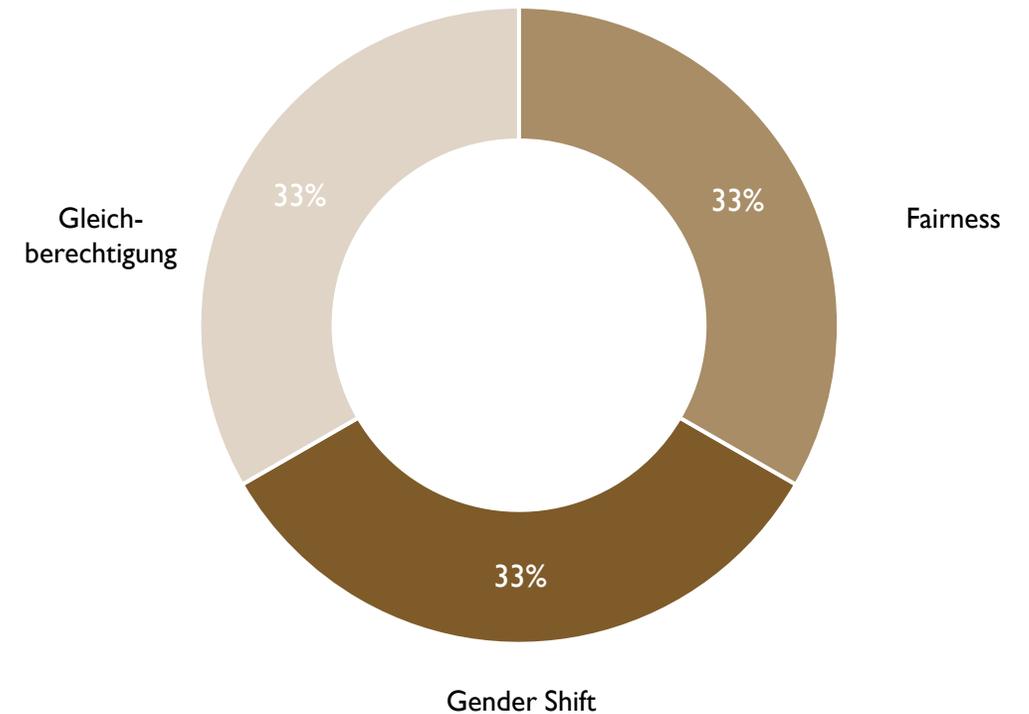
# VORBILD IN VIELFALT UND DIVERSITY 2025

## 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 Messung der Performance beruht zu jeweils 33 % auf der Bewertung der Eventtypen Gleichberechtigung, Fairness und Gender Shift. (vgl. nebenstehende Graphik).



# VORBILD IN VIELFALT UND DIVERSITY 2025

## METHODIK: MESSUNG DER PERFORMANCE

### Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **153 Tausend Nennungen** zu etwa 17.000 Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. September 2023 bis 31. August 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 branchenbezogen normiert.

Dieser Punktwert des Social Media Monitorings wird mit dem Punktwert des Fragenbogen verrechnet und abschließend branchenbezogen normiert.

# VORBILD IN VIELFALT UND DIVERSITY 2025

## METHODIK: DATENERHEBUNG FRAGEBOGEN

Parallel zum Social Listening wurde an die **Unternehmen in Deutschland** ein strukturierter Online-Fragebogen verschickt. Die maximal zu erreichenden Punktzahlen beim Online-Fragebogen waren wie folgt:

Kategorie	Maximale Punktzahl
<b>Themenblock: Unternehmensleitbild und Diversity</b>	<b>230</b>
Diversity-Strategie	20
Mehrjährige Planung	20
Verankerung im Unternehmensleitbild	20
Kommunikation an alle Mitarbeiter	20
Bestandteil der Führungskräfte-Leitlinien	30
Regelmäßige Sensibilisierung der Führungskräfte	30
Fort- und Weiterbildungen zum Thema Diversity	30
Diversity Beauftragte(r)	30
Festes Budget für Diversity-Bereich	30

# VORBILD IN VIELFALT UND DIVERSITY 2025

## METHODIK: DATENERHEBUNG FRAGEBOGEN

Die maximal zu erreichenden Punktzahlen beim Online-Fragebogen waren wie folgt:

Kategorie	Maximale Punktzahl
<b>Themenblock: Diversity-Ziele</b>	<b>100</b>
Festgelegte Diversity-Ziele	20
Regelmäßiges Monitoring	30
Umfang der gewählten Diversity-Ziele	50
<b>Themenblock: Performance</b>	<b>70</b>
Einschätzung im Vergleich zum Wettbewerb	20
Nachvollziehbare Begründung	50
<b>Erreichbare Gesamtpunktzahl</b>	<b>400</b>

# VORBILD IN VIELFALT UND DIVERSITY 2025

## METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

### Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Vorbild in Vielfalt und Diversity 2025**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Gesamtranking vergeben.

Zunächst werden die branchennormierten Punktzahlen des Social Media Monitorings und des Fragebogens zu einem gewichteten Mittel verrechnet und abschließend auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten normiert. Der jeweilige Branchensieger erhält 100 Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen innerhalb der Branche. Der durchschnittliche Punktwert aller Teilnehmer in einer Branche bildet die Untergrenze für die Vergabe der Auszeichnungen.

Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen, die überdurchschnittlich gut in der Gesamtwertung sind.





#

**KONTAKT**

# VORBILD IN VIELFALT UND DIVERSITY 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.



## 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)