

VORREITER DER TRANSFORMATION 2026

FEBRUAR 2026



#

**MOTIVATION
& METHODIK**

MOTIVATION

Wodurch zeichnen sich Vorreiter der Transformation aus?

In einer Zeit des rasanten Wandels ist die Fähigkeit zur Transformation der entscheidende Faktor für die Zukunftsfähigkeit von Unternehmen. Echte Vorreiter zeichnen sich dadurch aus, dass sie Digitalisierung nicht nur als Werkzeug, sondern als strategisches Fundament verstehen – von der Prozessoptimierung bis hin zum Einsatz von Künstlicher Intelligenz und dem Internet der Dinge.

Ein wesentlicher Treiber für diesen Erfolg ist eine starke Forschung & Entwicklung. Unternehmen, die kontinuierlich in F&E-Budgets investieren, sichern sich die technologische Marktführerschaft. Dabei geht es nicht nur um punktuelle Verbesserungen, sondern um echte Innovationen: Durch agile Methoden und den Einsatz disruptiver Technologien wie Predictive Analytics werden neue Konzepte entwickelt, die Märkte nachhaltig verändern.

Technologischer Fortschritt allein reicht jedoch nicht aus. Vorreiter setzen massiv auf eine moderne Wissenskultur. Sie etablieren Konzepte wie lebenslanges Lernen, E-Learning und eine ausgeprägte Neugierkultur, um ihre Mitarbeitenden auf den Weg in die Industrie 4.0 mitzunehmen. Nur wer High-Tech mit einer lernbereiten Organisation verbindet, bleibt langfristig wettbewerbsfähig.

Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Vorreiter der Transformation 2026“ die Daten eines Social Media Monitorings.

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

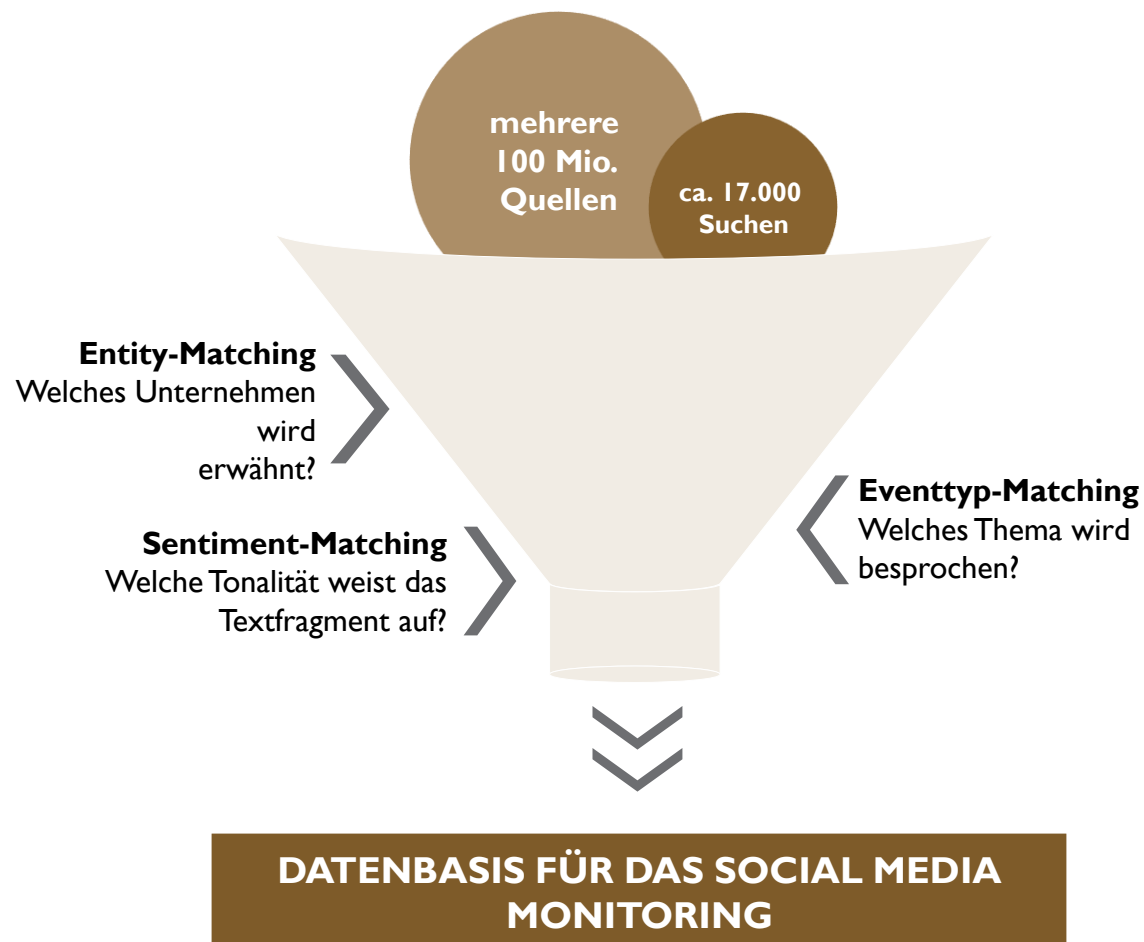


Pressemitteilungen

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:

Digitalisierung: Digitale Transformation, Industrie 4.0, Digitale Kompetenz, Internet der Dinge (Internet of things), Künstliche Intelligenz, Digitalisierung von Prozessen

Forschung & Entwicklung: Forschung, Entwicklung, F&E, Erfindung, Forschungs- und Entwicklungsbudget, Patent

Innovation: agile Methoden, Innovationen, Vernetzung, neue Konzepte, disruptive Technologie, fortschrittlich, predictive Analytics, Smart Data Analytics, futuristisch

Technologie: technologischer Fortschritt, High-Tech, digitaler Fortschritt, neue Technologie, Digitalisierung, digitale Technologien, auf Technologie setzen

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

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **4,7 Millionen Nennungen** zu etwa 17.000 Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Februar 2024 bis 31. Januar 2026** 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 Gewichtung der Eventtypen erfolgt entsprechend des prozentualen Anteils ihrer Fragmente an allen Fragmenten der vier betrachteten Eventtypen.

Die Reichweite geht ein durch die Berechnung der Differenz von positiven und negativen Fragmenten je Eventtyp. Diese Werte werden wie oben beschrieben 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.

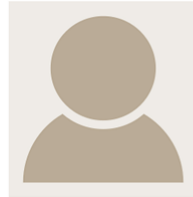
METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Vorreiter der Transformation 2026**“ 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

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.



VORREITER DER TRANSFORMATION 2026

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

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