

DEUTSCHLANDS INNOVATIONSFÜHRER 2026

MÄRZ 2026



#

**MOTIVATION
& METHODIK**

MOTIVATION

Was macht ein Unternehmen zum Innovationsführer?

Unternehmen stehen branchenübergreifend in einem intensiven Wettbewerbsumfeld, in dem die Differenzierung gegenüber Mitbewerbern eine zentrale Voraussetzung für nachhaltigen Erfolg darstellt. Neben klassischen ökonomischen Kennzahlen wie Wachstum und Profitabilität gewinnt insbesondere die Wahrnehmung als innovationsorientiertes Unternehmen zunehmend an Bedeutung.

Innovationsführerschaft basiert maßgeblich auf kontinuierlichen Investitionen in Forschung und Entwicklung sowie der Fähigkeit, neue Produkte und Dienstleistungen frühzeitig am Markt zu etablieren. Dadurch lassen sich Wettbewerbsvorteile generieren, die sowohl die Sichtbarkeit als auch die langfristige Wettbewerbsfähigkeit eines Unternehmens stärken.

Vor diesem Hintergrund wurde die Studie „Deutschlands Innovationsführer 2026“ konzipiert. Ziel ist die Identifikation von Unternehmen, die eine überdurchschnittliche wirtschaftliche Performance mit einer ausgeprägten Innovationsreputation verbinden. Grundlage der Analyse bilden Daten des Social-Media-Monitorings, anhand derer die öffentliche Wahrnehmung von Innovationsaktivitäten systematisch erfasst wird. Ausgezeichnet werden jene Unternehmen, die in beiden Dimensionen überdurchschnittliche Werte erzielen.

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

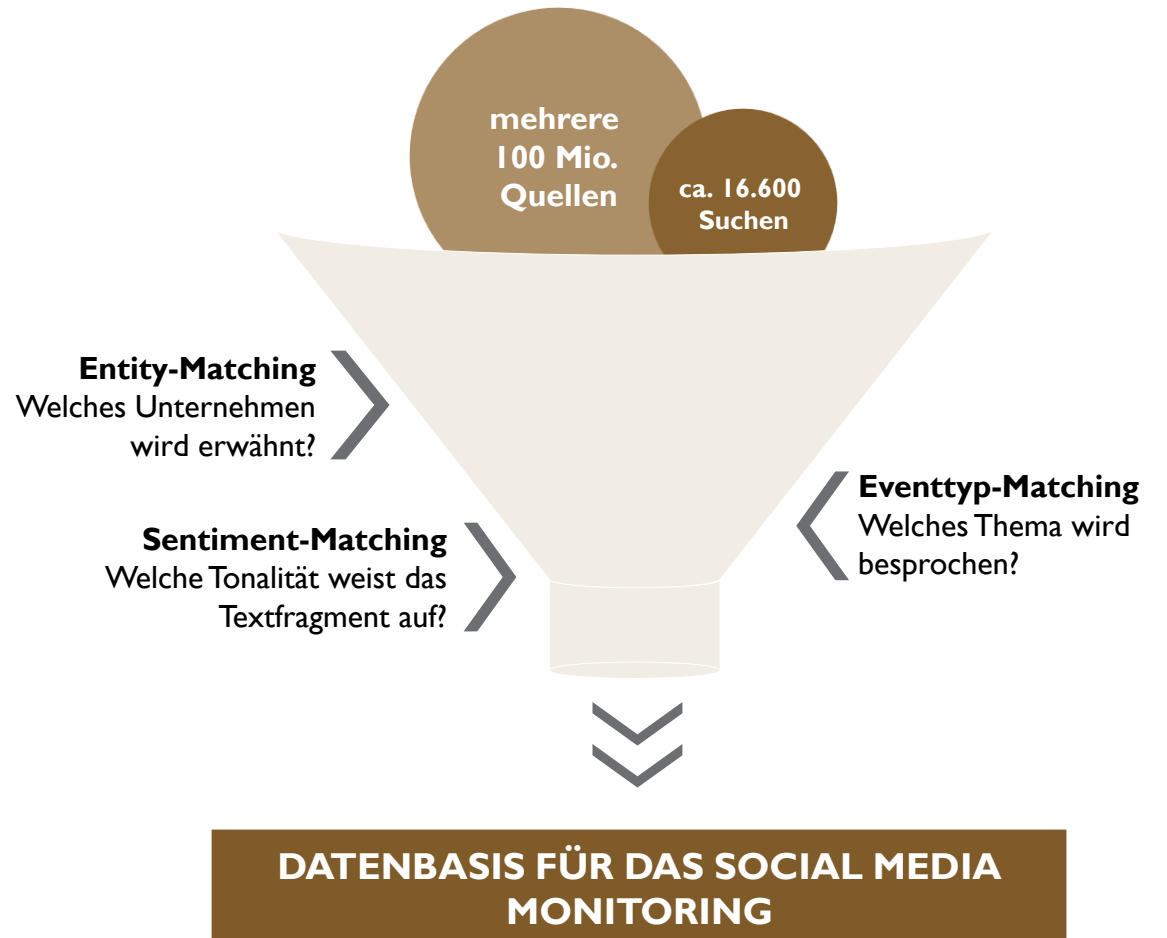


Pressemitteilungen

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.

UNTERNEHMENS- PERFORMANCE

Im Ranking dieses Themenblocks werden die folgenden Themengebiete/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 Themenblocks werden die folgenden Themengebiete/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

METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **16,8 Millionen Nennungen** zu etwa 16.600 Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. März 2024 bis 28. Februar 2026** 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 Themenblöcken 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 je Themenblock 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 je Themenblock gewichtet und zu einem Gesamtreichweitenwert verrechnet.

Diese beiden Werte sind die Basis eines ersten Punktwertes in den Themenblöcken.

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

DEUTSCHLANDS INNOVATIONSFÜHRER 2026

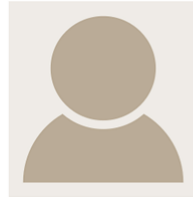
METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Deutschlands Innovationsführer 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 in beiden Themenblöcken jeweils 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.



DEUTSCHLANDS INNOVATIONSFÜHRER 2026

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

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