

Studiensteckbrief zur Untersuchung „Österreichs Beste“

Untersuchungsobjekte:	etwa 4.200 Unternehmen, davon 1.701 dargestellt
Methode:	Social Media Monitoring aus mehreren 100 Mio. Online-Quellen (Zweistufige Datenerhebung: 1. Data-Crawling, 2. Data-Processing per KI (Künstliche Intelligenz))
Untersuchungszeitraum:	16.03.2024 bis 15.03.2026
Stichprobe:	rund 6,8 Mio. Nennungen
Eventtypen:	Gesamteindruck / Total (Gewichtung 80%) Produkte / Service (Gewichtung 20%) Die Zuordnung der Erwähnungen zu den Eventtypen erfolgt mit Hilfe definierter Keywords, Text- und Satzkorpora.
Auswertung:	Zur Berechnung der Scorewerte werden für jedes Unternehmen jeweils die Tonalität und 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/Erwähnungen je Eventtyp. Diese Werte werden gewichtet und zu einem Gesamtreichweitenwert verrechnet. Danach werden die Punktwerte für alle Unternehmen normiert. Das beste Unternehmen bildet mit 100 Prozent den Benchmark. Nur Unternehmen mit einer Mindestprozentzahl von 15 (Scorewert) gehen in die Auswertung, um den Mittelwert als Untergrenze für die Vergabe der Auszeichnungen nicht zu sehr zu belasten.
Auszeichnung:	Die Auszeichnung „Österreichs Beste“ wird anhand des erreichten Scorewertes im Gesamtranking vergeben. Eine Auszeichnung erhält die obere Hälfte der Unternehmen, die einen überdurchschnittlichen Scorewert erzielen.