

HOHE BESTÄNDIGKEIT 2026

JULI 2026



#

**MOTIVATION
& METHODIK**

MOTIVATION

Wodurch zeichnen sich Unternehmen mit hoher Beständigkeit auf dem deutschen Markt aus?

Gerade in Zeiten, in denen wirtschaftliche Krisen und tiefgreifende Veränderungen Unternehmen immer wieder vor neue Herausforderungen stellen, reicht kurzfristiger Erfolg nicht mehr aus. Entscheidend ist die Fähigkeit, sich langfristig im Wettbewerb zu behaupten, eine stabile Marktposition aufzubauen und diese nachhaltig zu sichern. Wahre unternehmerische Stärke zeigt sich nicht im kurzfristigen Erfolg, sondern in der Beständigkeit.

Um diese langfristige Stabilität zu erreichen, muss ein Unternehmen weit mehr leisten als wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Beständige Unternehmen zeichnen sich dadurch aus, dass sie für ihre Kundinnen und Kunden verlässliche und vertrauenswürdige Partner sind, über eine starke und verantwortungsbewusste Führung verfügen sowie ein hohes Ansehen genießen. Durch gezielte Investitionen in Innovationen, moderne Technologien und die kontinuierliche Weiterentwicklung ihrer Kompetenzen schaffen sie die Grundlage für nachhaltigen Erfolg. Ebenso gehören Wertschätzung und Förderung der Mitarbeitenden zu den wesentlichen Erfolgsfaktoren.

Gerade in Zeiten steigender Kosten und wachsender Unsicherheiten kommt es darauf an, Umsätze langfristig zu sichern, wirtschaftlich solide zu handeln und gleichzeitig flexibel auf Veränderungen zu reagieren. Unternehmen, denen es gelingt, wirtschaftliche Stabilität mit Innovationskraft und Weitsicht zu verbinden, schaffen Vertrauen – und legen damit den Grundstein für nachhaltigen und langfristigen Erfolg.

Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Hohe Beständigkeit 2026“ Unternehmenskennzahlen und 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

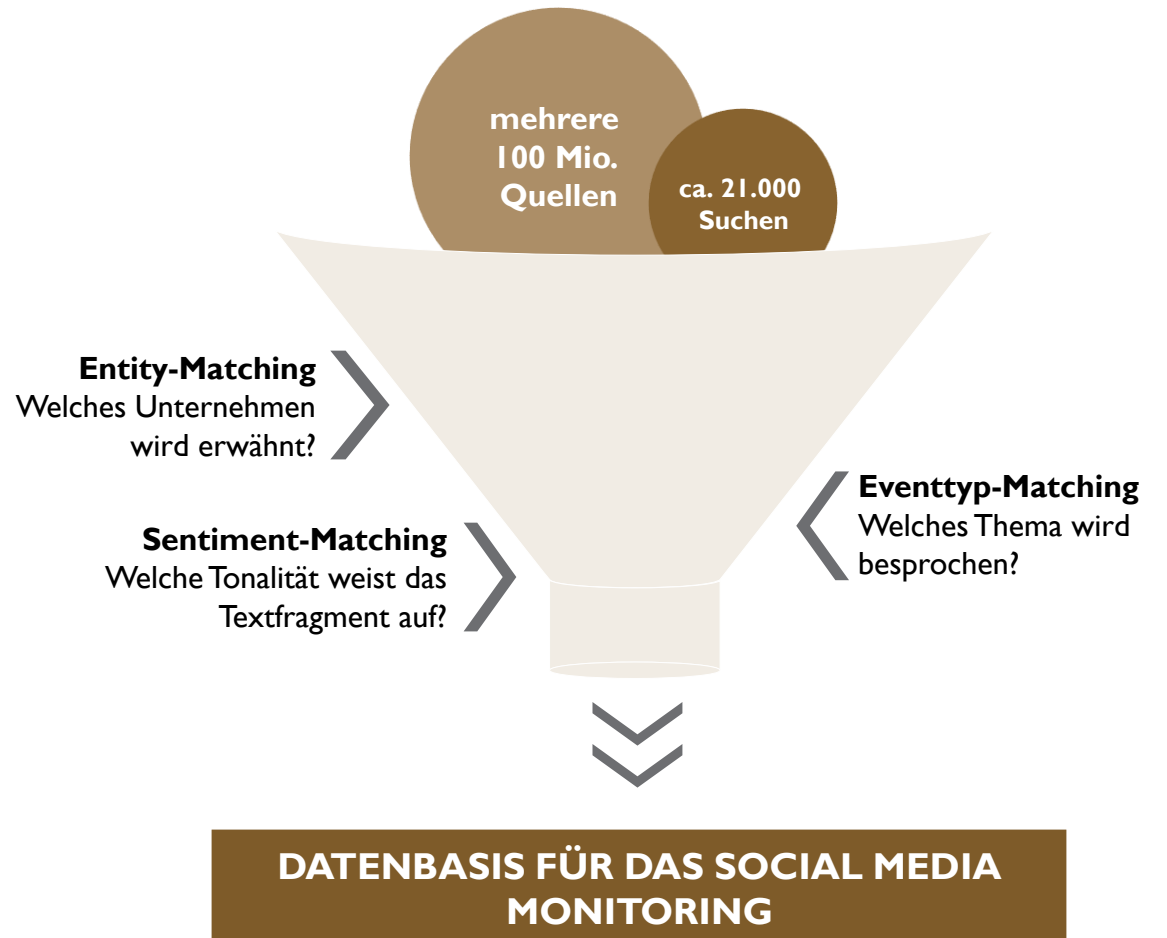


Pressemitteilungen

METHODIK: DATENANALYSE SOCIAL MEDIA MONITORING

Die zweite Stufe der Datenanalyse im Social Media Monitoring, 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:

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

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

Investition: Investor, Investitionen, Investitionsvolumen, Investitionsbeteiligungen, Geldgeber

Technologie: technologischer Fortschritt, High-Tech, digitaler Fortschritt, neue Technologie, Digitalisierung

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Grundlage für diese Studie bilden Unternehmenskennzahlen. Darin vorhandene Informationen werden hierzu zu einem ersten Punktwert verrechnet.

Dieser Punktwert wird kombiniert mit den Ergebnissen einer Social-Media-Monitoring-Analyse. Für diese konnten ca. **18 Millionen Nennungen** zu etwa 21.000 Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Juli 2024 bis 30. Juni 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 Reichweite geht ein durch die Berechnung der Differenz von positiven und negativen Fragmenten je Eventtyp. Diese Werte werden gewichtet und zu einem Gesamtreichweitenwert verrechnet. Die beiden zuvor errechneten Werte sind die Basis eines ersten Punktwertes im Social Media Monitoring, der branchenübergreifend anhand des besten Punktwertes zwischen 0 und 100 normiert wird und einen Punkterang erhält.

Abschließend werden alle Unternehmen, für die ein Social-Media-Monitoring-Punktwert ermittelt wurde, in Gruppen eingeteilt. Die überdurchschnittlich guten und die unterdurchschnittlich gut performenden Unternehmen werden entsprechend ihrer Rangordnung in jeweils 5 gleichstarke Gruppen eingeteilt.

Der Gesamtpunktwert der Studie ergibt sich aus der Addition des ersten Punktwert auf Basis der Unternehmenskennzahlen und einen Bonus- bzw. Maluswert auf Basis der oben genannten Gruppierung der Social-Media-Monitoring-Ergebnisse mit anschließender Normierung zwischen 0 und 100.

HOHE BESTÄNDIGKEIT 2026

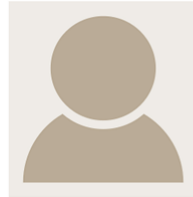
METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Hohe Beständigkeit 2026**“ wird anhand der erreichten Punktzahl im Gesamtranking vergeben.

Die Berechnung des Punktwertes erfolgt branchenübergreifend auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten. Das beste Unternehmen erhält **100** Punkte und setzt damit den Benchmark für alle anderen untersuchten Unternehmen. Eine Auszeichnung erhalten diejenigen Unternehmen, die überdurchschnittlich viele Punkte erreicht haben und eine positive Umsatzentwicklung aufweisen.







#

KONTAKT

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.



HOHE BESTÄNDIGKEIT 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 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