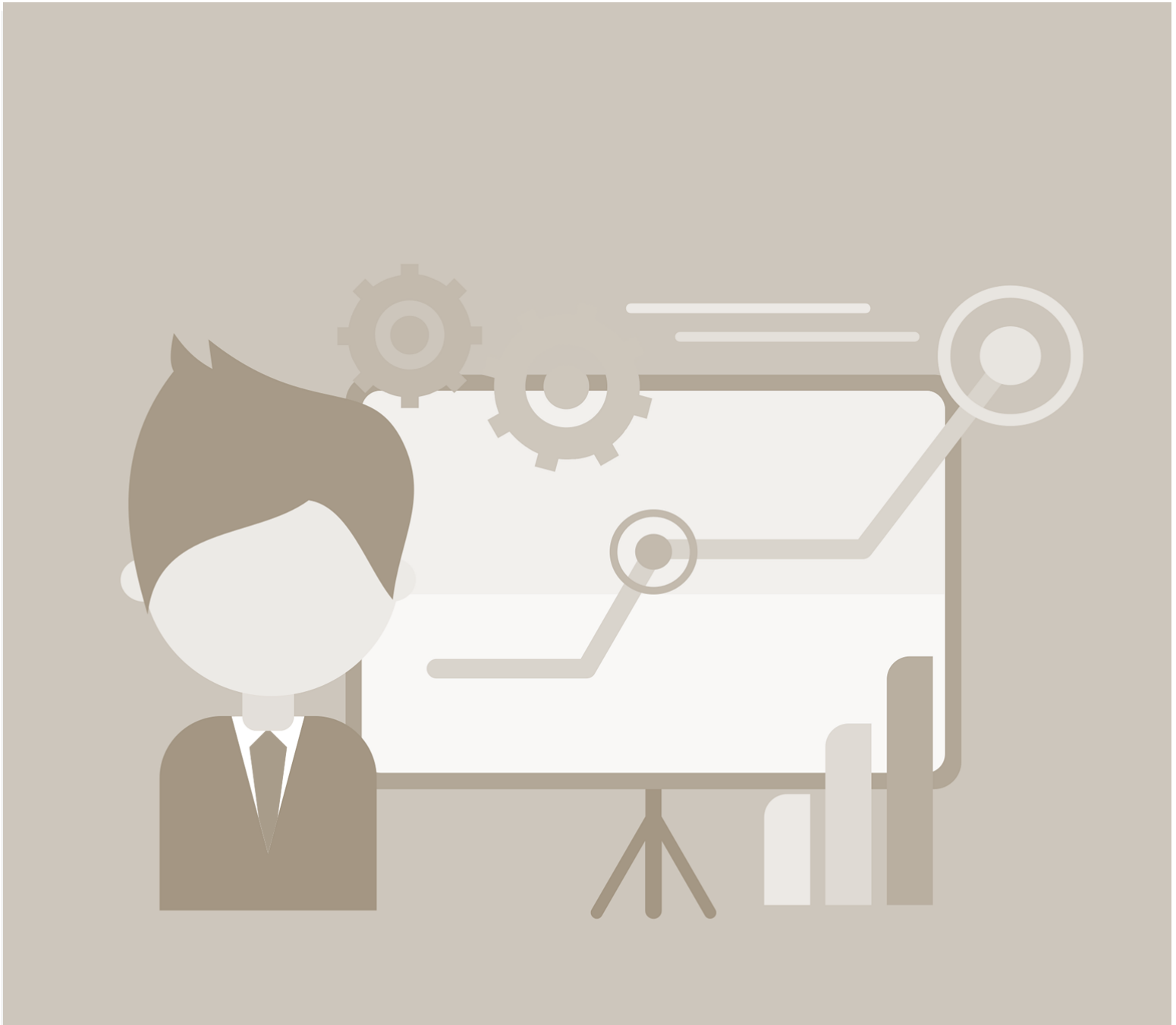


INNOVATIVE WORKPLACES 2025

FEBRUAR 2025





#

MOTIVATION & METHODIK

MOTIVATION

Was macht einen innovativen Arbeitgeber aus?

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter legen Wert auf sichere Arbeitsplätze sowie vielversprechende Zukunftsperspektiven. Unternehmen, die diesen Anforderungen gerecht werden möchten, sollten in folgenden Bereichen überzeugen:

- Innovationen: Innovative Unternehmen sichern sich durch neue Technologien und kreative Ideen nicht nur Wettbewerbsvorteile, sondern auch stabile und zukunftsfähige Arbeitsplätze.
- Digitalisierung: Digitale Unternehmen haben es leichter mit der Zeit zu gehen und ihren Mitarbeitern dadurch Rahmenbedingungen wie eine bessere Work-Life-Balance und Unterstützung durch intelligente Systeme zu bieten.
- Nachhaltigkeit: Arbeitgeber, die ökologische, soziale und wirtschaftliche Verantwortung übernehmen, leisten einen wertvollen Beitrag zur Gesellschaft und sind für viele Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer besonders attraktiv.
- Karriere: Ein Arbeitgeber, der seinen Mitarbeitern gute Zukunftsperspektiven für ihre Karriere bietet, wird es leichter haben qualifizierte Mitarbeiter für sich zu gewinnen.
- Gehalt: Ein attraktives Gehalt ist weiterhin ein relevantes Kriterium bei der Entscheidung für einen Arbeitgeber.
- Unternehmenskultur: Besonders für die junge Generation ist eine offene und wertschätzende Unternehmenskultur ein zentraler Bestandteil eines innovativen Arbeitgebers..
- Arbeitgeberfairness: Auch eine gute Fairness am Arbeitsplatz kann einem Arbeitgeber helfen qualifizierte Mitarbeiter nicht nur anzuziehen, sondern diese auch zu halten.

Vor diesem Hintergrund untersucht die Studie „Innovative Workplaces 2025“ die Daten eines Social Listening und wertet diese umfassend in den oben genannten Themenbereichen aus.

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

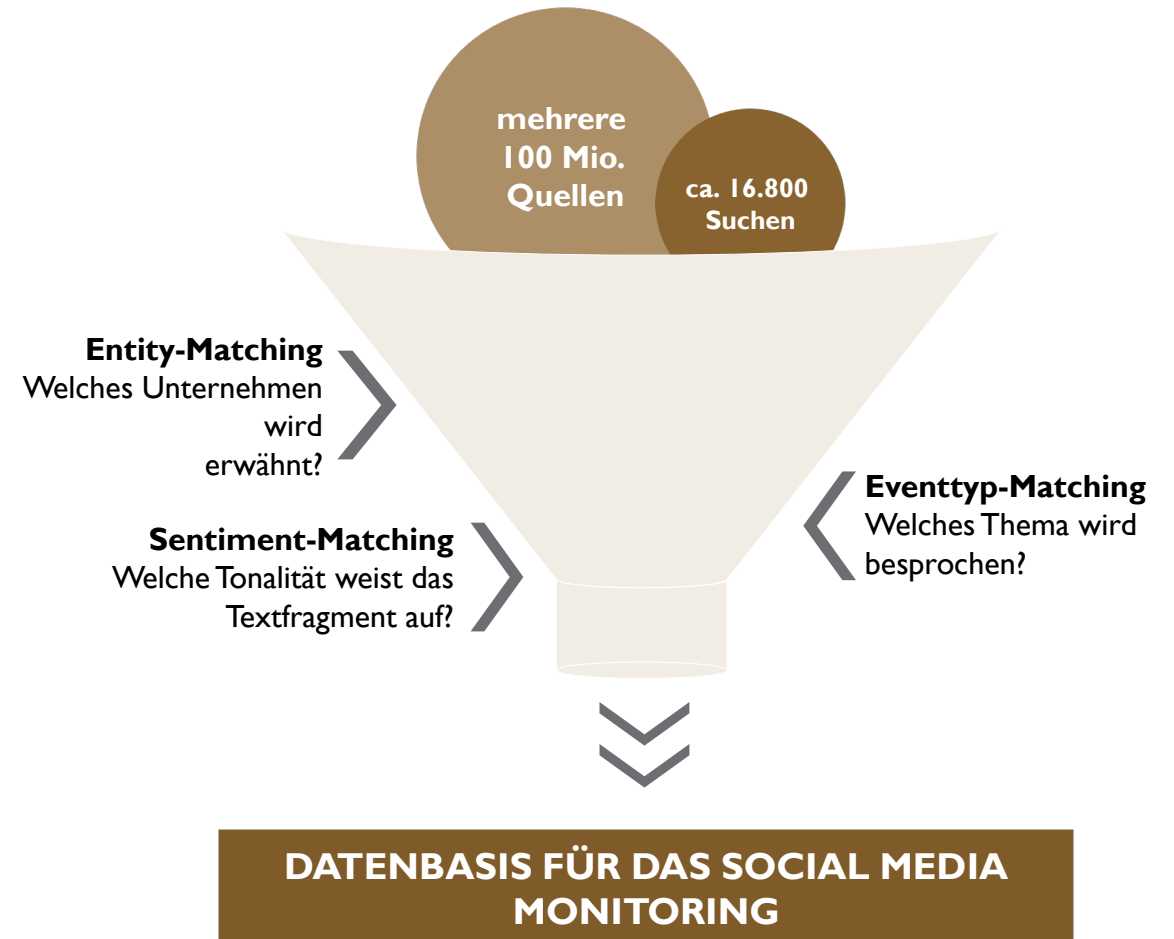
 **Consumer-**
Seiten

 **Presse-**
mitteilungen

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:

Innovation: Predictive Analytics, Vernetzung, agile Methoden, disruptive Technologie, Produkterneuerung

Digitalisierung: Machine Learning, Cloud Computing, Cloud-Technologien, Big Data, Smart Data

Nachhaltigkeit: Soziale Verantwortung, ökologische Verantwortung, ökonomische Verantwortung

Karriere: Karrierenetzwerk, Aufstiegschancen, berufliche Entwicklung, Berufsperspektiven, berufliche Förderung

Gehalt: Lohngleichheit, Einstiegsgehalt, Tariflohn

Unternehmenskultur: Personalpolitik, Mitarbeiter-bindung, Betriebsklima, Arbeitgeberattraktivität

Arbeitgeberfairness: Wertschätzung, Inklusion, fair

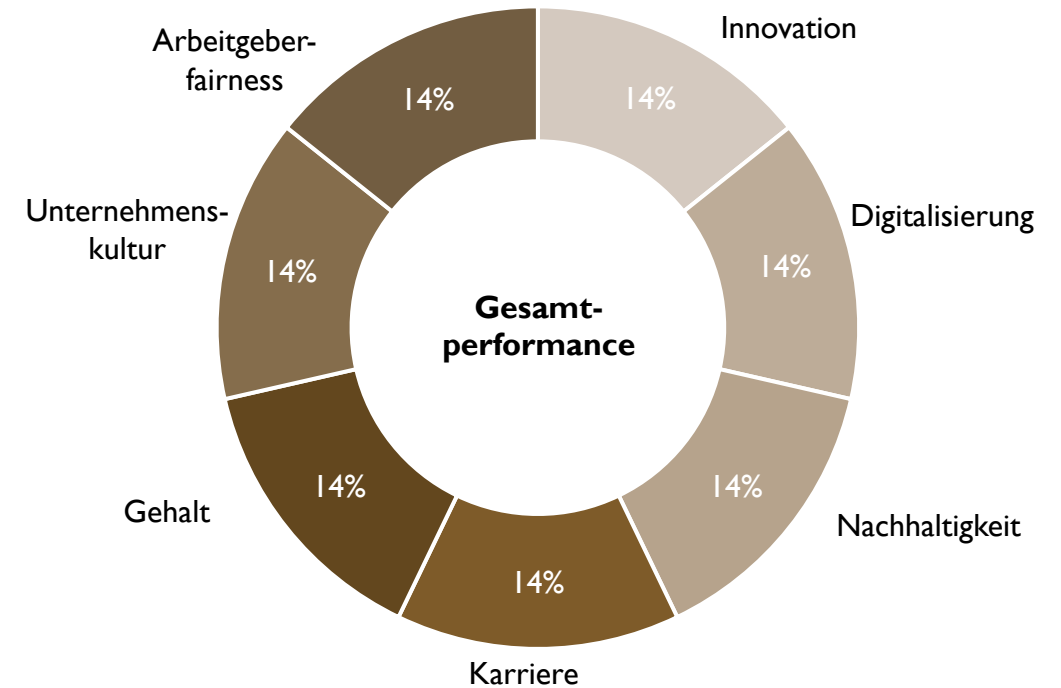
INNOVATIVE WORKPLACES 2025

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 gleichen Teilen auf der Bewertung der Eventtypen Innovation, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Karriere, Gehalt, Unternehmenskultur und Arbeitgeberfairness (vgl. nebenstehende Graphik).



METHODIK: PUNKTWERTERMITTLUNG SOCIAL MEDIA MONITORING

Wie werden die Punktwerte ermittelt?

Für diese Studie konnten ca. **3 Millionen Nennungen** zu etwa 16.800 Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom **01. Februar 2023 bis 31. Januar 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 danach normiert. Abschließend wird für jede Branche der durchschnittliche Punktwert aller Teilnehmer ermittelt. Dieser bildet die Untergrenze für die Vergabe der Auszeichnungen.

INNOVATIVE WORKPLACES 2025

METHODIK: ERMITTLUNG DES RANKINGS

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „**Innovative Workplaces 2025**“ 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

INNOVATIVE WORKPLACES 2025

KURZPORTRAIT SERVICEVALUE

Marktforschung

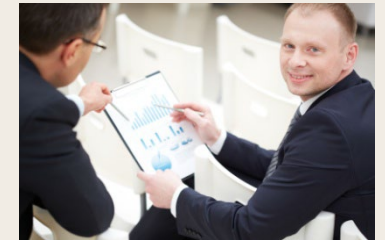
Wir liefern umsetzungsorientierte Ergebnisse aus Kunden- und Mitarbeiterbefragungen sowie aus Marktanalysen und Marktpotenzialschätzungen. Auf Ihr Anliegen passgenau zugeschnittene Erhebungsverfahren sowie optimale Stichprobenumfänge erhöhen die Effizienz und schaffen zugleich ökonomische Entlastung 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.



INNOVATIVE WORKPLACES 2025

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 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

www.faz-institut.de