

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Berichtsband zur Studie des F.A.Z.-Instituts

Juli 2019

F.A.Z.-INSTITUT



IMWF INSTITUT
FÜR MANAGEMENT- UND
WIRTSCHAFTSFORSCHUNG

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Inhalt

1. Motivation	Seite 3
2. Methodik	Seite 6
1. Social Listening	Seite 6
2. Schriftliche Befragung	Seite 12
3. Ermittlung des Gesamtrankings	Seite 14
3. Wissenschaftliche Begleitung	Seite 16
4. Zertifikatnutzung und Kontakt	Seite 18





DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Motivation

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Motivation

Wer sind Deutschlands begehrteste Arbeitgeber?

In Zeiten des Fachkräftemangels und von großen Herausforderungen bei der Personalsuche sind qualifizierte und motivierte Mitarbeiter in vielen Branchen am Standort Deutschland zunehmend stark nachgefragt und gleichzeitig schwer zu finden. Bewerber achten bei der Wahl ihres Arbeitgebers längst nicht mehr nur auf eine gute Bezahlung und optimale Karriereöglichkeiten. Viel stärker beeinflussen weiche Kriterien wie Arbeitsklima oder Arbeitsbedingungen, z.B. flexible Arbeitszeiten oder Möglichkeiten zur Arbeit im Home-Office, und die Sicherheit des Arbeitsplatzes die Wahl eines Arbeitgebers.¹⁾

Insgesamt ist bei der Frage, wie attraktiv ein Unternehmen als Arbeitgeber ist, die Reputation des Unternehmens zu betrachten. Wie wird seine Performance als Arbeitgeber und im Hinblick auf Wirtschaftlichkeit, Management, Produkte und Services sowie Nachhaltigkeit wahrgenommen? Unternehmen mit einer hohen Reputation fällt es leichter, begehrte Fachkräfte für sich zu gewinnen.

¹⁾ https://www.creditplus.de/fileadmin/03_Ueber_Creditplus/Newsroom_und_Pressebereich/Newsroom/CP_170526__Beruf_und_Karriere_2017.pdf

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Motivation

Vor diesem Hintergrund analysiert und bewertet die Studie „Deutschlands begehrteste Arbeitgeber“ in diesem Jahr zum zweiten Mal die größten deutschen Unternehmen aus über 150 Branchen.

Im Rahmen eines **Social Listening** wurden Aussagen im deutschsprachigen Internet zu den fünf o.g. Reputationsfaktoren erfasst, mittels Verfahren der Künstlichen Intelligenz aufgesplittet und analysiert.

Zusätzlich wurden in diesem Jahr die Unternehmen aufgefordert, in einer **schriftlichen Befragung** auf Basis eines strukturierten Fragebogens Informationen zu den Themengebieten Arbeitsplatzsicherheit, Arbeitszeiten, Gehaltsstruktur, Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Kommunikation sowie weitere Zusatzleistungen zu geben. Die Ergebnisse auf dem Fragebogen wurden anschließend zur Validierung verwendet. So konnte das Thema der Studie breit und umfassend bewertet werden.



DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Methodik | Social Listening

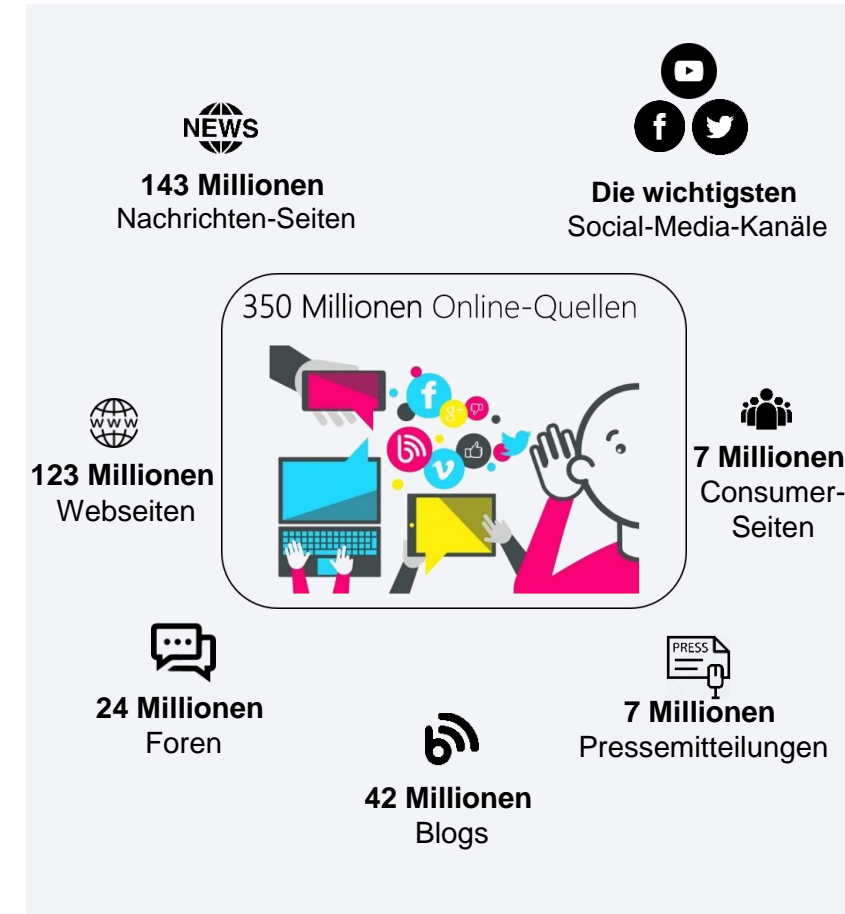
DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Methodik | Social Listening: Datenerhebung

Die Datenerhebung für das **Social Listening** erfolgt zweistufig. Der erste Schritt ist das sogenannte **Crawling**: Zuerst werden von unserem Partner Ubermetrics Technologies **sämtliche Texte, welche die für die Reputationsmessung relevanten 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:

- Eine deutsche („de“) oder deutschsprachige Domain („at“ und „ch“ werden ausgeschlossen)
- Uneingeschränkter Zugang zum Inhalt der Seite; Nicht erfasst werden Seiten oder Inhalte, die sich z.B. hinter einer Bezahlschranke oder einem zugriffsgeschützten Bereich befinden.

Damit ist das Quellenset sehr umfangreich und umfasst u.a. zehntausende Online-Nachrichten und mehrere Millionen Social-Media-Adressen. Die nebenstehende Illustration zeigt das Prinzip des **Crawlings** bei Ubermetrics.



DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Methodik | Social Listening: Datenanalyse

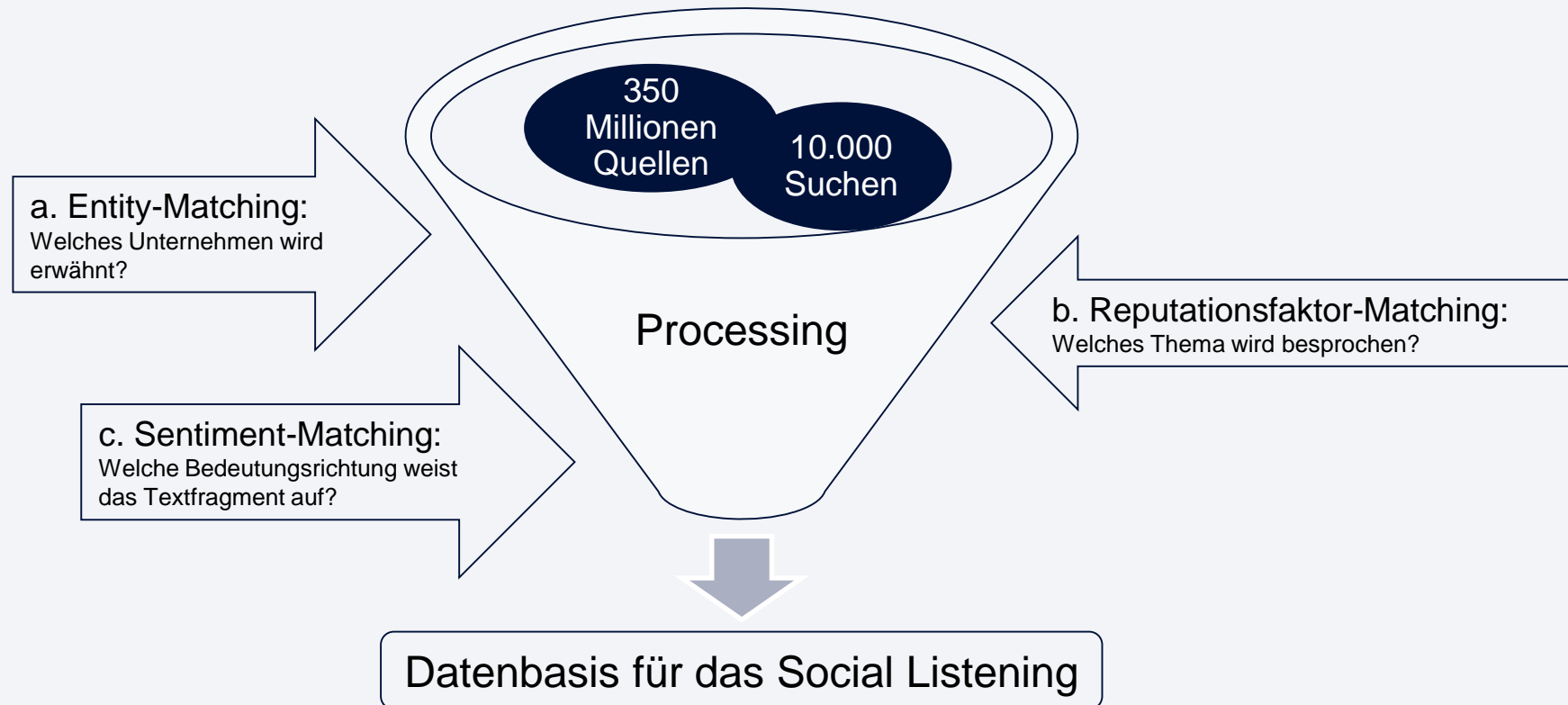
Die zweite Stufe, das sogenannte Processing, greift auf die im Crawling gesammelten Daten zu und analysiert diese nach den Vorgaben des jeweiligen Untersuchungsgegenstandes.

Die umfangreiche Datenbasis wird von unserem Partner Beck et al. Services in **Textfragmente** aufgesplittet und anschließend in drei Stufen mittels **Verfahren des maschinellen Lernens** analysiert:

- a. Welches **Unternehmen** wird erwähnt?
- b. Welches Thema wird besprochen? Welchem **Reputationsfaktor** kann das Textfragment also zugeordnet werden?
Die Zuordnung erfolgt mit Hilfe definierter Keywords, Text- und Satzkorpora, welche die sprachlichen Variationen sehr breit abbilden.
- c. Welche **Tonalität** weist das Textfragment auf?
Jedes Textfragment wird mit einer Sentiment-Analyse bewertet und den Kategorien positiv, neutral oder negativ zugeordnet.

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Methodik | Social Listening: Datenanalyse



DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Methodik | Social Listening: Das Bewertungsmodell

Wie werden die Punktwerte für die Reputationsfaktoren ermittelt?

Zur Berechnung der einzelnen Punktwerte werden für jedes Unternehmen und für jeden Reputationsfaktor folgende zwei Werte ermittelt:



Für diese Studie konnten rund 6,3 Millionen Nennungen zu den Unternehmen innerhalb des Untersuchungszeitraums vom 1. Juli 2018 bis 30. Juni 2019 identifiziert und den Reputationsfaktoren zugeordnet werden.

Tonalitätssaldo: Differenz aus positiven und negativen Nennungen geteilt durch die Gesamtzahl der Nennungen

Reichweite: Anzahl der Gesamtnennungen im Verhältnis zum Branchendurchschnitt

Anschließend werden beide Werte zu einem ersten Punktwert verrechnet. Je reichweitenstärker ein Unternehmen ist, desto stärker wirkt sich die Tonalität aus, also ob die Kommunikation für den jeweiligen Reputationsfaktor überwiegend positiv oder negativ gefärbt ist.

Unternehmen mit weniger als 20 Nennungen erhalten keine Punkte aus dem Bereich Social Listening.

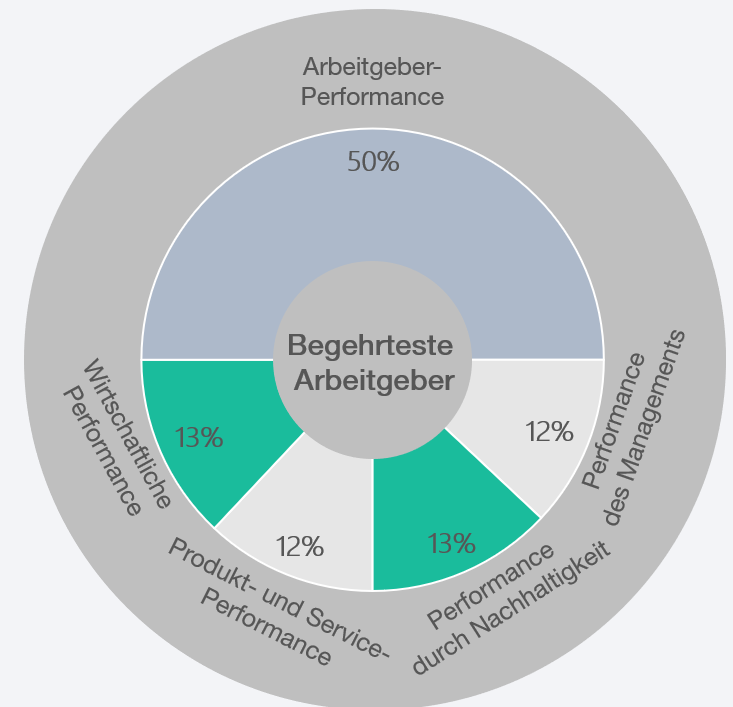
DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Methodik | Social Listening: Das Bewertungsmodell

Die so **gewichteten Reichweiten je Reputationsfaktor** werden anschließend zu einer Gesamtpunktzahl für jedes Unternehmen zusammengefasst.

Dabei werden die **Arbeitgeber-Performance mit 50%** und die **anderen Reputationsfaktoren mit ihrem Bedeutungsgewicht für die Wahrnehmung als Arbeitgeber gewichtet** (vgl. nebenstehende Grafik). Denn auch die Performance in den Bereichen Wirtschaftlichkeit, Produkte und Services, Nachhaltigkeit und Management haben einen nachgewiesenen Einfluss auf die Wahrnehmung der Performance als Arbeitgeber. Diese Tatsache berücksichtigt die vorliegende Studie und bezieht diese vier Faktoren entsprechend ihrem jeweiligen Bedeutungsgewicht mit zusammen 50% in die Berechnung ein.

Die Gesamtpunktzahl aus dem Social Listening wird dann **für die jeweilige Branche normiert**. Das schlechteste und das beste Unternehmen bilden mit 0 und 100 Punkten die Eckpunkte der Branche, die weiteren Wettbewerber werden anhand ihres Punktwerts auf dieser Spanne abgetragen.





DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Methodik | Schriftliche Befragung

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

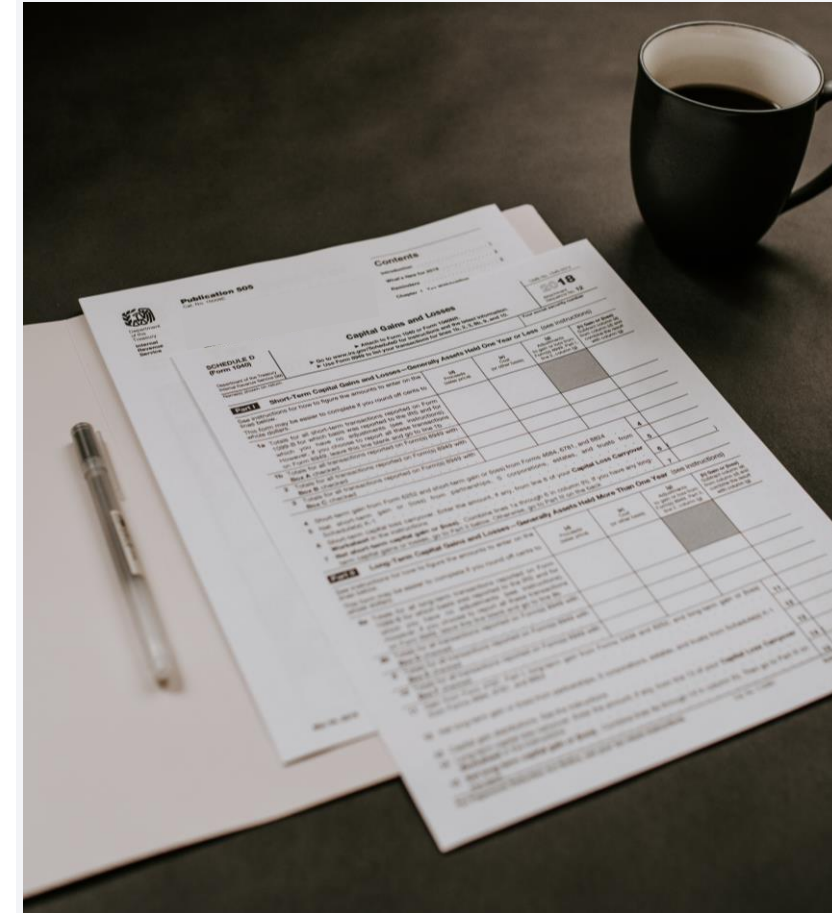
Methodik | Schriftliche Befragung: Das Bewertungsmodell

Parallel zum Social Listening wurde an die Unternehmen ein strukturierter Fragebogen verschickt. Dieser konnte alternativ online ausgefüllt werden.

In den im Fragebogen behandelten **sechs Themengebieten Arbeitsplatzsicherheit, Arbeitszeiten, Gehaltsstruktur, Entwicklungs- und Weiterbildungsmöglichkeiten, Kommunikation und Zusatzleistungen** konnten jeweils maximal 100 Punkte erreicht werden.

Die so ermittelte Gesamtpunktzahl aus der schriftlichen Befragung wurde **für die jeweilige Branche** des betrachteten Unternehmens **normiert**. Das schlechteste und das beste Unternehmen bilden mit 0 und 100 Punkten die Eckpunkte der Branche, die weiteren Wettbewerber werden anhand ihres Punktwerts auf dieser Spanne abgetragen.

Der Fragebogen wurde anschließend zur Validierung der Studie verwendet.





DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Methodik | Gesamtranking

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Methodik | Ermittlung des Rankings

Wie erfolgt die Auszeichnung?

Die Auszeichnung „Deutschlands begehrteste Arbeitgeber“ wird anhand der erreichten **Punktzahl im Gesamtranking aus dem Social Listening** vergeben.

Wie unter Methodik | Social Listening erwähnt, erfolgt die Berechnung des Punktwertes 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.

Der Punktwert aus dem Fragebogen wurde zusätzlich zur Validierung der Ergebnisse verwendet.

Insgesamt wurden **503 Unternehmen** ausgezeichnet.



DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Wissenschaftliche Begleitung

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Wissenschaftliche Begleitung

**Beratung beim Design der Untersuchung sowie bei der Methoden-
auswahl durch Prof. Dr. Werner Sarges.**

Prof. Dr. Werner Sarges ist durch seine Arbeit an der Helmut-Schmidt-Universität Hamburg bekannt. Zudem ist er Institutsleiter und Beratender Psychologe am Institut für Management-Diagnostik, Barnitz (bei Hamburg).

Professor Sarges ist einer der führenden Wissenschaftler und Berater zu eignungsdiagnostischen Fragen im Managementbereich.





DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Zertifikatnutzung & Kontakt

DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Zertifikatnutzung

Damit Sie Ihre Auszeichnung „Deutschlands begehrteste Arbeitgeber“ optimal für Ihre Kommunikation nutzen können, besteht die Möglichkeit einer Zertifikatlizenzierung.

Für nur 9.900 Euro zzgl. MwSt. erhalten Sie für eine Laufzeit von zwölf Monaten das Recht, das Zertifikat auf allen Ihren Kommunikationskanälen einzusetzen.

Mit einer Lizenzierung sichern Sie sich die Chance, über einen längeren Zeitraum von der Auszeichnung zu profitieren und Ihre Wahrnehmung als attraktiver Arbeitgeber aktiv zu stärken.

Die Auszeichnung „Deutschlands begehrteste Arbeitgeber“ wird in der Gesellschaft als ein Gütesiegel für eine gute Arbeitgeberperformance und eine positive Unternehmenskultur wahrgenommen. Bei Entscheidungen von potentiellen Bewerbern strahlt Ihr Unternehmen mit Hilfe des Zertifikats eine hohe Attraktivität und Werteorientierung aus.

Bei Interesse wenden Sie sich gerne an:

IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung

Fon: +49 40 253 185 – 140

E-Mail: alexander.goeschl@imwf.de



DEUTSCHLANDS BEGEHRTESTE ARBEITGEBER

Kontakt

Herausgeber der Studie

**F.A.Z.-Institut für Management-, Markt- und
Medieninformationen GmbH**

Frankenallee 68-72
60327 Frankfurt am Main

Fon: +49 69 75 91 30 83

E-Mail: info@faz-institut.de

www.faz-institut.de

Vermarktungspartner

IMWF Institut für Management- und Wirtschaftsforschung

Zeughausmarkt 35
20459 Hamburg

Fon: +49 40 253185 - 140

Fax: +49 40 253185 - 361

E-Mail: alexander.goeschl@imwf.de

www.imwf.de