

Positionierung der Schweizer Unternehmen in der Öffentlichkeit

Neue Erklärungsmuster und Analysen mit Relevanz für die Bereiche strategische Kommunikation, Marketing und Economic & Equity Research



Der Reputationsmonitor Wirtschaft als Analysetool für die öffentliche Positionierung von Unternehmen

Der SRI® als valide Währung für das öffentliche Ansehen von Unternehmen und Organisationen

Kontinuierliche Reputationsdaten für 100 Unternehmen aus 17 Sektoren in Schweizer Leitmedien seit Juli 2007

Beliebig skalierbare Analysen und massgeschneiderte Datenlieferungen bis auf Tagesbasis

DER SRI® ALS ZENTRALE WÄHRUNG FÜR DAS ÖFFENTLICHE ANSEHEN EINES UNTERNEHMENS

Der Reputationsmonitor Wirtschaft analysiert die Reputationsentwicklung der Schweizer Wirtschaft und ihrer Unternehmen in zentralen Schweizer Medien. Im Mittelpunkt der Analyse steht der Sedimented Reputation Index® (SRI®). Dieser dient der Modellierung der historisch gewachsenen, im öffentlichen Gedächtnis verankerten Reputation und erlaubt rasche Analysen zur aktuellen Positionierung von in der Öffentlichkeit stehenden Unternehmen.

Der Sedimented Reputation Index® (SRI®) ist ein wissenschaftlicher Kennwert zur Beschreibung der medienvermittelten Reputationsentwicklung.

Die Methodik folgt der Einsicht, dass die Reputation eines Unternehmens nicht nur durch aktuelle Ereignisse definiert, sondern immer auch zu einem gewissen Grad und für eine bestimmte Zeit durch vergangene Ereignisse beeinflusst wird. Sie trägt damit dem Umstand Rechnung, dass langfristig vor allem resonanzstarke Schlüsselereignisse die Reputationsdynamik von Organisationen und Unternehmen bestimmen.

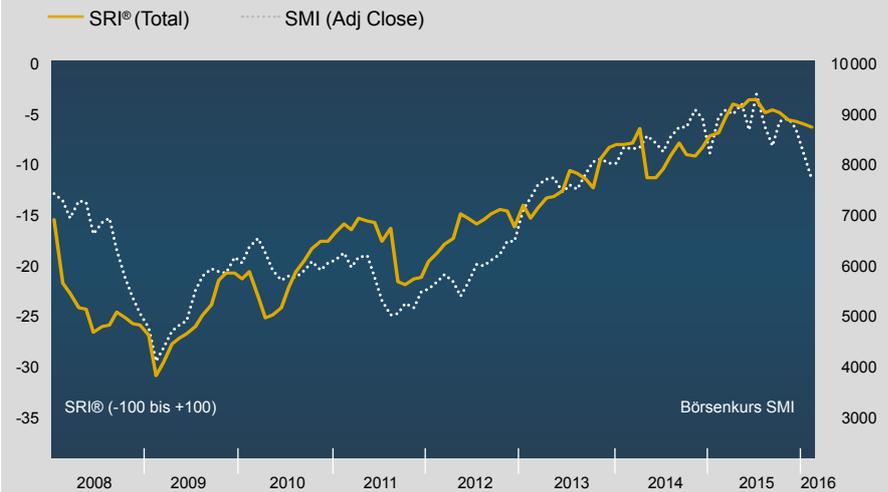
Der Sedimented Reputation Index® (SRI®) basiert somit auf der Verrechnung der relevanten Medienresonanz mit den sich daraus ergebenden Bewertungseffekten. Die SRI®-Verrechnung erfolgt über die Zeit und berücksichtigt auf Tages- oder Wochenbasis – die Werte der Vorperioden jeweils unter Einschluss einer Vergessensrate.

Empirische Vergleiche mit umfragebasierten Erhebungen zeigen, dass die so gewonnene medienvermittelte Reputation ein guter Indikator für die künftige Wahrnehmung von Unternehmen in der Bevölkerung darstellt. Der SRI® ist somit eine valide und aktuelle Währung für das öffentliche Vertrauen in die Unternehmen der Schweizer Wirtschaft.

Zur Berechnung des SRI® werden keine computergestützten Verfahren verwendet. Alle Medienbeiträge werden durch ausgebildete Kommunikationsforscher bewertet. Die so gewonnene reputationsrelevante Berichterstattung ermöglicht präzise Aussagen zur Bewertung von Unternehmen in der Öffentlichkeit. Regelmässige Qualitätskontrollen gewährleisten, dass die Medienartikel einem einheitlichen Codierungsprozess unterliegen.

Der SRI® wurde vom Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der Universität Zürich und der Beratungsfirma commsLAB AG entwickelt. Der Reputationsansatz hat sich in der Praxis bewährt und ist in der internationalen Kommunikationsforschung anerkannt.

SRI® versus Börsenkurs: 2008 - Februar 2016



Die Abbildung vergleicht die Reputationsentwicklung der 20 im SMI gelisteten Unternehmen gemäss SRI®-Verfahren mit der entsprechenden Kursentwicklung.

© commsLAB AG / fög - University of Zürich

Unternehmensauswahl: 100 Unternehmen aus 17 Sektoren

Banken:	Alle Kantonalbanken, Credit Suisse, Julius Bär, Migrosbank, Postfinance, Raiffeisen, UBS
Versicherer:	Axa, Baloise, Helvetia, Mobiliar, Nationale Suisse (bis 2014), Swiss Life, Swiss Re, Vaudoise, Zurich
Audit:	Ernst & Young, KPMG, Price Waterhouse Coopers
Bau:	Allreal, Arbonia Forster Group, Geberit, Holcim, Implenia, Sika
Chemie:	Clariant, Givaudan, Syngenta
Energie:	Alpiq, Axpo, BKW
Maschinen:	ABB, Georg Fischer, OC Oerlikon, Rieter, Schindler, Sulzer
Nahrung:	Barry Callebaut, Lindt & Sprüngli, Nestlé
Pharma:	Actelion, Lonza, Nobel Biocare, Novartis, Roche
Krankenkassen:	Concordia, CSS, Groupe Mutuel, Helsana, KPT, Sanitas, Swica, Visana
Medien:	Edipresse, Publigruppe, Ringier, SRG, Tamedia, NZZ-Mediengruppe
Luxus:	Richemont, Rolex, Swatch
Rohstoffe:	Glencore, Transocean, Xstrata (bis 2013)
Detail:	Coop, Migros, Manor
Dienstleister:	Adecco, SGS
Telekom:	Cablecom, Orange/Salt, Sunrise, Swisscom
Verkehr/Log.:	Post, SBB, Swiss

Mediensample

10 vor 10 (SRF), 20Minuten, Bilanz, Blick, Finanz und Wirtschaft, Handelszeitung, Le Temps, Neue Zürcher Zeitung, NZZ am Sonntag, Sonntags-Blick, Sonntagszeitung, Tages-Anzeiger, Tageschau (SRF), Weltwoche, Wochenzeitung.

**Datenbasis Juli 2007 – Ende 2015:
Codierung von 135'199 Medienbeiträgen**

ANWENDUNGSGEBIETE UND NUTZEN

Über die kontinuierliche Analyse der medial vermittelten Reputation der Schweizer Wirtschaftssectoren und ihrer Unternehmen liefert der Reputationsmonitor Wirtschaft neue Erklärungsmuster zur Wahrnehmung und Positionierung von Unternehmen und Sektoren und ergänzt herkömmliche ökonomische Datengrundlagen oder Marktforschungsdaten.

Drei Anwendungsgebiete

Strategische Kommunikation

Der Reputationsmonitor Wirtschaft ermöglicht die kontinuierliche und systematische Kontrolle des öffentlichen Auftritts einer Organisation. Die gewonnenen Erkenntnisse zur Reputationsentwicklung einer Organisation vermitteln dabei Orientierungswissen zur gezielten Steuerung des strategischen Kommunikationsmanagements. Die über alle Branchen hinweg angewandte Methodik ermöglicht zudem eine einzigartige Vergleichbarkeit der Reputationswerte.

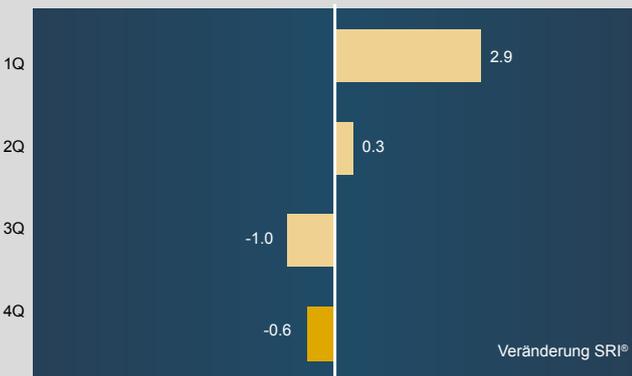
Marketing-Kommunikation

Der Reputationsmonitor Wirtschaft liefert differenzierte Erkenntnisse zum öffentlichen Bild. Der Abgleich dieser Ausendarstellung mit dem geplanten Unternehmensprofil dient der Sicherstellung eines profilkonformen Auftritts. Die Erkenntnisse fliessen in die inhaltliche Konzeption von Unternehmensevents, Werbe- und Brandkampagnen sowie in die Medienarbeit ein und erleichtern das Verfassen von profilkonformen Jahresberichten, Kunden-Broschüren und Boilerplates.

Economic & Equity Research

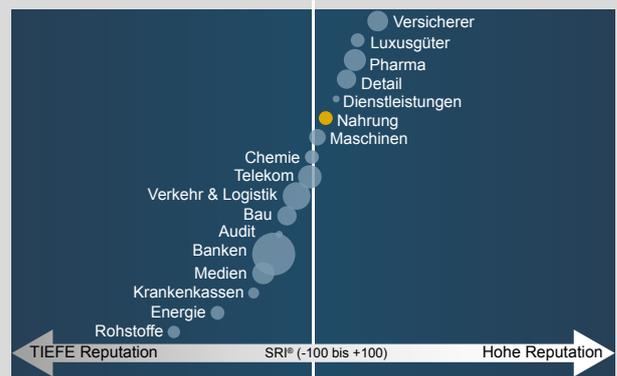
Die Daten des Reputationsmonitors Wirtschaft dienen als empirische Basis zur breiteren Abstützung von ökonomischen Expertisen und Anlageentscheidungen. Die Empirie belegt einen hohen Zusammenhang zwischen der Geschäfts- und der Reputationsentwicklung von Unternehmen. Medienbasierte Analysen bilden deshalb eine effiziente und laufend aktualisierbare Grundlage für wirtschaftliche Expertisen (Economic Research) und Anlageentscheidungen (Equity Research, Portfoliomangement).

Schweizer Wirtschaft: Shift SRI®



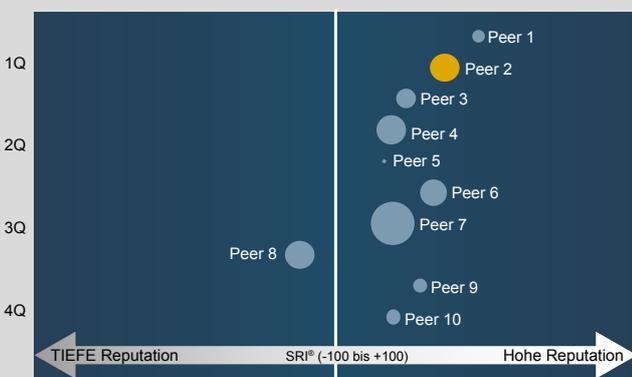
Anwendungsbeispiel I: Reputationsveränderung der Schweizer Wirtschaft gemäss SRI® in einer ausgewählten Zeitperiode ermöglicht eine valide Einschätzung zur diachronen Einordnung aktueller Entwicklungen.

Sektoren: SRI® per 31.12.2015



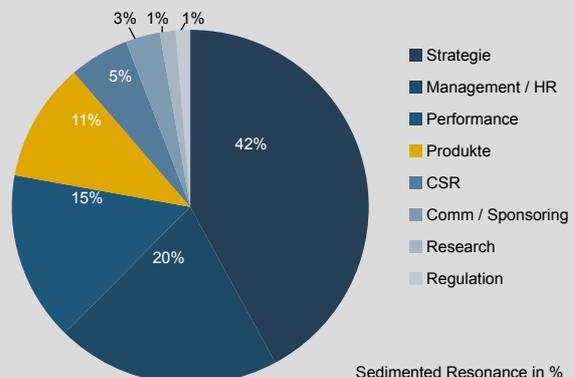
Anwendungsbeispiel II: Reputationsranking zentraler Schweizer Wirtschaftssektoren gemäss SRI® per Stichtag ermöglicht eine Einordnung der aktuellen Reputation vor dem Hintergrund eines Konkurrenzvergleichs.

Unternehmen: SRI® per 31.12.2015



Anwendungsbeispiel III: Reputationsranking einer Organisation und ihrer Konkurrenten gemäss SRI® per Stichtag ermöglicht eine Einordnung der aktuellen Reputation.

Positionierung: In % per 31.12.2015



Anwendungsbeispiel IV: Aufteilung der öffentlichen Wahrnehmung eines Unternehmens entlang den zentralen Positionierungs- resp. Handlungsfelder liefert zielgenaue Erklärungen zu wirkmächtigen Dynamiken.

LEISTUNGEN UND KONTAKT

Der Reputationsmonitor Wirtschaft erscheint quartalsweise und umfasst ein umfangreiches Folienset. Die verwendeten Datenreihen sind beliebig skalierbar und werden bis auf Tagesbasis dargestellt. Neben den Standardreports können auch massgeschneiderte Analysen und Datenlieferungen bezogen werden. Zusammen mit etablierten Partnern im Marktforschungsbereich lassen sich die Medienanalysen zudem um Umfragen erweitern.

Standardreport

Der Reputationsmonitor Wirtschaft wird in Form eines umfangreichen Foliensets (PPT) einmal pro Quartal geliefert. Die Publikation stellt die Reputationsentwicklung für die 17 untersuchten Sektoren für das aktuelle Quartal dar. Zusätzlich werden die langfristigen Entwicklungen seit 2008 ausgewiesen.

Pro Sektor werden detaillierte Auswertungen in Form von grafischen Darstellungen geliefert.

Neben methodischen Hilfestellungen stehen dem Leser inhaltliche Erläuterungen von fög/commsLAB in Form von Quotes zur Verfügung.

Die Kosten für eine Einzelausgabe belaufen sich auf CHF 2'000.-, das Jahresabo mit vier Ausgaben ist für CHF 6'000.- erhältlich.

Massgeschneiderte Analysen

Auf der Basis der vorhandenen Daten lassen sich unternehmensspezifische und massgeschneiderte Analysen produzieren, deren Periodizität (Monat, Quartal, Halbjahr, Jahr) frei wählbar ist.

Die Analysen lassen sich beliebig um weitere Medientitel und Social Media sowie zusätzliche Unternehmen erweitern.

Zusammen mit etablierten Partnern im Marktforschungsbereich besteht zudem die Möglichkeit, die Medienanalysen um Daten aus Umfragen zu erweitern.

Datenlieferungen

Die einzelnen SRI®-Werte sowie die unterliegenden Resonanzwerte können nach massgeschneiderten Kriterien zusätzlich im gewünschten Dateiformat bezogen werden.

Die Daten werden auf Wunsch bis auf Tagesbasis berechnet und ausgewiesen. Die Datenlieferungen werden im Rahmen der erhobenen Parameter den jeweiligen Bedürfnissen angepasst und erfolgen in der jeweils gewünschten Periodizität.

ÜBER UNS

fög – Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft

Das Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft ist ein auf Öffentlichkeits- und Kommunikationsforschung spezialisiertes assoziiertes Institut der Universität Zürich. Das fög analysiert Inhalte und Formen der öffentlichen Kommunikation und erforscht deren Wirkungen auf ökonomische und politische Organisationen. Das fög finanziert sich durch Forschungspartnerschaften und durch den nationalen und internationalen Forschungswettbewerb und wird von der Universität Zürich sowie von der Kurt Imhof Stiftung für Medienqualität gefördert.

commsLAB AG

commsLAB AG ist eine unabhängige Beratungsfirma, die auf die Analyse, Entwicklung und Umsetzung von unternehmens- und organisationspezifischen Corporate Profiles spezialisiert ist (gegründet 2004). commsLAB berät Unternehmen, Organisationen, politische Institutionen sowie Einzelpersonen, die aufgrund ihrer Bedeutung einer hohen öffentlichen Erwartungshaltung ausgesetzt sind.



Publikationsdaten

15.4 / 15.7 / 15.10 / 15.1

Der Standardreport wird von einer Kurzversion in Berichtsform begleitet. Diese Analyse wird jedes Quartal via Newsletter verbreitet und ist auf den Websites von fög und commsLAB aufgeschaltet.

KONTAKTE

fög
Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich

Andreasstrasse 15
CH - 8050 Zürich

kontakt@foeg.uzh.ch
Telefon +41 (0)44 635 21 11
Fax +41 (0)44 635 21 01

commsLAB AG
Profile Research & Management

Lenzgasse 29
CH-4056 Basel

info@commslab.com
Telefon +41 (0) 61 556 47 65