

## Schweizer Wirtschaft: Öffentliche Erwartungen bleiben negativ, stabilisieren sich aber

Die Reputation der Schweizer Wirtschaft hat sich im 4. Quartal 2015 gegenüber der Vorperiode weiter verschlechtert (-0.6 Reputationspunkte). Die seit dem 2. Quartal 2015 anhaltende Negativtendenz hat sich gegen Ende Jahr trotz anhaltender ökonomischer Unsicherheiten (Frankenstärke, Tiefzinsumfeld, Standortattraktivität) etwas abgeschwächt. Aufgrund resonanzstarker Ereignisse im In- (Parlaments- und Bundesratswahlen) und Ausland (Flüchtlingskrise, Konflikt in Syrien, Terror-Anschläge in Paris) sind wirtschaftliche Fragestellungen mit Ausnahme der Standortthematik etwas aus dem öffentlichen Fokus gerückt.

### SCHWEIZER WIRTSCHAFT: AKTUELLE DYNAMIK

Wie bereits im Vorquartal sind auch im 4. Quartal 2015 wiederum Reputationsverlust für die Schweizer Wirtschaft zu beobachten. Die negative Reputationsentwicklung hat sich aber etwas verlangsamt (-0.6 vs. -1.0 Indexpunkte im 3. Quartal 2015). Wirtschaftliche Themen sind gegenüber Fragen zur Sicherheitspolitik (Flüchtlingskrise, Terroranschläge) jüngst in der Öffentlichkeit deutlich in den Hintergrund gerückt. Die Schweizer Wirtschaft sieht sich in der medialen Perspektive aber auch weiterhin mit grossen Unsicherheiten konfrontiert. Die nach wie vor bestehenden Unsicherheiten bzgl. makroökonomischer Lage (Franken-Stärke, anhaltendes Tiefzinsumfeld) sowie eine Intensivierung der Standortdebatte sorgen für Herausforderungen.

#### Standortfragen werden wichtiger

In der Berichterstattung zur Schweizer Wirtschaft erhalten Fragen zur (Wahrung) der Standortattraktivität ein zunehmend grösseres Gewicht. Aufgrund der jüngsten Stellenabbaupläne (insbesondere bei Alstom) sowie Befürchtungen bzgl. negativer Auswirkungen bei Umsetzung der Masseneinwanderungsinitiative (z.B. bedrohte Personenfreizügigkeit) verdichtet sich eine öffentliche Perspektive, wonach der Standort Schweiz künftig vermehrt auf dem Prüfstand stehen dürfte.

#### Fed leitet Zinswende ein

Aufgrund des makroökonomischen Umfelds (Tiefzins, Frankenstärke) resultieren weiterhin Reputationsrisiken für die Schweizer Wirtschaft. Mit der im Dezember 2015 vom Fed eingeleiteten Zinswende ist zwar die öffentliche Erwartung nach einer mittel- bis langfristigen Entspannung an der Zinsfront verbunden; gleichzeitig werden mit dem Fed-Entscheid aber auch neue Wachstumsrisiken für die Weltwirtschaft verbunden.

Schweizer Wirtschaft: SRI® 2008 - 31/12/2015

© commsLAB AG / fög - University of Zurich

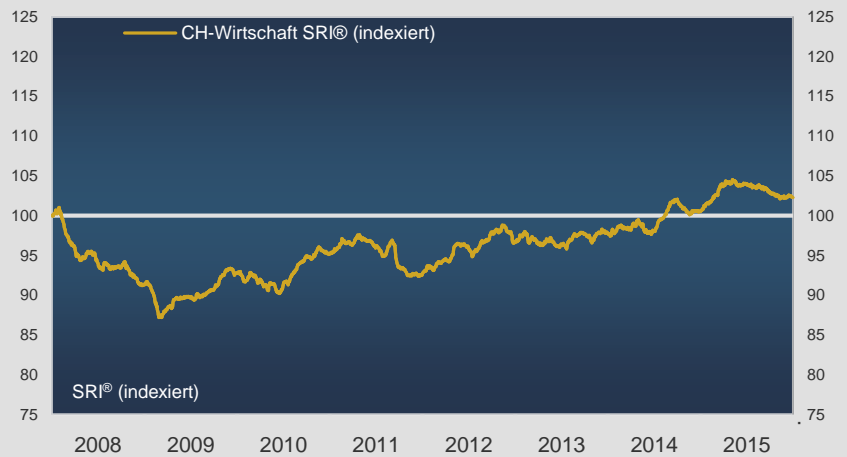


Abb. 1 zeigt die Reputationsentwicklung der Schweizer Wirtschaft indexiert per 1.1.2008. Ein Wert von über 100 bedeutet, dass sich die Reputation gegenüber dem Stand von 1.1.2008 verbessert hat. **Lesebeispiel:** Die Reputation der Schweizer Wirtschaft erreicht Anfang 2009 mit einem Indexwert von rund 87 ihren Tiefststand.

Schweizer Wirtschaft: Quartalsveränderung SRI®

© commsLAB AG / fög - Universität Zürich

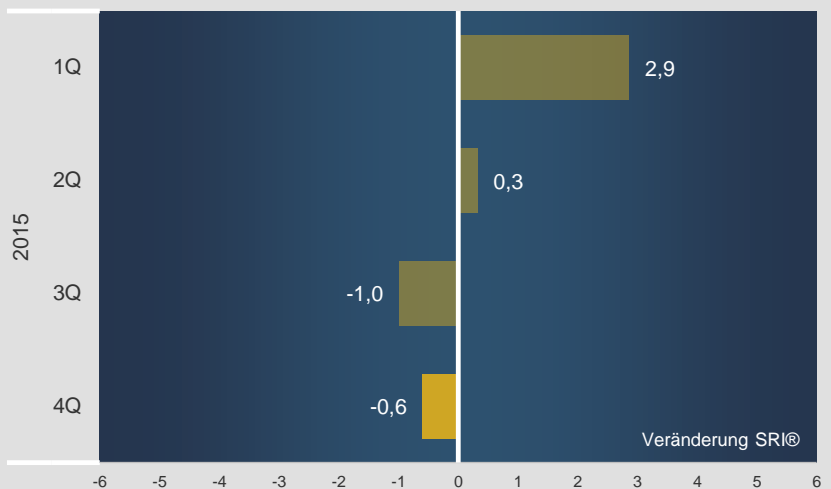


Abb. 2 zeigt die Reputationsveränderung der Schweizer Wirtschaft gemäss SRI® pro Quartal. **Lesebeispiel:** Die Schweizer Wirtschaft hat im 4. Quartal 2015 0.6 Indexpunkte an Reputation eingebüsst.

# SCHWEIZER WIRTSCHAFT: DYNAMIKEN REAL- VS. FINANZWIRTSCHAFT

In der Realwirtschaft hat sich die seit dem 2. Quartal 2015 zu beobachtende negative Reputationsentwicklung jüngst etwas abgeschwächt und diese verzeichnet aktuell nur noch leichte Einbussen (-0.9 Reputationspunkte). Demgegenüber konnte die Finanzwirtschaft (Banken und Versicherer) ihre Reputationsgewinne der Vorquartale nicht wiederholen und stagniert (+0.1 Reputationspunkte).

Innerhalb des Finanzsektors sehen sich Banken und Versicherer einer gegenläufigen Reputationsentwicklung gegenüber. Die Schweizer Banken sind zwar noch immer leicht negativ reputiert, profitieren aber auch jüngst von der Wahrnehmung einer positiven Performance-Entwicklung und des Thematisierungsrückgangs mit Bezug zu regulatorischen Fragestellungen.

## Strategiedebatte bei Versicherer

Mit der Erholung des Bankensektors fällt für die Versicherer ein seit der Finanzkrise über Jahre wirkender positiver Kontrastierungseffekte weg: Die Versicherer verlieren – allerdings von einem sehr positiven Niveau aus – seit Monaten an öffentlichem Ansehen. Kritische Zukunftserwartungen gewinnen vermehrt an Bedeutung. Diverse Konsolidierungsschritte und Personalwechsel (z.B. Abgang Martin Senn bei Zurich) haben zudem eine generelle Strategiedebatte für den Sektor befördert.

## Realwirtschaft: Negative Vorzeichen

Negative Erwartungen bezüglich künftiger Entwicklung der Realwirtschaft dominieren die Medienperspektive: «Trübe Aussichten für die Schweizer Wirtschaft» (vgl. AZ, 24.12.2015); «Stillstand» (Tages-Anzeiger, 2.12.2015). Neben dem nachwirkenden 'Frankenschock' würde auch die vom Fed eingeleitete Zinswende für Unsicherheit sorgen. Hinzu kommen Fragen bezüglich bedrohter Standortattraktivität aufgrund politischer Prozesse und Initiativen welche das Verhältnis zur EU belasten (v.a. Umsetzung Masseneinwanderungsinitiative, Durchsetzungsinitiative).

## Real- vs. Finanzwirtschaft: SRI® 2008 - 31/12/2015

© commsLAB AG / fög - University of Zurich

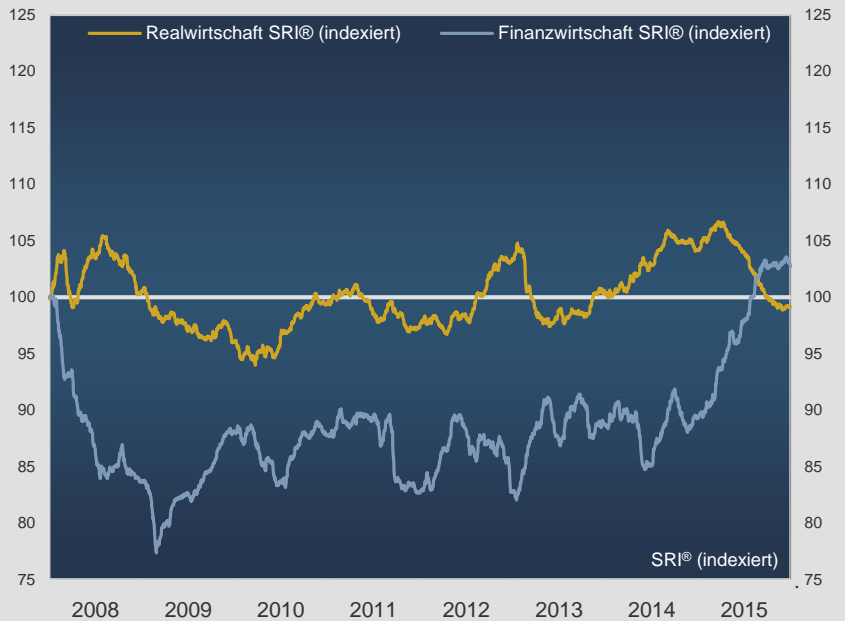


Abb. 3 zeigt die Reputationsentwicklung der Finanzwirtschaft (Banken & Versicherer im Vergleich zur Realwirtschaft (übrige Sektoren) indexiert per 1.1.2008. Ein Wert von über 100 bedeutet, dass sich die Reputation gegenüber dem Stand am 1.1.2008 verbessert hat.

## Real: Shift SRI®

© commsLAB AG / fög - Universität Zür

## Finanz: Shift SRI®

© commsLAB AG / fög - Universität Zürich

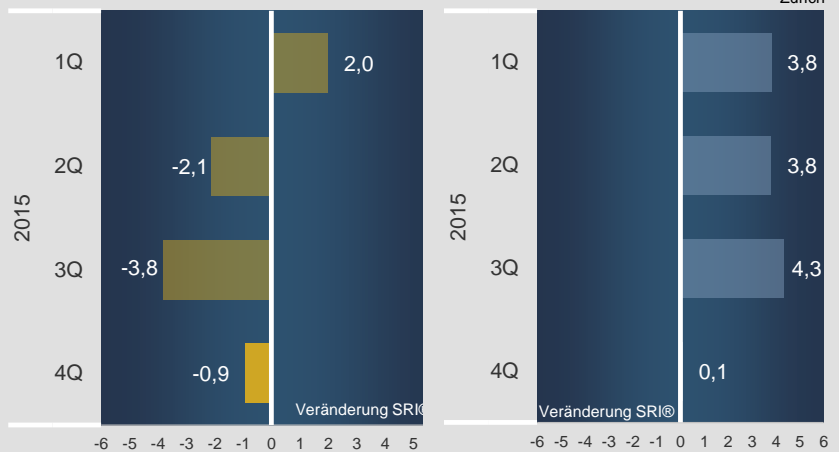


Abb. 4 und 5 zeigen die Reputationsveränderung von Real- und Finanzwirtschaft gemäss SRI® pro Quartal.

## Wollen Sie mehr Informationen? Bestellen Sie den vollständigen Reputationsmonitor Wirtschaft!

Ergänzend zur vorliegenden Publikation kann ein umfangreiches Folienset am Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft fög / Universität Zürich resp. bei commsLAB AG bezogen werden. Dabei werden Befunde geliefert u.a. zu folgenden Fragen:

- **Branchenvergleich:** Welche Reputations- und Resonanzdynamiken zeigen sich auf Ebene der einzelnen Branchen?
- **Reputationsdimensionen:** Welchen Reputations- und Resonanzdynamiken unterliegen die einzelnen Branchen im Wechsel zwischen Erfüllung ihrer Kernfunktion (Funktionalreputation) und Wahrnehmung im Kontext sozialmoralischer Standards (Sozialreputation)?
- **Positionierung:** Welche Handlungsfelder bestimmen die öffentliche Wahrnehmung der einzelnen Branchen?
- **Zukunftserwartung:** Welche Erwartungen bzgl. künftiger Entwicklung der Schweizer Wirtschaft lassen sich öffentlich beobachten?
- **Themen:** Welche Themen mit Bezug zur Schweizer Wirtschaft werden öffentlich diskutiert und welcher Dynamik unterliegen sie?

Preispolitik: CHF 2'000.- pro Einzelausgabe / CHF 6'000.- im Jahresabonnement à vier Quartalsausgaben

## METHODIK

### Fokus

Der quartalsweise publizierte Reputationsmonitor Wirtschaft erhebt über eine Inhaltsanalyse seit 2008 fortlaufend die Reputation der wichtigsten Schweizer Wirtschaftssektoren auf Basis der einzelnen Unternehmen. Insgesamt werden 100 Unternehmen aus 17 Sektoren analysiert (siehe Unternehmensauswahl).

### Mediensample

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

Aktuelle Datenbasis 4. Quartal 2015: Codierung von 2'784 Medienbeiträgen  
Gesamte Datenbasis seit Juli 2007: Codierung von 135'199 Medienbeiträgen

### Selektionskriterium Medienbeiträge

Codiert werden ausschliesslich reputationsrelevante Medienbeiträge. Die Medienberichterstattung wird als reputationsrelevant taxiert, wenn die Unternehmen entweder im Titel, im Lead oder prominent in mindestens einem Abschnitt des Textes thematisiert sind.

### Reputation

Reputation bezeichnet den Ruf von Personen, Organisationen und Institutionen. Die Reputationsmessung erfolgt über die via Medien veröffentlichten Bewertungen zu den einzelnen Untersuchungsobjekten. Die Bewertungen werden mittels des sogenannten Sedimented Reputation Index® (SRI®) verrechnet.

Der SRI® ermöglicht eine einzigartige Verbindung der Auswirkungen von Resonanz und Reputation in einem langfristigen Kontext und dient der Modellierung der historisch gewachsenen, im öffentlichen Gedächtnis verankerten Reputation.

Das vom Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der Universität Zürich und commsLAB AG entwickelte Verfahren erlaubt die Darstellung von langfristigen, sedimentierten Reputationsentwicklungen.

Ein Wert von +100 bedeutet, dass das Unternehmen im jeweiligen Zeitraum ausschliesslich positive Bewertungen erfahren hat. Umgekehrt bedeutet ein Wert von -100, dass das Unternehmen ausschliesslich negativ bewertet wurde.

### Finanzierung

Der Reputationsmonitor von fög und commsLAB wird aus eigenen Mitteln finanziert.

### Über Uns

#### fög Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich

fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft ist eine Forschungsinstitution im Bereich der Öffentlichkeits- und Kommunikationsforschung an 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 er wird von der Universität Zürich und 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.

### KONTAKTE

#### fög

Forschungsinstitut Öffentlichkeit  
und Gesellschaft / Universität Zürich

Andreasstrasse 15  
CH-8050 Zürich

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

#### commsLAB AG

Profile Research & Management

Lenzgasse 29  
CH-4056 Basel

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

### Unternehmensauswahl

Banken:	Alle Kantonalbanken, Credit Suisse, Julius Bär, Migrosbank, Postfinance, Raiffeisen, UBS
Versicherer:	Axa, Bâloise, 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, Publigroupe, 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