

GfK Business Reflector 2023

Hintergrundinformationen zur
Studie und Ergebnisse

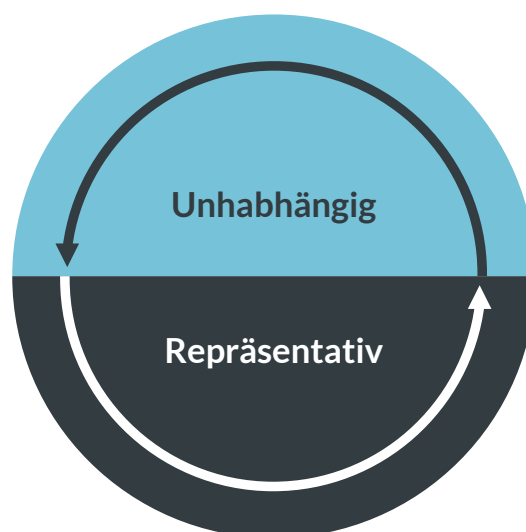


Der GfK Business Reflector ist das führende, unabhängige Ranking zur Reputation der bedeutendsten Schweizer Unternehmen und Non-Profit-Organisationen (NPO).

Gemeinsam mit dem fög (Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft), einem assoziierten Institut der Universität Zürich, wurde ein wissenschaftlich fundiertes Messinstrumentarium entwickelt, mit welchem seit mehr als fünfzehn Jahren jährlich die Reputation der führenden Schweizer Unternehmen und seit sechs Jahren zudem die Reputation der bekanntesten Schweizer NPO erhoben wird. Die Messung basiert auf einer repräsentativen Befragung der Schweizer Bevölkerung.

Die Studie bietet ein unabhängiges, branchenübergreifendes Ranking und ist daher ein wichtiger Gradmesser für den Erfolg eines Unternehmens. Sie zeigt auf, wo ein Unternehmen im Vergleich zu anderen führenden Unternehmen steht und wie sich die Reputation im Zeitverlauf verändert.

Neben den 50 Unternehmen und 20 Organisationen, welche im Ranking vertreten sind, kann sich jedes weitere Unternehmen und jede interessierte Organisation bei vorgängiger Anmeldung an der Studie beteiligen und sich so direkt mit den führenden Unternehmen und Organisationen der Schweiz vergleichen. Damit stellt der GfK Business Reflector für alle interessierten Unternehmen und Organisationen ein einzigartiges Reputationsbenchmarking zur Verfügung, das als Basis für das Reputationsmonitoring und Reputationsmanagement dient.



Inhalte des GfK Business Reflector



Bekanntheit

Zweistufige Ermittlung der Bekanntheit

- Allgemeine Bekanntheit (gestützte Bekanntheit des Unternehmens)
- Spezifische Bekanntheit (Bekanntheit der Produkte bzw. Dienstleistungen, die das Unternehmen anbietet bzw. der Zwecke, für die sich eine Organisation engagiert)



Reputation

Das Herzstück der Studie – und die für das Ranking relevante Kennzahl Erhebung anhand dreier Dimensionen:

- Rationale Wertschätzung
- Emotionale Wertschätzung
- Sozialmoralische Wertschätzung



Arbeitgeberimage

Die Reputation eines Unternehmens wirkt sich auch darauf aus, wie attraktiv ein Unternehmen als potenzieller Arbeitgeber ist.

(nur für Unternehmen)

Im GfK Business Reflector wird zunächst die *Bekanntheit* der Unternehmen auf zwei Stufen erhoben:

- Allgemeine Bekanntheit (gestützte Bekanntheit des Unternehmens)
- Spezifische Bekanntheit (Bekanntheit der Produkte bzw. Dienstleistungen, die das Unternehmen anbietet bzw. der Zwecke, für die sich eine Organisation engagiert) Nur wenn auch bekannt ist, welche Produkte bzw. Dienstleistungen sich hinter einem Unternehmensnamen verbergen bzw. für welche Zwecke sich eine Organisation engagiert, können in der Folge Aussagen zur Reputation gemacht werden. Daher ist die spezifische Bekanntheit die Voraussetzung für die Beurteilung der Reputation.

Reputation ist die generelle Einschätzung eines Unternehmens oder einer Organisation und umfasst sowohl rationale, emotionale als auch sozialmoralische Bestandteile. Die Einschätzung basiert auf direkten und indirekten Erfahrungen und Kontakten mit dem Unternehmen oder der Organisation sowie auf verarbeiteten Kommunikationsbotschaften.

In zahlreichen Studien hat sich gezeigt, dass sich eine hohe Reputation positiv auf den Unternehmenserfolg auswirkt. Andererseits beeinflusst der wirtschaftliche Erfolg eines Unternehmens umgekehrt auch dessen Reputation. Im GfK Business Reflector wird der wirtschaftliche Erfolg daher als einer von mehreren Einflussfaktoren der Reputation gemessen. Daneben sind jedoch weitere, vor allem emotionale, aber auch sozialmoralische Einflussfaktoren zentral für eine hohe Reputation.

Unsere Untersuchungen zeigen, dass gerade emotionale Faktoren wie die Sympathie eines Unternehmens sehr wichtig für die Reputation sind. Können sich Personen mit einem Unternehmen identifizieren, wird auch die Reputation besser beurteilt. Dabei kommt der sozialmoralischen Verantwortlichkeit eine wesentliche Rolle zu.

Die Reputation wird anhand der folgenden Kriterien gemessen:

Rationale Wertschätzung

Erfüllen von Leistungserwartungen

- Ansehen als Topunternehmen / Toporganisation
- (wirtschaftlich) erfolgreich
- Qualität des Angebots bzw. der Leistungen

Emotionale Wertschätzung

Pflege eines unverwechselbaren Profils

- Identifikation mit dem Unternehmen / der Organisation
- Einzigartigkeit
- Sympathie des Unternehmens / der Organisation

Sozialmoralische Wertschätzung

Erfüllen sozialmoralischer Erwartungen

- Soziale Nachhaltigkeit
- Ökologische Nachhaltigkeit
- Wirtschaftliche Nachhaltigkeit

Die Bevölkerung interessiert sich (wie viele andere Anspruchsgruppen auch) immer stärker dafür, ob ein Unternehmen sich seiner gesellschaftlichen, ökonomischen und ökologischen Verantwortung bewusst ist. Themen wie Arbeitsplatzsicherung am Standort Schweiz, faire Lieferketten und attraktive Arbeitsbedingungen, Klimaschutz und verantwortungsbewusster Umgang mit natürlichen Ressourcen stehen unter

Beobachtung und werden öffentlich in sozialen und traditionellen Medien diskutiert. Deshalb beleuchtet der GfK Business Reflector neben dem Erfüllen wirtschaftlicher Erwartungen auch die emotionale Wertschätzung sowie das Erfüllen sozialmoralischer Erwartungen.

Aus den drei Dimensionen «rationale Wertschätzung», «emotionale Wertschätzung» und «sozialmoralische Wertschätzung» wird ein Reputationsindex gebildet, der die zentrale Kennzahl für das GfK Business Reflector Ranking darstellt.

Zudem erheben wir für Unternehmen als zusätzliche Messgrösse auch die *Attraktivität als Arbeitgeber*.

Für Unternehmen ist es im Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeitende und insbesondere in Zeiten des Fachkräftemangels essenziell als attraktiver Arbeitgeber beurteilt zu werden. Die Reputation eines Unternehmens ist dafür ein wichtiger Einflussfaktor.

Studiensteckbrief

Jeweils im Januar und Februar werden 3'500 Personen zwischen 16 und 69 Jahren in der Deutsch- und Westschweiz mittels einer repräsentativen Online-Befragung zu Bekanntheit und Reputation der führenden Schweizer Unternehmen und NPOs befragt. Für Unternehmen wird zudem die Attraktivität als Arbeitgeber bewertet.

Die GfK erfasst zur Bildung des jährlichen Rankings eine Kerngruppe von Unternehmen, die so genannte Benchmark-Gruppe. Diese umfasst die 50 bedeutendsten Schweizer Unternehmen und wird nach folgenden Kriterien zusammengestellt:
alle 20 SMI Titel, die grössten Schweizer Arbeitgeber sowie die bekanntesten Unternehmen. Bei den SMI Titeln sowie

den grössten Arbeitgebern können nur jene berücksichtigt werden, die in der Schweizer Bevölkerung hinreichend gut bekannt sind. Unternehmen, welche in der Bevölkerung nicht oder kaum bekannt sind, können von den teilnehmenden Personen auch nicht sinnvoll hinsichtlich ihrer Reputation beurteilt werden.

Benchmark-Gruppe Unternehmen 2023:

- ABB
- Alcon
- AMAG
- AXA
- Bell
- Coop
- Credit Suisse
- Denner
- Die Mobiliar
- Die Schweizerische Post
- Geberit
- Givaudan
- Helvetia (neu)
- Hirslanden
- Interdiscount
- Jumbo
- Kantonalbanken
- LaFargeHolcim
- Landi
- Lindt & Sprüngli
- Logitech
- Lonza
- Manor
- Migros
- Nespresso
- Nestlé
- Novartis
- Otto's (neu)
- PostFinance (neu)
- Raiffeisenbank
- Richemont
- Ricola
- Rivella
- Roche
- Rolex
- Schweizerische Bundesbahnen SBB
- Securitas
- SGS Société Générale de Surveillance
- Sika
- SRG SSR
- Suva
- Swatch Group
- Swiss International Airlines
- Swiss Life
- Swiss Re
- Swisscom
- UBS
- Victorinox
- Zurich Versicherung
- Zweifel

Daneben werden die 20 bekanntesten Schweizer Non-Profit-Organisationen in die Studie einbezogen.

Benchmark-Gruppe Non-Profit-Organisationen 2023:

- Ärzte ohne Grenzen
- Bio Suisse
- Caritas Schweiz
- Die dargebotene Hand
- EXIT
- Fairtrade Max Havelaar
- Glückskette
- Greenpeace Schweiz
- Heilsarmee Schweiz
- Krebsliga
- Lungenliga
- Pro Juventute
- Pro Natura (neu)
- Pro Senectute
- Rega
- Schweizer Paraplegiker Stiftung
- Schweizerisches Rotes Kreuz
- Spitex Schweiz
- Touring Club Schweiz (TCS)
- WWF Schweiz

Studienergebnisse 2023

Top 10 Reputation Unternehmen

1	Migros
2	Victorinox
3	Zweifel
4	Ricola
5	Lindt & Sprüngli
6	Geberit
7	Coop
8	Logitech
9	Rivella AG
10	Schweizerische Bundesbahnen SBB

Die Migros führt in diesem Jahr das Swiss Reputation Ranking erneut an, nachdem sie im Vorjahr von Victorinox auf Rang 2 verdrängt wurde. Die Migros ist das Unternehmen, mit dem sich die Schweizer:innen am stärksten identifizieren können und welches Bestwerte hinsichtlich der sozialmoralischen Reputation erzielt. Hier liegt die Migros mehr als vier Prozentpunkte vor dem nächstbesten Unternehmen.

Victorinox folgt mit einem geringfügigen Abstand auf dem zweiten Rang. Victorinox behauptet sich insbesondere hinsichtlich der rationalen Dimension und wird als absolutes Topunternehmen in seinem Markt angesehen, welches bessere Produkte und Leistungen anbietet als andere Unternehmen.

Auf dem dritten Rang liegt wie im Vorjahr Zweifel. Auf den Rängen 4 bis 6 folgen unverändert Ricola, Lindt & Sprüngli sowie Geberit.

Auf Rang 7 liegt Coop, das sich um vier Ränge verbessern konnte. Ebenfalls verbessern konnte sich Logitech, welches nunmehr Rang 8 besetzt. Rivella und die SBB folgen auf den Rängen 9 und 10. Aus den Top 10 verdrängt wurde die Mobilier.

Demographische Unterschiede im Ranking

Alle Unternehmen der Top 10 mit Ausnahme von Lindt & Sprüngli werden von Männern besser beurteilt als von Frauen. Insbesondere die beiden Unternehmen Logitech und SBB werden von den Männern deutlich besser beurteilt und verdanken ihnen den Platz in den Top 10. Bei den Frauen gehören Hirslanden und die Landi zu den 10 am besten beurteilten Unternehmen.

Die Deutschschweizer bewerten die Migros deutlich besser als die Westschweizer. Aber auch Victorinox, Zweifel, Lindt & Sprüngli, Geberit; Logitech, Rivella und die SBB werden in der Deutschschweiz besser beurteilt als in der Westschweiz, wohingegen Coop und Ricola bessere

Werte in der Westschweiz erzielen.

Für die Westschweizer zählen auch Rolex, die Kantonalbanken und die Landi zu den zehn besten Unternehmen. Die SBB, Migros und Rivella hingegen liegen in der Westschweiz nicht auf den ersten zehn Rängen.

Die Migros verdankt ihre Spitzenposition klar den jüngeren Personen bis 29 Jahren. Diese bewerten die Migros deutlich besser als Victorinox. Personen ab 30 hingegen sehen Victorinox vor der Migros. Bei den jüngeren Personen bis 29 Jahre zählen auch die Kantonalbanken, Swisscom und Hirslanden zu den Top 10, bei den über 50jährigen Swatch, Landi und die Suva.

Top 10 Reputation Non-Profit-Organisationen

1	Rega
2	Schweizer Paraplegiker Stiftung
3	Ärzte ohne Grenzen
4	Bio Suisse
5	Spitex Schweiz
6	Schweizerisches Rotes Kreuz
7	Fairtrade Max Havelaar
8	Krebsliga
9	Pro Natura
10	Die dargebotene Hand

Bei den Non-Profit-Organisationen führt zum sechsten Mal in Folge die Schweizerische Rettungsflugwacht Rega das Ranking an, gefolgt von der Schweizer Paraplegiker-Stiftung und Ärzte ohne Grenzen, die sich um einen Rang verbessern konnten.

Ebenfalls um einen Rang verbessert hat sich Bio Suisse und liegt auf dem vierten Rang. Auf dem fünften Rang folgt die Spitex Schweiz, die sich um zwei Ränge verbessert hat. Verloren hat das Schweizerische Rote Kreuz, das erstmal nicht in den Top 3 vertreten ist, sondern neu auf Rang 6 liegt. Auf den weiteren Rängen folgen Fairtrade Max Havelaar, die Krebsliga, Pro Natura und die dargebotene Hand.

Attraktivster Arbeitgeber

1	Victorinox
2	Rolex
3	Migros
4	Swatch Group
5	Logitech
6	Geberit
7	Lindt & Sprüngli
8	Kantonalbanken
9	ABB
10	Richemont

Bezüglich der Attraktivität als Arbeitgeber führt Victorinox das Ranking an, gefolgt von Rolex und Migros, der Swatch Group und Logitech. Geberit, Lindt & Sprüngli, die Kantonalbanken, ABB und Richemont folgen auf den weiteren Rängen.

GfK Reputationsforschung

Der GfK Business Reflector zeigt den aktuellen Stand bezüglich Bekanntheit, Reputation und Attraktivität als Arbeitgeber auf und liefert damit Vergleichswerte und Hinweise darauf, ob und wo Handlungsbedarf besteht. GfK unterstützt interessierte Unternehmen bei der Ableitung konkreter Massnahmen zur Reputationssteigerung. Mit innovativen und validierten Forschungsansätzen werden konkrete Handlungsempfehlungen für die Stärkung von Markenbeziehungen und Reputation abgeleitet.
Die vollständigen Resultate zum GfK

Business Reflector 2023 können Sie unter businessreflector@gfk.com bestellen.

Ihre Kontakte



Dr. Anja Reimer
GfK Switzerland
anja.reimer@gfk.com



Verona Klug
GfK Switzerland
verona.klug@gfk.com

GfK. Growth from Knowledge.

Seit über 85 Jahren vertrauen uns Kunden weltweit, indem wir sie bei geschäftskritischen Entscheidungsprozessen rund um Verbraucher, Märkte, Marken und Medien unterstützen. Mit unseren verlässlichen Daten und Erkenntnissen, kombiniert mit fortschrittlicher künstlicher Intelligenz, haben wir den Zugang

zu umsetzbaren Handlungsempfehlungen in Echtzeit revolutioniert, die die Marketing-, Vertriebs-, und Organisations-Effektivität unserer Kunden und Partner steigern. Auf diese Weise versprechen und liefern wir Wachstum durch Wissen – Growth from Knowledge.