

GfK Business Reflector 2024

Hintergrundinformationen
zur Studie und Ergebnisse

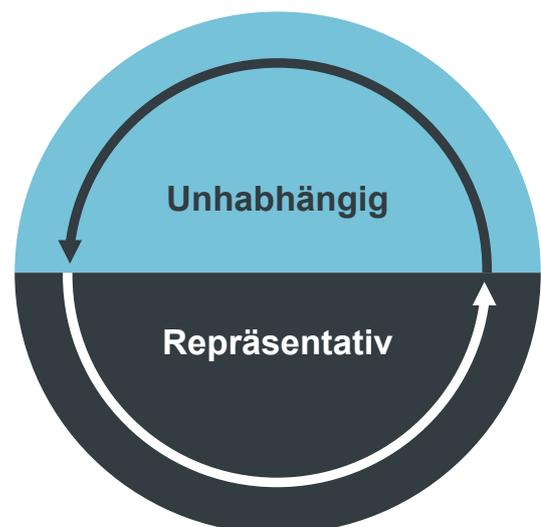


Der GfK Business Reflector ist das führende, unabhängige Ranking zur Reputation der bedeutendsten Schweizer Unternehmen und Non-Profit-Organisationen (NPO).

Gemeinsam mit dem fög (Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft), einem assoziierten Institut der Universität Zürich, wurde ein wissenschaftlich fundiertes Messinstrumentarium entwickelt, mit welchem seit achtzehn Jahren jährlich die Reputation der führenden Schweizer Unternehmen und seit sieben 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.



Messung der Reputation im Rahmen des GfK Business Reflector

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.

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. Von 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 2024

- ABB
- Alcon
- AMAG
- AXA
- Baloise (neu)
- Bell
- Coop
- Denner
- Die Mobiliar
- Die Schweizerische Post
- Emmi (neu)
- Geberit
- Givaudan
- Hirslanden
- Holcim
- Interdiscount
- Jumbo
- Kantonalbanken
- Kühne & Nagel (neu)
- Landi
- Lindt & Sprüngli
- Logitech
- Lonza
- Manor
- Migros
- Nespresso
- Nestlé
- Novartis
- Raiffeisenbank
- Richemont
- Ricola
- Rivella
- Roche
- Rolex
- Schweizerische Bundesbahnen SBB
- Securitas
- Sika
- Sonova (neu)
- SRG SSR
- Sunrise (neu)
- Suva
- Swatch Group
- Swiss International Airlines
- Swiss Life
- Swiss Re
- Swisscom
- Twint (neu)
- UBS
- Zurich Versicherung
- Zweifel

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

Benchmark-Gruppe Non-Profit-Organisationen 2024

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

Studienergebnisse 2024

Top 10 Reputation Unternehmen

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

In diesem Jahr führt Twint das Reputationsranking an, ein Unternehmen, welches aufgrund der gestiegenen Bekanntheit in der Schweizer Bevölkerung seit diesem Jahr zu den bedeutendsten 50 Unternehmen der Schweiz

gehört. Das Unternehmen wird als absolutes Top-Unternehmen gesehen, das bessere Leistungen anbietet als andere Unternehmen der Branche und sich positiv von anderen Unternehmen abhebt. Insbesondere die unter 30jährigen bewerten Twint ausgesprochen gut.

Auf dem zweiten Rang liegt Zweifel, die sich um einen Rang verbessern konnten und ebenfalls als absolutes Topunternehmen mit hervorragenden Produkten gesehen werden.

Die Migros liegt in diesem Jahr auf Rang 3. Sie ist zwar immer noch das Unternehmen, mit dem sich die Schweizer:innen am stärksten identifizieren können, hat aber insbesondere bezüglich der sozialmoralischen Wertschätzung verloren.

Auf Rang 4 folgt Ricola, auf Rang 5 die SBB, die sich um fünf Ränge verbessern konnte. Die SBB ist das Unternehmen, das die höchsten Werte bezüglich der ökologischen Nachhaltigkeit erzielt.

Auf dem sechsten Rang liegt Rivella, die sich um 3 Ränge verbessern konnten, auf Rang 7 die Mobiliar, die sich um sieben Ränge verbessert hat und somit wieder zu den Top 10 gehört. Auf den Rängen 8 bis 10 folgen Coop, Lindt & Sprüngli sowie Geberit.

Demographische Unterschiede im Ranking

Männer beurteilen Zweifel noch etwas besser als Twint und bewerten auch Ricola leicht besser als die Migros. Frauen hingegen bewerten Twint am besten, gefolgt von der Migros.

Die Deutschschweizer bewerten Rivella, die Mobilair, Zweifel, Geberit, Ricola und die SBB besser als die Westschweizer, wohingegen Coop und Lindt & Sprüngli bessere Werte in der Westschweiz erzielen.

Migros liegt in der Westschweiz auf Rang 2 vor Zweifel, Coop auf Rang 4. Für die Westschweizer gehören auch die Kantonalbanken, Logitech sowie ABB zu den Top 10, wohingegen die Mobilair, Geberit und Rivella hier nicht zu den zehn besten Unternehmen gehören.

Generell bewerten in diesem Jahr die jüngeren Personen unter 30 Jahren die meisten Unternehmen besser als ältere Generationen.

Top 10 Reputation Non-Profit-Organisationen

1	Rega
2	Schweizer Paraplegiker Stiftung
3	Schweizerisches Rotes Kreuz
4	Spitex Schweiz
5	Ärzte ohne Grenzen
6	Fairtrade Max Havelaar
7	Touring Club Schweiz
8	Krebsliga
9	Bio Suisse
10	WWF Schweiz

Bei den Non-Profit-Organisationen führt zum siebten Mal in Folge die Schweizerische Rettungsflugwacht Rega das Ranking an, gefolgt von der Schweizer Paraplegiker-Stiftung und dem Schweizerischen Roten Kreuz, das sich um drei Ränge verbessern konnte. Ebenfalls um einen Rang verbessert hat sich die Spitex Schweiz und liegt auf dem vierten Rang. Es folgen Ärzte ohne Grenzen, Fairtrade Max Havelaar sowie auf dem siebten Rang der TCS, der sich um 7 Ränge verbessern konnte. Auf Rang 8 liegt unverändert die Krebsliga, gefolgt von Bio Suisse und dem WWF Schweiz.

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 2024 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 89 Jahren vertrauen uns Kunden auf der ganzen Welt, denn wir beantworten datenbasiert zentrale Fragen für ihre Entscheidungsprozesse. Wir unterstützen ihr Wachstum durch unser umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens und der Dynamiken, die Märkte, Marken und Medientrends beeinflussen. 2023 haben die Branchenführer GfK und NIQ sich

zusammengeschlossen und bieten ihren Kunden durch diesen Zusammenschluss eine einmalige globale Reichweite. Mit einer ganzheitlichen Sicht auf den Handel und den umfassendsten Erkenntnissen über Konsumenten, bereitgestellt durch zukunftsweisende Analytik auf modernsten Plattformen, treibt GfK «Growth from Knowledge» voran.