27.03.2013 – 14:00 Uhr

GfK BusinessReflector 2013: Reputation Schweizer Unternehmen

Hergiswil (ots) -

Swatch Group verzeichnet in diesem Jahr die beste Reputation unter den 52 führenden Schweizer Unternehmen. Die Holding teilt sich zum vierten Mal in Folge die Spitzenposition mit der Migros.

Die unruhige Wirtschaftslage der vergangenen Monate ist deutlich spürbar. So verzeichnet der GfK BusinessReflector unter den 20 SMI-Titeln und 32 grössten Unternehmen einen signifikanten Rückgang des branchenübergreifenden Reputationswerts in der Bevölkerung. Die kritischere Beurteilung der Unternehmen zieht sich wie im Vorjahr durch alle Branchen.

Entgegen dem Trend konnte die Swatch Group ihre Reputation leicht steigern und sich somit gegen den Detailhändler Migros (2. Rang) absetzen. Gemäss Mario Schranz (fög / Universität Zürich) ist es kein Zufall, dass diese beiden Unternehmen wieder ganz oben sind. "Sie stehen für volkswirtschaftliche Verantwortung - ein Deutungsmuster, das seit Ausbruch der Finanzmarktkrise massiven Aufschwung erlebt hat - und propagieren konsequent den Standort Schweiz. Ein Umstand, der seit einigen Jahren sehr positiv auf die Reputation von Unternehmen wirkt". Auf dritter Position liegt der Schokoladeproduzent Lindt & Sprüngli. Das Unternehmen hält diesen Rang seit 2009 und profitiert ebenfalls von seinem Ruf als volkswirtschaftlich verantwortliches Unternehmen.

Neu in den Top 10 sind Rolex (von Rang 13 auf 8) und der Milchproduzent Emmi (von Rang 12 auf 10). Weiter verteidigten die Raiffeisenbank, Coop, Schindler Aufzüge und Swisscom erfolgreich ihre Position in den Top 10. Geberit wurde durch die Aufnahme in die SMI-Familie in diesem Jahr erstmalig erhoben und erlangte sogleich den vierten Rang. Nicht mehr in den Top 10 sind die Schweizerischen Bundesbahnen SBB, die Airline Swiss sowie die Kantonalbanken.

Studieninformation

Die repräsentative Studie GfK BusinessReflector ist seit über sechs Jahren ein wichtiger Seismograph in der Schweizer Unternehmenslandschaft. Ziel der Studie ist ein objektives und präzises Reputations-Monitoring für kommerzielle Unternehmen. Dabei werden unter anderem Aspekte wie Image, Bekanntheit, Qualität, Innovation, emotionale Komponenten und Nachhaltigkeit untersucht. Die Ergebnisse basieren auf über 3'500 schweizweit geführten Interviews. Die Umfrage wird in Zusammenarbeit mit der Schweizer Gesellschaft für Marketing (GfM) und dem Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) der Universität Zürich durchgeführt.

Kontakt:

Auskünfte zu Studiendesign und Methodik:
GfK Switzerland AG
Sara Meyer
E-Mail: sara.meyer@gfk.com
Tel.: +41/41/632'94'59

Auskünfte zu Studieninhalten:
Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft fög
Dr. Mario Schranz
E-Mail: mario.schranz@foeg.uzh.ch
Tel.: +41/44/635'21'59

Diese Meldung kann unter https://www.presseportal.ch/de/pm/100010243/100735389 abgerufen werden.