

21.04.2015 - 14:01 Uhr

## Noch trotz die Schweizer Wirtschaft der Frankenstärke

Zürich (ots) -

Trotz der vorherrschenden Krisenwahrnehmung in Folge der Aufhebung des Euromindestkurses durch die Schweizerische Nationalbank, weist die Schweizer Wirtschaft im Vergleich zum Vorquartal verbesserte Reputationswerte auf. Dieser Trend ist aber stark durch die mehrheitlich positiven Jahresabschlüsse geprägt, die sich noch auf das Vorjahr beziehen.

Dies zeigt der Reputations-Monitor des fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft / Universität Zürich, der in Zusammenarbeit mit der Firma commsLAB AG entwickelt wurde. In ihrer quartalsweise publizierten Analyse wird die medienvermittelte Reputationsdynamik von 50 wichtigen Schweizer Unternehmen dargestellt.

### Finanzwirtschaft

Insbesondere die als solid bewerteten Jahresresultate der Banken und Versicherer sorgen für einen Aufwärtstrend. Der mediale Fokus verschiebt sich zudem weiterhin in Richtung Realwirtschaft. Demgegenüber büsst die Bankenbranche stark an Aufmerksamkeit ein. Dies ist auch Ausdruck einer verminderten Wertschöpfungspotenz, die der Finanzindustrie heute noch zugesprochen wird.

### Realwirtschaft

Die Realwirtschaft ist durch eine heterogene Entwicklung der einzelnen Branchen gekennzeichnet. Insgesamt resultiert aber ebenfalls ein leicht positiver Gesamteffekt. So erleidet die Pharmabranche infolge der Verdüsterung des ökonomischen Klimas leichte Verluste, bleibt aber dank intakter Zukunftsaussichten positiv reputiert. Demgegenüber bewirkt die Dominanz des Inlandgeschäfts, dass die Telekombranche v.a. über die Swisscom als sicherer Hafen im Kontext des starken Frankens wahrgenommen wird.

Link zum ausführlichen Bericht: <http://www.foeg.uzh.ch/analyse/repdossier.html>

Der Reputations-Monitor des fög - Forschungsinstituts Öffentlichkeit und Gesellschaft (ein assoziiertes Institut der Universität Zürich) analysiert die Logik und Dynamik der Reputationskonstitution wichtiger Schweizer Unternehmen. Diese werden über die aggregierten Resonanz- und Reputationswerte der jeweils wichtigsten Unternehmen in der medienvermittelten öffentlichen Kommunikation operationalisiert. Die Untersuchung läuft seit Juli 2007 und ist auf Dauer gestellt. Zentrales Messinstrument bildet der Sedimentiere Reputationsindex (SRI®). Dieser dient der Modellierung der historisch gewachsenen, im öffentlichen Gedächtnis verankerten Reputation. Er erlaubt die rasche Analyse der aktuellen Reputationsprofile von öffentlich diskutierten respektive medienwirksam rezipierten Unternehmen und Organisationen auf einer historischen Basis und erlaubt die Darstellung von langfristigen, sedimentierten Reputationsentwicklungen. Der SRI® wurde gemeinsam von der Firma commsLAB AG ([www.commslab.ch](http://www.commslab.ch)) und vom fög entwickelt.

Kontakt:

[kontakt@foeg.uzh.ch](mailto:kontakt@foeg.uzh.ch)  
Tel. 044 / 635 21 23

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100009036/100771527> abgerufen werden.