

### Reputation in der PR: Anspruch ≠ Wirklichkeit

Für 99% ist eine gute Reputation wichtig oder sehr wichtig

Aber nur 60% haben eine Strategie für den Reputationsaufbau

Und gerade mal 49% messen regelmässig die Entwicklung ihrer Reputation...



-39%

60%

-11%



49%

...davon berichten aber immerhin 93% regelmässig die Ergebnisse an die Geschäftsführung.

Zürich (ots) -

Für fast alle Unternehmen und Agenturen in der Schweiz ist eine gute Reputation wichtig oder sogar sehr wichtig. Doch nicht mal jede zweite Organisation misst regelmässig, wie sich die eigene Reputation entwickelt. Zu diesem Ergebnis kommt eine Online-Umfrage der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor. An der Befragung haben mehr als 120 Kommunikationsprofis aus Unternehmen und PR-Agenturen aus der Schweiz teilgenommen.

Zwischen Anspruch und Wirklichkeit tut sich in Sachen Reputation demnach eine grosse Lücke auf: Auf der einen Seite erachten 99 Prozent der Befragten den guten Ruf des Unternehmens als sehr wichtig (70 Prozent) oder wichtig (29 Prozent). Die Reputation nimmt in Schweizer Unternehmen somit eine herausragende Bedeutung ein.

Auf der anderen Seite haben nur einige Unternehmen tatsächlich konkrete Massnahmen etabliert, einen guten Ruf aufzubauen beziehungsweise ihn zu bewahren: So haben nur etwas mehr als die Hälfte von ihnen eine konkrete Strategie für den Auf- und Ausbau ihrer Reputation (60 Prozent). In jedem dritten Unternehmen wird gar keine Strategie für den Unternehmensruf aufgesetzt (36 Prozent). Drei Prozent der befragten Kommunikationsprofis ist nicht bekannt, ob es im Unternehmen diesbezüglich überhaupt eine Strategie gibt.

44 Prozent der Unternehmen prüfen gar nicht, wie sich ihre Reputation entwickelt. Nur jedes zweite Unternehmen misst regelmässig, wie es um das eigene Unternehmensimage steht (49 Prozent) und sieben Prozent der Befragten wissen es nicht. Immerhin informieren von denjenigen, die Controlling-Massnahmen einsetzen, 93 Prozent regelmässig das Top-Management über die Fortschritte von Reputationskommunikation.

Quelle: Online-Befragung im Februar 2021 von news aktuell und Faktenkontor, 121 Kommunikationsprofis aus Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen in der Schweiz.

#### Über news aktuell

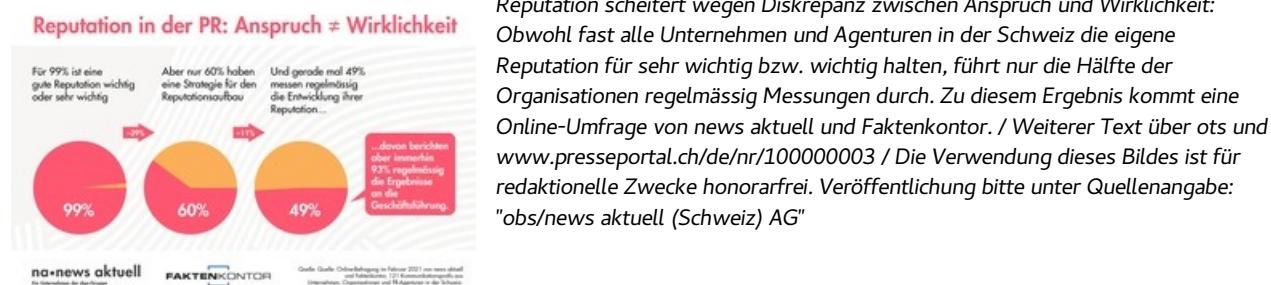
news aktuell (Schweiz) AG wurde im Jahr 2000 von der nationalen Nachrichtenagentur KEYSTONE-SDA als Joint-Venture mit der deutschen Presseagentur dpa gegründet und gehört mittlerweile vollständig zur dpa-Gruppe. news aktuell verschafft Unternehmen und Organisationen einen effektiven Zugang zu Medien und Öffentlichkeit. Über die smarten Tools ots und renteria gelangen PR-Inhalte an alle Medienformate wie klassische Printtitel, Online-Portale oder soziale Netzwerke. Das Verbreitungsnetzwerk ots stellt Reichweite und Relevanz für multimediale PR-Inhalte her. Die PR-Software renteria bietet Qualitätskontakte für die persönliche Ansprache von

Medienschaffenden. Zusätzlich veröffentlicht news aktuell sämtliche PR-Inhalte seiner Kundschaft auf der Plattform [www.presseportal.ch](http://www.presseportal.ch). Ein internationales Netzwerk für die Veröffentlichung von Unternehmensnachrichten rundet das Angebot ab. Somit werden weltweit alle relevanten Zielgruppen erreicht, von Redaktionen, über digitale Influencerinnen und Influencer bis hin zu fachspezifischen Blogs.

Pressekontakt:

news aktuell (Schweiz) AG  
Janina von Jhering  
Stellvertretende Leiterin Konzernkommunikation  
Telefon: +49 40/4113 - 32598  
vonjhering@newsaktuell.de  
<https://twitter.com/JvJhering>

## Medieninhalte



Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000003/100878049> abgerufen werden.