



Pressemitteilung GfK Switzerland AG

Schweizer „BusinessReflector 2009“: Swatch Group liegt bei der neusten Reputations-Umfrage an der Spitze von 112 untersuchten Firmen. Lindt&Sprüngli und Migros folgen auf den Rängen zwei und drei. Die grossen Verlierer sind erwartungsgemäss die Grossbanken. Die Kantonalbanken sind die grössten Aufsteiger im Reputations-Monitoring 2009.

Datum
27. Juli 2009

Sara Salzmann
Marketing/Kommunikation

Durchwahl
Tel 0041 41 632 9503

sara.salzmann@gfk.com

Hergiswil, 27. Juli 2009 – Unternehmen auf dem Prüfstand: GfK Switzerland, Hergiswil (NW) untersucht mit der repräsentativen Studie „GfK BusinessReflector 2009“ den Ruf und das Ansehen von 112 Schweizer Top-Unternehmen. Mit dem BusinessReflector generiert der Marktforschungs-Marktführer seit über zwanzig Jahren einen wichtigen Seismographen in der Schweizer Unternehmenslandschaft.

Swatch Group - ein absolutes Top-Unternehmen

Swatch Group führt die Rangliste der neusten repräsentativen Reputations-Umfrage über 112 untersuchte Firmen an. Die 3'400 Befragten betrachteten Swatch Group als absolutes Top-Unternehmen in seinem Markt, welches international erfolgreicher als andere ist und bessere Produkte anbietet. Auch bei der emotionalen Wertschätzung liegt Swatch Group an der Spitze. Gerade in der aktuellen Wirtschaftskrise, in der diverse Unternehmen das Vertrauen der Bevölkerung verloren haben, kann sich Swatch Group positiv abheben.

Raiffeisen und Kantonalbanken legen kräftig zu

Die Kantonalbanken und die Raiffeisen profitieren von den negativen Schlagzeilen der Grossbanken UBS und Credit Suisse. Die Kantonalbanken verzeichnen sogar den grössten Reputationsgewinn aller 112 abgefragten Unternehmen. Im Jahr 2008 lagen die Kantonalbanken noch auf Rang 56, dieses Jahr stiessen sie auf den guten 11. Rang vor. Ihre Position weiterhin ausbauen konnte auch die Raiffeisen, welche heuer den 5. Rang erreicht (2008: Rang 19).

UBS und Credit Suisse verlieren weiter, aber ungleich stark

Die UBS ist die grosse Verliererin im Business Reflector 2009. Bereits im Vorjahr belegte UBS den letzten Rang - hinter Cablecom. Dabei hat sich die Reputation noch einmal deutlich verschlechtert. Im Unterschied zur UBS kann die Credit Suisse den Reputationsverlust bremsen, leidet aber nach wie vor unter dem Vertrauensverlust in die Grossbanken.

Migros und Coop top

Wie der Bankenmarkt polarisiert auch der Detailhandel. Migros und Coop erreichen mit Rang 3 bzw. 12 Spitzenplätze, Aldi und Lidl gehören zu den Schlusslichtern. Besonders die Nachhaltigkeit aber auch die emotionale Beurteilung fallen bei Migros und Coop hervorragend aus. Aldi und Lidl werden mit Erfolg assoziiert, Qualität und Kompetenz wird diesen Detailhändlern jedoch nicht attestiert.

Informationen zur Studie:

Die soeben veröffentlichte repräsentative Studie „GfK Business-Reflector 2009“ basiert auf über 3'400 Befragungen in der Schweiz. In Zusammenarbeit mit der Universität Zürich (fög) hat GfK Switzerland ein Messinstrument entwickelt, welches es ermöglicht, die Unternehmens-Reputation zuverlässig zu messen. Dabei werden unter anderem Aspekte wie Image, Bekanntheit, Qualität, Innovation, emotionale Komponenten und – in der Schweiz einzigartig – Nachhaltigkeit untersucht. Die Umfrage wird in Zusammenarbeit mit der Schweizer Gesellschaft für Marketing (GfM) und der Universität Zürich, Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög) durchgeführt. Ziel der Studie ist ein objektives und präzises Reputations-Monitoring. Damit können die Schweizer Firmen gezielt an ihrem Ruf arbeiten und sich innerhalb und ausserhalb der Branche entsprechend positionieren.

Um eine Benchmark in der Schweizer Unternehmenslandschaft zu etablieren, wird ab 2009 eine Krengruppe der 50 wichtigsten Schweizer Unternehmen jährlich abgefragt. Die Auswahl erfolgt nach folgenden Kriterien: Die wichtigsten Schweizer Branchen entsprechend ihrer Bruttowertschöpfung, die grössten Schweizer Arbeitgeber und alle 20 SMI-Titel.

Neu fokussiert der BusinessReflector ausschliesslich kommerzielle Unternehmen und erhöht damit die Objektivität der Ergebnisse.



Details erhalten Sie bei:

GfK Switzerland AG:

Matthias Vonwil, matthias.vonwil@gfk.com, +41 (0)41 632 94 79

Mobil: 079 211 54 04

Universität Zürich/fög:

Dr. Mark Eisenegger, mark.eisenegger@foeg.unizh.ch, +41 (0)44 635 21 23

Freundliche Grüsse

Sara Salzmann, Marketing/Kommunikation GfK Switzerland AG

GfK Switzerland ist mit einem Umsatz von 88,7 Millionen CHF (2008) und einem Marktanteil von rund 40% das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz* und bietet Marktforschungsdienstleistungen in allen Bereichen. GfK Switzerland gehört seit 1999 zur international tätigen GfK-Gruppe mit Hauptsitz in Nürnberg. Über 10 000 Mitarbeiter/ -innen in 115 operativen Unternehmen in 100 Ländern erwirtschaften einen Umsatz von 1,22 Milliarden Euro (2008). Damit gehört die GfK zu den grössten Marktforschungsinstituten der Welt.

Der „fög – Forschungsbereich Öffentlichkeit und Gesellschaft“ ist ein sozialwissenschaftliches Observatorium an der Universität Zürich. Er erforscht die Logik, den Wandel und die Qualität medienöffentlicher Kommunikation. 2005 hat der fög zusammen mit ausländischen Partnerinstituten das ‚ECRS – European Centre for Reputation Studies‘ gegründet (www.foeg.uzh.ch, www.reputation-centre.org).

(*)gemäss VSMS-Branchenstatistik

GfK Switzerland AG
Obermattweg 9
CH-6052 Hergiswil

Tel +41 41 632 91 11
Fax +41 41 632 91 23
www.gfk.ch · www.gfk.com
info.ch@gfk.com

Mit dem Forschungsinstitut
Der GfM Schweizerischen
Gesellschaft für Marketing

Mitglied vsms swiss interview
institute®