

Swiss Economy Reputation Index (SERX)

Jahresperspektive 2018

Basel, 5. Februar 2019

Swiss Economy Reputation Index

SERX setzt Talfahrt fort und erreicht tiefsten Wert seit Juli 2014

- ❖ Der SERX setzt seine Talfahrt fort und schliesst bereits das fünfte Quartal in Folge mit gegenüber der Vorperiode verschlechterten Reputationswerten.
- ❖ Der SERX erreicht damit den tiefsten Stand seit Juli 2014 und befindet sich seit Oktober 2017 in einem ausgeprägten Negativtrend. Dies, nachdem der SERX per Juli 2017 erstmals seit Anfang 2008 (und damit der damals manifest werdenden Finanzkrise) wieder einen Indexstand von über 100 Punkten erreicht hatte.
- ❖ Die Negativentwicklung ist dabei zu gleichen Teilen auf real- wie finanzwirtschaftliche Entwicklungen zurückzuführen. In beiden Meta-Sektoren hat die Reputation im Jahr 2018 stark gelitten und zu teilweise substanziellen Einbussen geführt.
- ❖ Während die Reputation des Finanzsektors durch Raiffeisen-Skandal, unklare Perspektiven bei Postfinance und neuerlichem Rechtshandel bei

UBS belastet ist, sind es im realwirtschaftlichen Bereich vor allem die staatsnahen Betriebe Post (Postautoaffäre) und – trotz Verbesserung - SBB (Strategie, Kostendruck), die für den ausgeprägten Reputationsdruck verantwortlich zeichnen. Anders als bei der Finanzwirtschaft hat sich hier aber die Negativspirale verlangsamt.

- ❖ Best-reputierte Sektoren bleiben – mit deutlichem Abstand – die Versicherer und der Life-Science-Bereich. Beide Sektoren konnten ihre ohnehin schon gute Reputation im 2018 weiter verbessern. Stark zugelegt haben im 2018 zudem die Sektoren ‘Bau & Immobilien’ und ‘Medien’. Erholungseffekte greifen bei ‘Energie’ und ‘Globale Banken’.
- ❖ Neben Verkehr & Logistik’ und ‘Nationalen Banken’ hat im 2018 vor allem der Detailhandel an positiver Wahrnehmung eingebüsst (Konsolidierungsprozess, Restrukturierungen). Der Sektor bleibt aber insgesamt positiv konnotiert.

SERX - Swiss Economy Reputation Index

Der aus 138 Unternehmen der Privatwirtschaft und staatsnahen Betrieben gebildete Reputationsindex Schweizer Wirtschaft (SERX) zeigt auf konsolidierter Basis, wie sich die öffentliche Wahrnehmung der Schweizer Wirtschaft und ihrer zentralen Sektoren über die Zeit entwickelt.

Aufgrund der sedimentierten Verrechnungsweise (Sedimented Reputation Index®) und der breiten, auf Tagesbasis ermittelten Bewertungsgrundlage (pro Tag werden auf sedimentierter Basis durchschnittlich rund 20'000 reputationsrelevante öffentliche Beiträge verrechnet) ist der SERX ein valider Indikator für die öffentliche Akzeptanz der Schweizer Wirtschaft und ihrer zentralen Sektoren.

Swiss Economy Reputation Index (SERX)

Übersicht

Untersuchungslayout
Reputationsmessung
Unternehmensauswahl

Schweizer Wirtschaft

Allgemeine Entwicklung
Real- vs. Finanzwirtschaft

Reputationsimpact Sektoren

Branchenvergleich

Swiss Economy Reputation Index

Untersuchungslayout

Fokus	Der von commsLAB AG periodisch publizierte Swiss Economy Reputation Index (SERX) basiert auf der inhaltlichen Analyse, Strukturierung und Bewertung von reputationsrelevanten, öffentlichen Informationen zu den resonanzstärksten Schweizer Wirtschaftsunternehmen (Agenturmeldungen, Radio- und TV-Berichte, Newsartikel schweizerischer Provenienz).	
Unternehmensauswahl	Aktuell werden 138 Unternehmen aus 18 Sektoren analysiert.	
Reputationsrelevanz	Codiert werden ausschliesslich reputationsrelevante öffentliche Beiträge. Die Berichterstattung wird als reputationsrelevant taxiert, wenn die Unternehmen entweder im Titel, im Lead oder prominent in mindestens einem Abschnitt des Beitrages thematisiert sind.	
Modell SRI®	Die Berichterstattungsdaten werden mittels des <u>Sedimented Reputation Index® (SRI®)</u> verrechnet und indexiert dargestellt (Startpunkt = 01/01/2008). Der SRI® ermöglicht eine einzigartige Verbindung der Auswirkungen von Resonanz und Bewertungseffekten in einem langfristigen Kontext und dient der Modellierung der historisch gewachsenen, im öffentlichen Gedächtnis zeitnah verankerten Reputation.	
	Die Bewertungen erfolgen auf der Basis eines qualitativ hochstehenden und leistungsfähigen ‘Human Codings’, das gegenüber automatisierten Verfahren eine deutlich tiefere Fehlerquote sowie eine signifikant höhere Relevanz aufweist.	
Strategischer Partner fög	Die Datenerhebung wird durch unseren strategischen Partner, dem <u>fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich</u> vorgenommen. Das fög bewertet die reputationsrelevante Berichterstattung zu den untersuchten Unternehmen und garantiert die Unabhängigkeit und Konsistenz des Datenerhebungsprozesses.	
Datenbasis	Aktuelle Datenbasis Gesamtjahr 2018:	Codierung von 14'767 reputationsrelevanten Beiträgen
	Gesamte Datenbasis (01/2004 – 12/2018):	Codierung von 178'434 reputationsrelevanten Beiträgen
	Durchschnittliche sedimentierte Resonanzbasis (2004-2018):	18'095 reputationsrelevante Beiträge (Tagesbasis)
	Aktuelle sedimentierte Resonanzbasis per 31/12/2018	24'935 reputationsrelevante Beiträge (Tagesbasis)

Swiss Economy Reputation Index

Reputationsmessung

Sedimented Reputation Index® (SRI®)

Die Berichterstattungsdaten werden mittels des von commsLAB AG und dem fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich entwickelten Sedimented Reputation Index® (SRI®) verrechnet. Der SRI® dient der Modellierung der historisch gewachsenen, im öffentlichen Gedächtnis verankerten Reputation und erlaubt die Darstellung von langfristigen, sedimentierten Entwicklungen.

Der SRI® generiert sich aus der Verrechnung der relevanten Medienresonanz mit den jeweiligen Bewertungseffekten. Die SRI®-Verrechnung erfolgt über die Zeit und berücksichtigt – auf Tages- oder Wochenbasis – die Werte der Vorperioden jeweils unter Einschluss einer Vergessensrate. Der SRI® ist eingepasst in eine Skala von +100 (ausschliesslich positive Resonanz) bis –100 (ausschliesslich negative Resonanz).

Der SRI® folgt der Einsicht, dass die Reputation nicht nur durch aktuelle Ereignisse, sondern immer auch zu einem gewissen Grad und für bestimmte Zeit durch vergangene Ereignisse, definiert wird. Der SRI® trägt damit dem Umstand Rechnung, dass resonanzstarke Schlüsselereignisse die Reputationsdynamik langfristig bestimmen.

Zentral ist, dass der Beginn eines auf Tages- oder Wochenbasis berechneten Reputationswerts (SRI®) auf einen aussagekräftigen und stabilen Startwert abgestützt werden kann. Dazu sind in der Regel Daten über einen Zeitraum von zwölf Monaten nötig. Die Darstellung der sedimentierten Reputationswerte beginnt deshalb per 01/01/2005.

SRI®-basiertes Impact-Verfahren

Das Impact-Verfahren fokussiert auf die Wirkung resp. Bedeutung einer Untersuchungseinheit (z.B. Sektor, Unternehmen, Positionierungsfeld etc.) innerhalb eines definierten Benchmarks. Es lassen sich damit also beispielsweise die relativen Kompetitivitätsvorteile bzw. – nachteile der einzelnen Unternehmen in einem definierten Sektor entlang einzelner Untersuchungseinheiten abbilden.

Um den Impact SRI® von Unternehmen A in einer Konkurrenzsituation (Benchmarking) zu messen, werden die relevanten Daten von Unternehmen A aus dem Benchmark-Sample eliminiert. Damit lässt sich die Frage beantworten, wie sich die Benchmark-Reputation verändern würde, wenn Unternehmen A nicht Bestandteil dieses Benchmarks wäre resp. umgekehrt formuliert, welchen Einfluss – oder eben Impact – besagtes Unternehmen A tatsächlich auf die Benchmark-Reputation ausübt.

Swiss Economy Reputation Index

Unternehmensauswahl

Meta-Sektor	Sektoren (18)	Untersuchte Unternehmen (138)
Andere (1)	Kranken- / Unfallversicherer (9)	Concordia, CSS, Groupe Mutuel, Helsana, KPT, Sanitas, Suva, Swica, Visana
Finanzwirtschaft (3)	Globale Banken (4)	Credit Suisse, Julius Bär, Partners Group, UBS
	Nationale Banken (30)	Bank Cler, alle Kantonalbanken, Migrosbank, Postfinance, Raiffeisen, Valiant
	Versicherer (10)	Allianz, Axa, Baloise, Helvetia, Mobiliar, NAG (bis 2014), Swiss Life, Swiss Re, Vaudoise, Zurich
Realwirtschaft (14)	Audit (4)	Deloitte (ab 2017), Ernst & Young, KPMG, Price Waterhouse Coopers
	Bau (9)	Allreal, Arbonia Forster Group, Geberit, Holcim, Implenia, PSP, Sika, SPS, Steiner AG
	Chemie (6)	Ciba (bis 2008), Clariant, Ems-Chemie, Givaudan, Lonza, Syngenta
	Detail (9)	Aldi, Coop, Dufry, Fenaco-Landi, Lidl, Migros, Manor, Valora, Volg
	Dienstleistungen (5)	Adecco, Dormakaba, Logitech SGS, SIX,
	Energie (3)	Alpiq, Axpo, BKW
	Life Science (14)	Actelion, Novartis, Roche, Johnson&Johnson, Serono (bis 2006), Vifor, Nobel Biocare, Sonova, Straumann, Synthes (bis 2012), Tecan, Ypsomed Holding AG
	Luxusgüter (3)	Richemont, Rolex, Swatch
	Maschinen (7)	ABB, Bühler, Georg Fischer, Oerlikon, Rieter, Schindler, Sulzer
	Medien (6)	Edipresse, Publigroupe, Ringier, SRG, Tamedia, NZZ Mediengruppe
	Nahrung (4)	Aryzta, Barry Callebaut, Lindt & Sprüngli, Nestlé
	Rohstoffe (7)	Glencore, Mercuria, Petroplus (bis 2012), Trafigura, Transocean, Vitol, Xstrata (bis 2014)
	Telekom (4)	Cablecom, Salt, Sunrise, Swisscom
	Verkehr & Logistik (4)	Kühne & Nagel, Post, SBB, Swiss

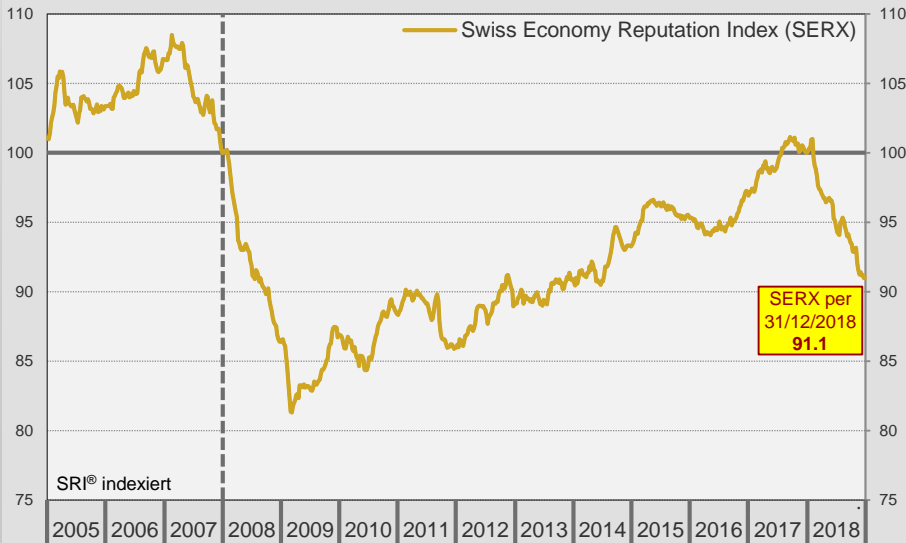
Swiss Economy Reputation Index (2008 - 2018)

Schweizer Wirtschaft - Allgemeine Entwicklung

Swiss Economy Reputation Index (SERX)

SRI® indiziert 2005 - 31/12/2018 (01/01/2008 = 100)

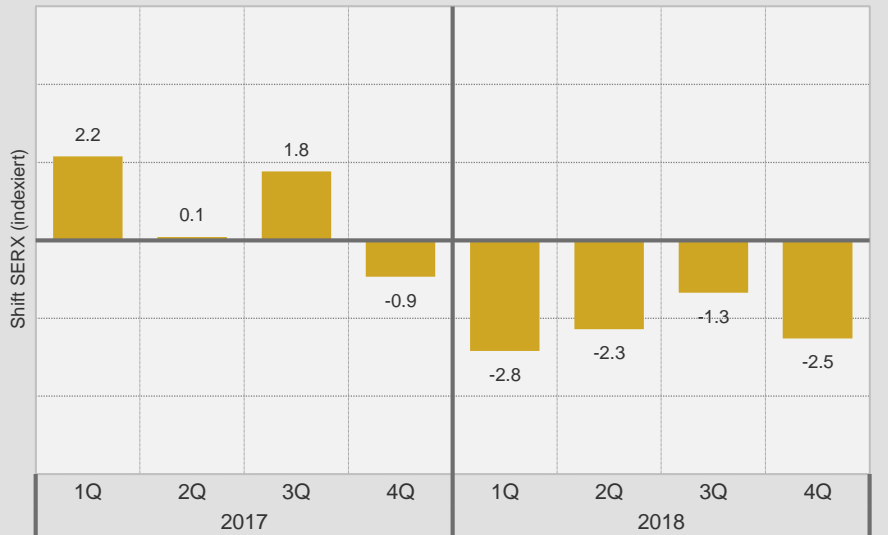
© commsLAB AG /
fög - University of Zurich



SERX: Shift per Quartal

1Q2017 - 4Q2018

© commsLAB AG /
fög - Universität Zürich



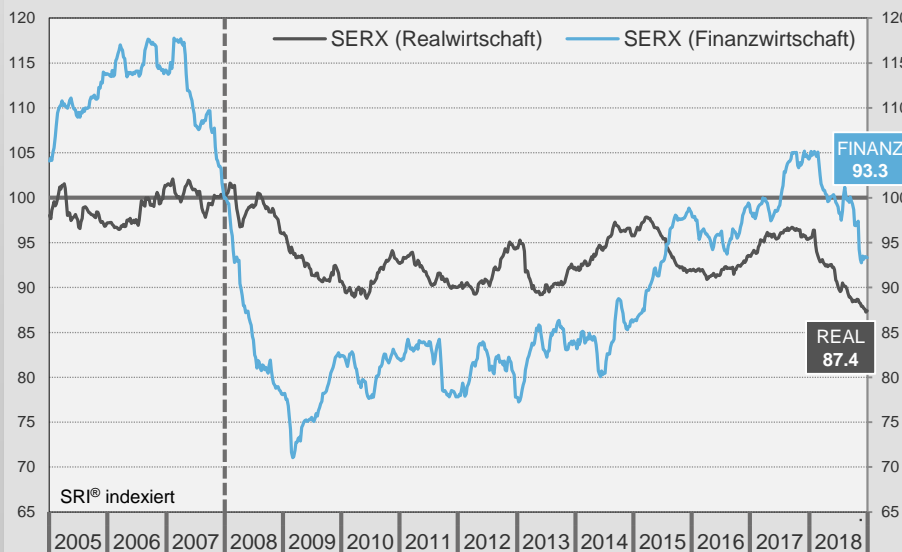
Swiss Economy Reputation Index (2008 - 2018)

Real- vs. Finanzwirtschaft

SERX: Real- vs. Finanzwirtschaft

SRI® indiziert 2005 - 31/12/2018 (01/01/2008 = 100)

© commsLAB AG /
fög - University of Zurich

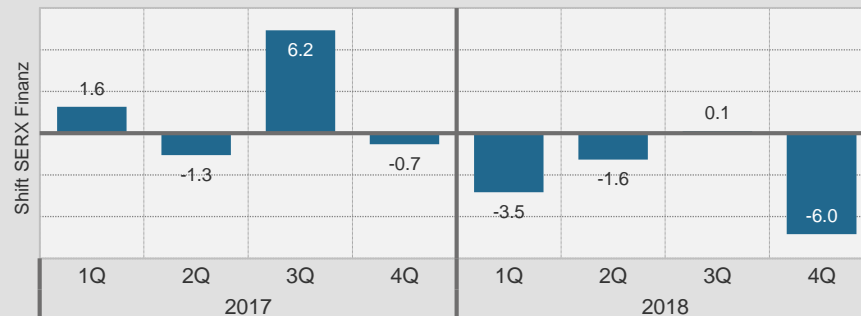


SERX Realwirtschaft: Shift per Quartal

© commsLAB AG /
fög - Universität Zürich



SERX Finanzwirtschaft: Shift per Quartal



Branchenvergleich

Reputationsimpact Sektoren

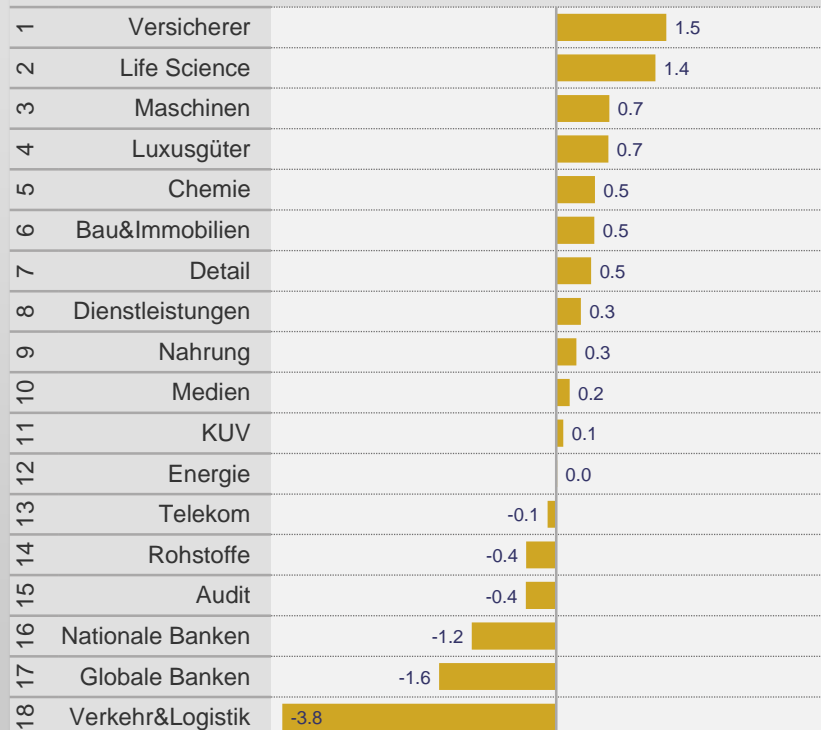
Gesamtjahr 2018

Der Sektor-Impact zeigt, welche Auswirkungen ein einzelner Sektor auf die Reputation der Schweizer Wirtschaft als Ganzes hat und ist deshalb ein valider Indikator für die effektive Reputation der einzelnen Sektoren in der Schweizer Öffentlichkeit.

Lesehilfe: Ohne den Sektor 'Verkehr & Logistik' würde der Swiss Economy Reputation Index von aktuell 91.1 um 3.8 Indexpunkte höher ausfallen (linke Grafik). Der Impact des Sektors hat sich im Jahr 2018 substantiell verschlechtert (-1.1 – rechte Grafik).

SERX: Reputation Impact per Sektor

Stand per 31/12/2018



SRI® Impact

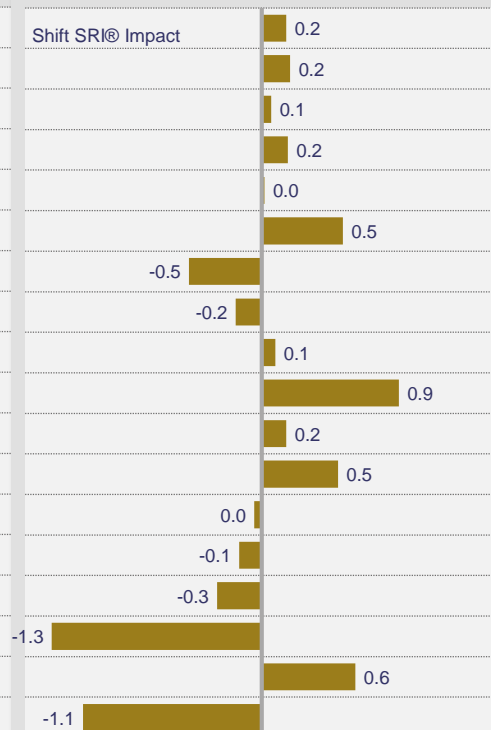
← NEGATIV

SERX
91.1

→ POSITIV

Shift Impact FY2018

Shift zu 31/12/2017



Shift SRI® Impact

Shift SERX
-9.0

Über uns / Kontakte

commslab
Profile Research & Management

commsLAB AG - Profile Research & Management

Malzgasse 7A / CH-4052 Basel
Zentrale: +41 61 205 25 70 / info@commslab.com
www.commslab.com

	Ansprechpartner	Hintergrund
commsLAB AG ist eine forschungsbasierte Beratungsfirma, die profilkonforme Lösungen zur wertschöpfenden Positionierung von Unternehmen und Organisationen anbietet.	Daniel Künstle <i>CEO & Senior Consultant</i> +41 61 205 25 71	<ul style="list-style-type: none"> – Stiftungsrat fög – Stabschef BPV/FINMA (2004–08) – Konzernsprecher, Leiter Issue & Reputation Management SBV/UBS (1994–2004)
commsLAB wurde 2004 gegründet und richtet sich an privatwirtschaftliche Unternehmen, gemeinnützige und politische Organisationen sowie Einzelpersonen, die aufgrund ihrer öffentlichen Bedeutung erhöhten Reputationsrisiken ausgesetzt sind.	Angelo Gisler <i>Senior Consultant</i> +41 61 205 25 73	<ul style="list-style-type: none"> – Leiter Forschungspartnerschaften fög (2013-17) – Lehrbeauftragter Universität Zürich (2012-17) – Wissenschaftlicher Mitarbeiter fög (2004-12)
commsLAB arbeitet eng mit seinem langjährigen strategischen Partner, dem <u>fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft</u> zusammen. Das fög ist eine führende Forschungsinstitution im Bereich der Öffentlichkeits- und Kommunikationsforschung an der Universität Zürich.	Mario Schranz <i>Senior Consultant</i> +41 61 205 25 74	<ul style="list-style-type: none"> – Stiftungsrat fög – Institutsleiter fög (2013-17) – Geschäftsleitung fög (2004-2012) – Lehrbeauftragter Universität Zürich (2001-17)
commsLAB betreut Kunden aus den Branchen Banken, Versicherungen, Gesundheitssektor – Healthcare, Öffentlicher Sektor, Pharma, Detailhandel, Telekommunikation und Industrie.	Oscar Villiger <i>Consultant</i> +41 61 205 25 72	<ul style="list-style-type: none"> – Leiter Datenanalyse bei commsLAB seit 2016 – B.A. Wirtschaftswissenschaften UZH mit Schwerpunkt Banking & Finance