

SERX

Swiss Economy Reputation Index

Der aus aktuell 157 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.

2. Quartal 2022

Basel, 13. Juli 2022

Swiss Economy Reputation Index

Öffentliches Ansehen der Realwirtschaft gerät aufgrund funktionaler Unsicherheiten unter Druck

- ❖ Nach einem überraschend positiven 1Q2022 ist die Reputation der Schweizer Wirtschaft im zweiten Quartal 2022 einer negativeren Wahrnehmung ausgesetzt: **Der SERX verliert 1.3 Indexpunkte** und liegt neu bei 102.4 Punkten ([Seite 7](#)).
- ❖ Die aktuellen Reputationsverluste sind dabei vollumfänglich auf das **verschlechterte funktionale Meinungsklima** zurückzuführen, also die stark gestiegenen wirtschaftlichen Unsicherheiten angesichts von Inflations- und Zinsängsten, Ukraine-Krieg und Zero-Covid-Politik in China ([Seite 8](#)).
- ❖ Noch stärkere Reputationsverluste konnten vermieden werden, da die Schweizer Wirtschaft seit einiger Zeit von einer **verbesserten sozialen Wahrnehmung** profitiert. Diese ist zum einen auf die Überformung durch die Megathemen Corona und Ukraine-Krieg zurückzuführen. Zum anderen haben viele Unternehmen ihre öffentliche Darstellung weiter professionalisiert und bieten immer **weniger Angriffsflächen für weitreichende Skandalisierungen**.
- ❖ Nach zuletzt sechs Quartalen mit teilweise kräftigen Reputationsgewinnen, sind im 2Q2022 in erster Linie **realwirtschaftliche Unternehmen** für den Rückgang von 1.3 Indexpunkten verantwortlich. Die **Finanzwirtschaft** bleibt aufgrund der existenziellen Krise von Credit Suisse zwar unter Druck, kann weitreichendere Verluste dank der robusten Versicherer sowie der wiedererstarkten Raiffeisen und UBS aber verhindern ([Seite 9](#)).
- ❖ Auf Sektorebene kann die **Maschinenindustrie** ihre Spitzen-

position im Branchenranking zwar behaupten ([Seite 10](#)), muss aber kräftige Verluste hinnehmen. Zwar weisen viele Maschinenbauer noch eine erfreuliche Auftragslage auf, gleichzeitig haben sich die Prognosen stark verdüstert und es ist vermehrt von *«Bremsspuren»* und *«Ende der Schönwetterphase»* die Rede.

- ❖ Knapp hinter der Maschinenindustrie folgen Sektoren, die ihre positive Reputation halten konnten. Trotz Margendruck überwiegt bei **Bau & Immobilien** weiterhin eine positive Grundstimmung, während **Life Science** von guten Quartalszahlen und positiven Erwartungen an die Corona-Medikamente profitiert. Die **Versicherer** behaupten, trotz Schwierigkeiten bei Allianz und Swiss Re, ihre jüngst wieder gestärkte Stellung nach den funktionalen und sozialen Problemen der beiden Pandemiejahre.
- ❖ Der Sektor **Verkehr & Logistik** konnte seinen Aufwärtstrend mit kräftigen Zugewinnen im 2Q2022 bestätigen. Zum einen zeigt sich eine stetige Erholung der Reisebranche, zum anderen führen gerade Krisen wie Corona oder der Ukraine-Krieg den grossen volkswirtschaftlichen Wert einer funktionierenden Transport- und Logistikbranche beispielhaft vor Augen.
- ❖ Ukraine-Krieg und Russland-Sanktionen rücken auch die Bedeutung der **Rohstoff-Branche** und die Rolle der Schweiz im globalen Rohstoffhandel ins öffentliche Bewusstsein. Im 2Q2022 standen die Umgehung von Sanktionen durch Vitol sowie die Milliardenbusse für Glencore wegen Korruption im Fokus.

SERX - Swiss Economy Reputation Index

Der aus 157 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.

Inhalt

Übersicht

Untersuchungslayout
Reputationsmessung
Unternehmensauswahl

Schweizer Wirtschaft

Allgemeine Entwicklung
Funktionale vs. Soziale Reputation
Real- vs. Finanzwirtschaft

Branchenvergleich

Reputationsimpact
Resonanzveränderung

Swiss Economy Reputation Index

Untersuchungslayout

Fokus Der von commsLAB AG quartalsweise 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 aktuell 157 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 Sedimented Reputation Index® (SRI®) 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 Bewertung der Berichterstattung erfolgt in Zusammenarbeit mit dem Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich (fög - Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft/Universität Zürich). Als unabhängige Institution stellt das Zentrum die Konsistenz und Unparteilichkeit des Ratings sicher.

Datenbasis	Aktuelle Datenbasis 2Q2022: Gesamte Datenbasis (01/2004 – 06/2022): Aktuelle sedimentierte Resonanzbasis per 30/06/2022:	Codierung von 7'968 reputationsrelevanten Beiträgen Codierung von 423'126 reputationsrelevanten Beiträgen 40'473 reputationsrelevante Beiträge (Tagesbasis)
-------------------	--	---

Gewährleistung Daten commsLAB gewährleistet die Aktualität der Daten per angezeigtem Stichtag. Aufgrund von erst nach dem Publikationsdatum verfügbarer Beiträgen sowie nachträglicher Korrekturen können die ausgewiesenen Werte im Vergleich zur Vorperiode geringfügig variieren. Gleiches gilt bei Anpassungen in der Unternehmensauswahl. Entsprechende Aktualisierungen werden regelmässig durchgeführt und finden Einlass in die nachfolgenden Publikationen.

Swiss Economy Reputation Index

Reputationsmessung

Sedimented Reputation Index® (SRI®)

Die Berichterstattungsdaten werden mittels des von commsLAB AG und dem fög - Forschungszentrum 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 Bewertungen) bis –100 (ausschliesslich negative Bewertungen).

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 Wettbewerbsvorteile 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

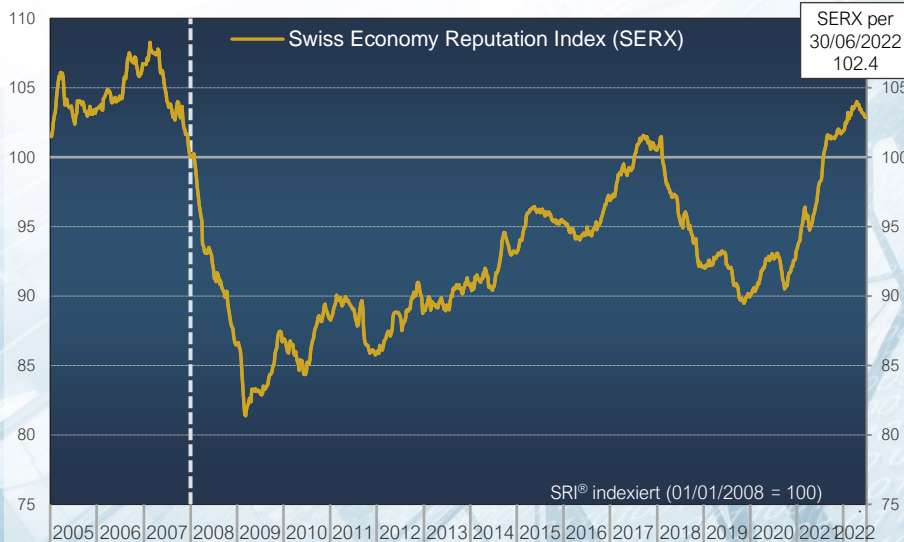
Meta-Sektor	Sektoren (18)	Untersuchte Unternehmen (157)
Andere (1)	Kranken- / Unfallversicherer (9)	Concordia, CSS, Groupe Mutuel, Helsana, KPT, Sanitas, Suva, Swica, Visana
Finanzwirtschaft (3)	Globale Banken (5)	Credit Suisse, Julius Bär, Partners Group, UBS, Vontobel
	Nationale Banken (30)	Bank Cler, alle Kantonalbanken, Migrosbank, Postfinance, Raiffeisen, Valiant
Realwirtschaft (14)	Versicherer (10)	Allianz, Axa, Baloise, Helvetia, Mobiliar, NAG (bis 2014), Swiss Life, Swiss Re, Vaudoise, Zurich
	Audit (4)	Deloitte, Ernst & Young, KPMG, Price Waterhouse Coopers
	Bau & Immobilien (9)	Allreal, Arbonia Forster Group, Geberit, Holcim, Implenla, 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 & Technologie (8)	Adecco, AMS, Dormakaba, Kudelski, Logitech, SGS, SIX, Temenos
	Energie (3)	Alpiq, Axpo, BKW
	Life Science (17)	<i>PHARMA</i> : Johnson&Johnson, Novartis, Roche, Santhera, Serono (bis 2006), Vifor. <i>BIOTECH</i> : Actelion, Basilea, Biogen, Idorsia. <i>MEDTECH</i> : Alcon, Nobel Biocare, Sonova, Straumann, Synthes (bis 2012), Tecan, Ypsomed
	Luxusgüter (3)	Richemont, Rolex, Swatch
	Maschinen (16)	ABB, Bucher Industries, Bühler, Conzzeta/Bystronic, Dätwyler, Georg Fischer, Huber+Suhner, Interroll, Landis+Gyr, Oerlikon, Rieter, Schindler, Schweiter Technologies, SIG Combibloc, Stadler Rail, Sulzer
	Medien (6)	Edipresse, Publigroupe, Ringier, SRG, TX Group, NZZ Mediengruppe
	Nahrung (5)	Aryzta, Barry Callebaut, Emmi, Lindt & Sprüngli, Nestlé
	Rohstoffe (8)	Glencore, Gunvor, Mercuria, Petroplus (bis 2012), Trafigura, Transocean, Vitol, Xstrata (bis 2014)
	Telekom (4)	Salt, Sunrise UPC, Swisscom
Verkehr & Logistik (5)	Flughafen Zürich, Kühne & Nagel, Post, SBB, Swiss	

Swiss Economy Reputation Index

Schweizer Wirtschaft - Allgemeine Entwicklung (Stand per 30/06/2022)

SERX Swiss Economy Reputation Index
SRI® indiziert 2005 - 30/06/2022

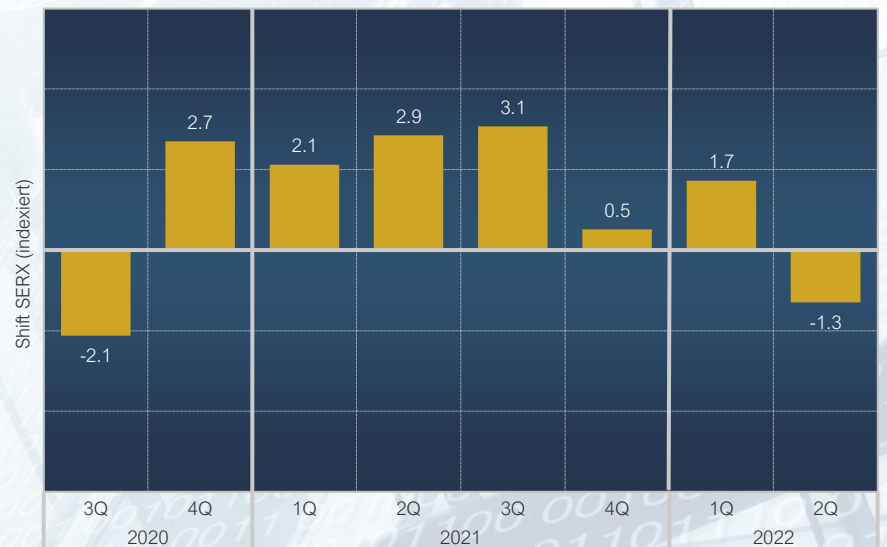
© commsLAB AG /
fög - Universität Zürich



Die Abbildung zeigt die indizierte sedimentierte Reputationsentwicklung (SRI®) des SERX (goldene Kurve). Referenzpunkt für die Indexierung bildet der 1. Januar 2008. Der SRI® dient der Modellierung der historisch gewachsenen, im öffentlichen Gedächtnis verankerten Reputation.

SERX Shift per Quartal

© commsLAB AG /
fög - Universität Zürich



Die Abbildung zeigt die Reputationsveränderung des SERX gemäss SRI® pro Quartal. Lesebeispiel: Im 2. Quartal 2022 hat der SERX 1.3 Indexpunkte verloren.

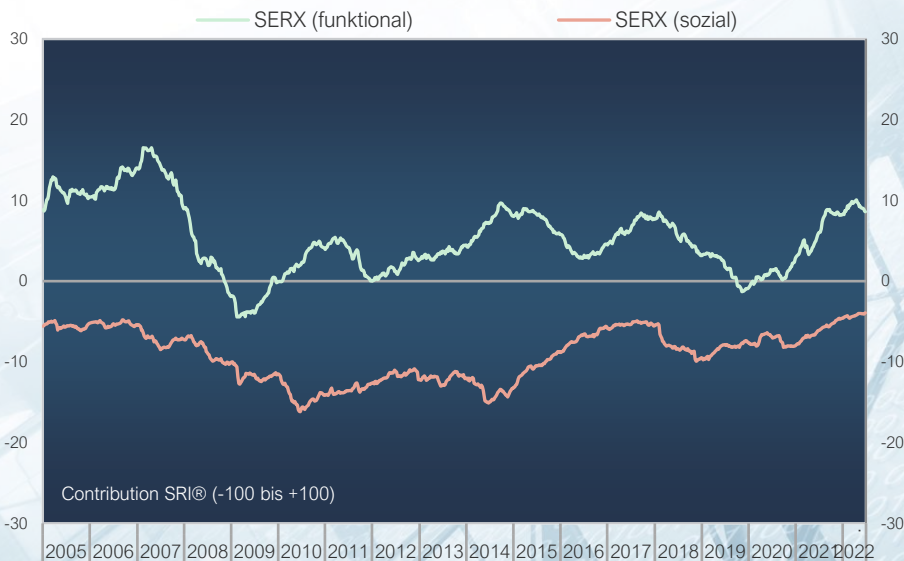
Swiss Economy Reputation Index

Funktionale vs. Soziale Reputation (Stand per 30/06/2022)

SERX Reputationsdimensionen

Contribution SRI® 2005 - 30/06/2022

© commsLAB AG /
fög - Universität Zürich



Die Abbildung zeigt den Reputationsbeitrag (Contribution) der Reputationsdimensionen funktional (grüne Kurve) und sozial (rote Kurve) an der sedimentierten Reputationsentwicklung (SRI®) des SERX insgesamt.

SERX Funktional Shift Contribution per Quartal

© commsLAB AG /
fög - Universität Zürich



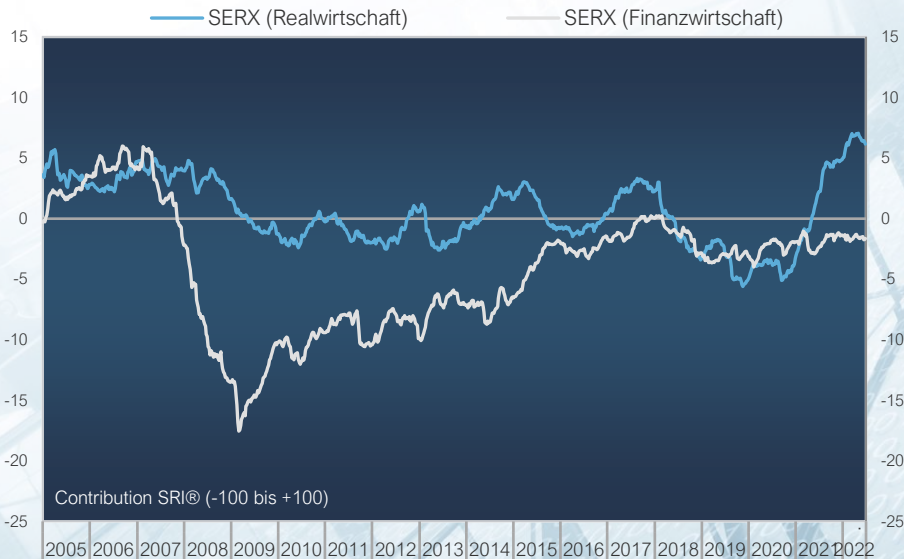
Die funktionale Reputation ist ein Indikator für ökonomischen Erfolg, Fachkompetenz und plausibles Handeln entlang dem Organisationszweck. Die soziale Reputation unterliegt gesamtgesellschaftlichen Bewertungsmaßstäben und steht für rechtlich und moralisch korrektes Verhalten.

Swiss Economy Reputation Index

Real- vs. Finanzwirtschaft (Stand per 30/06/2022)

SERX Real- vs. Finanzwirtschaft Contribution SRI® 2005 - 30/06/2022

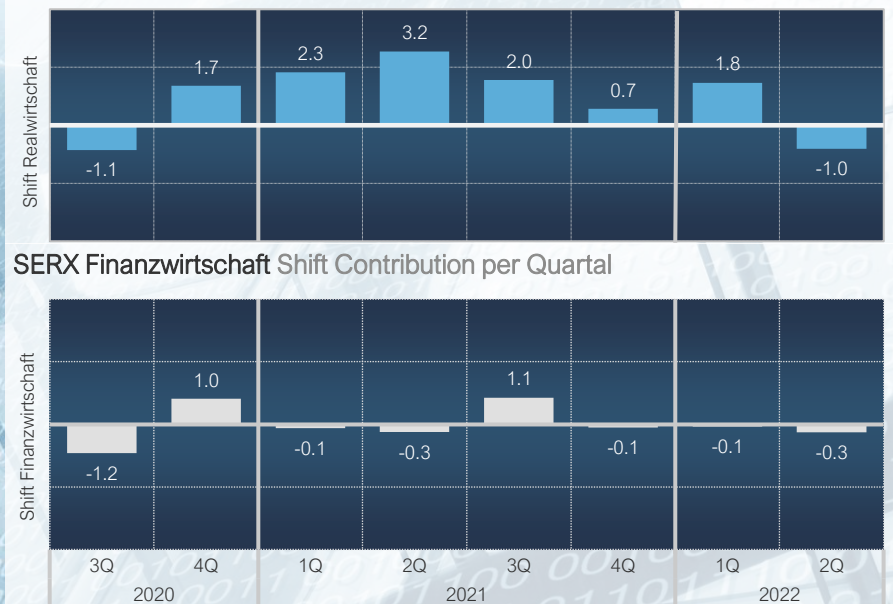
© commsLAB AG /
fög - Universität Zürich



Die Abbildung zeigt den Reputationsbeitrag (Contribution) der Meta-Sektoren Realwirtschaft (blaue Kurve) und Finanzwirtschaft (graue Kurve) an der sedimentierten Reputationsentwicklung (SRI®) des SERX insgesamt.

SERX Realwirtschaft Shift Contribution per Quartal

© commsLAB AG /
fög - Universität Zürich



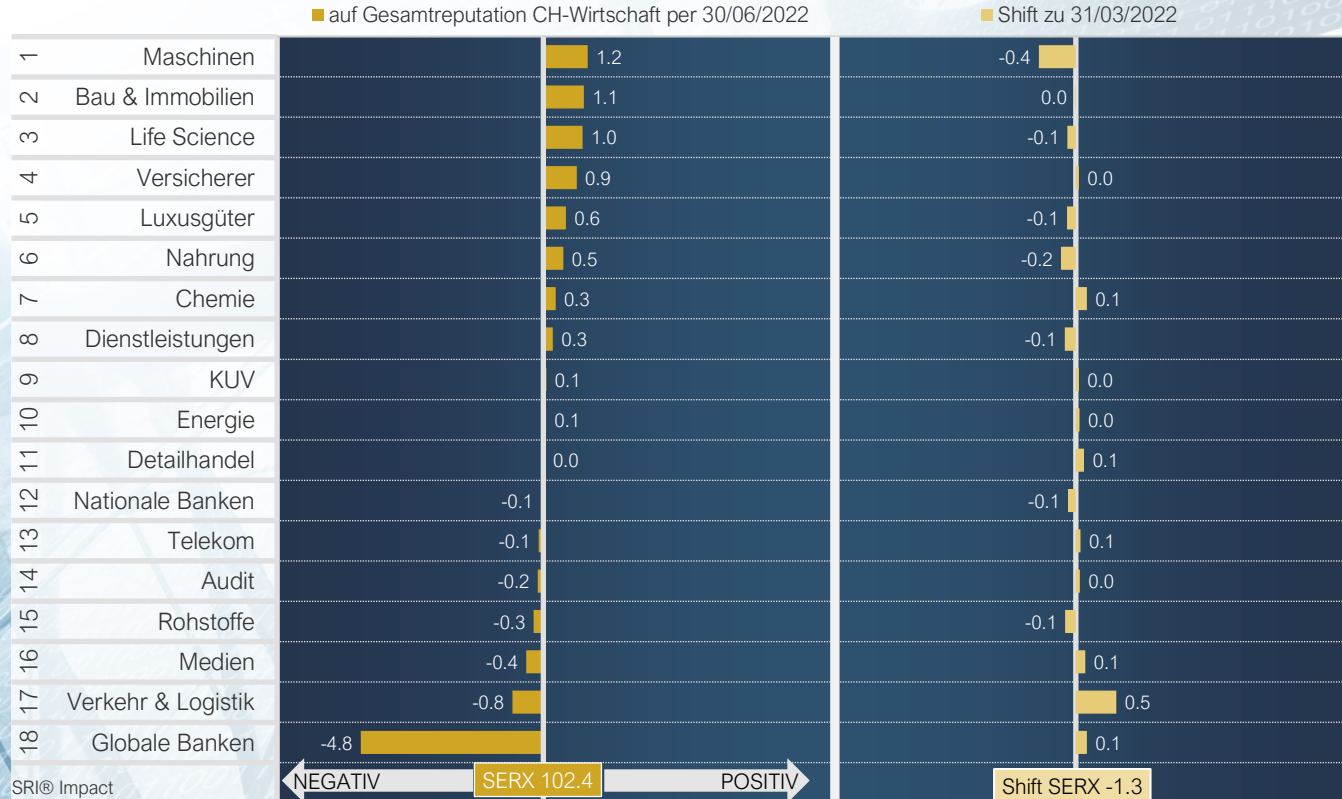
Die Abbildungen zeigen die Veränderung des Reputationsbeitrags (Contribution) nach Meta-Sektor und pro Quartal. Lesebeispiel: Im 2. Quartal 2022 ist der Reputationsbeitrag der Finanzwirtschaft am SERX um 0.3 Indexpunkte zurückgegangen.

Branchenvergleich

Reputationsimpact Sektoren

Stand per 30/06/2022

SERX Reputation Impact per Sektor



Der Sektor-Impact zeigt, welche Auswirkungen ein einzelner Sektor auf die Reputation der Schweizer Wirtschaft als Ganzes hat und ist damit 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 102.4 um 0.8 Indexpunkte höher ausfallen (linke Grafik). Der Impact dieses Sektors hat sich im 2Q2022 um 0.5 Indexpunkte verbessert (rechte Grafik).

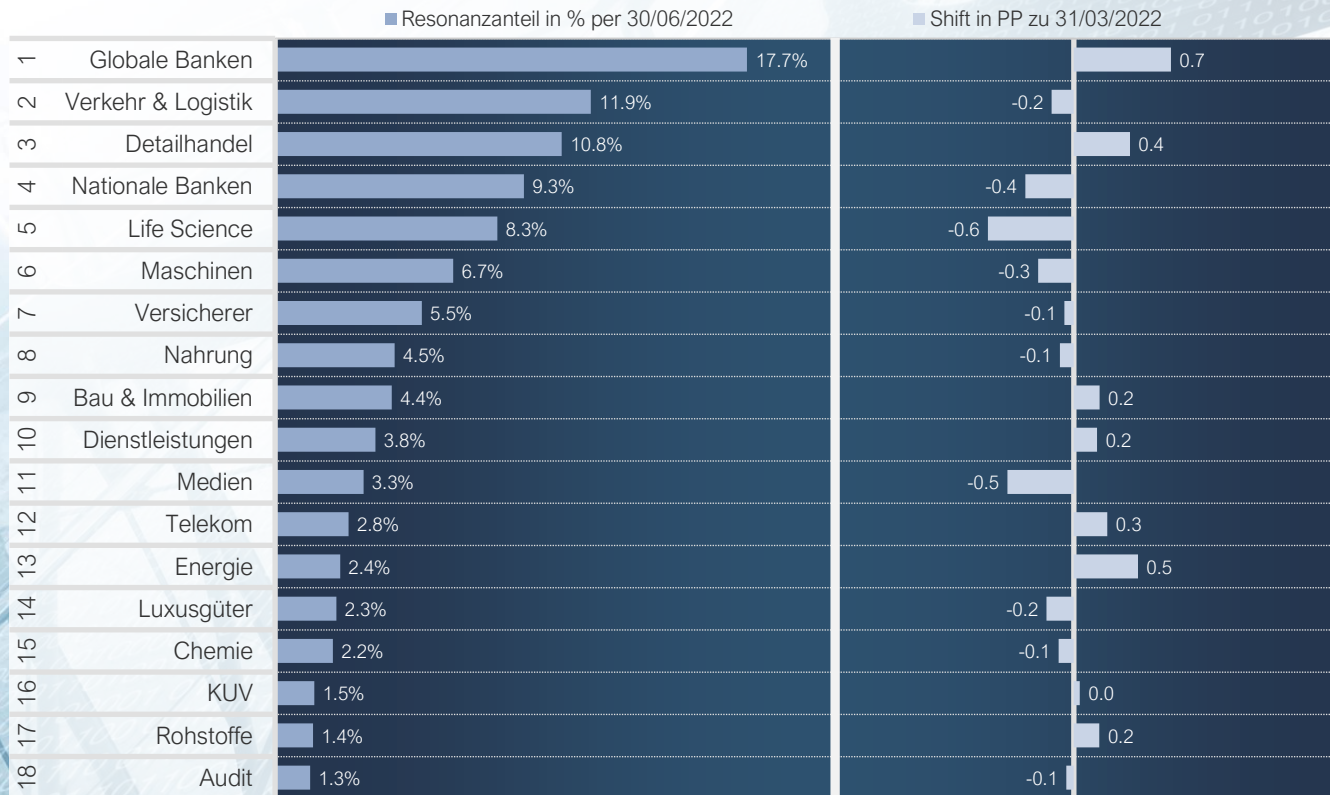
Branchenvergleich

Resonanzveränderung

Stand per 30/06/2022

Sektoren Mediale Beachtung

Sedimentierte Resonanz in %



Die Grafik links zeigt für die einzelnen Sektoren die Verteilung der medialen Beachtung (sedimentierte Resonanz) per Stichtag. Lesehilfe: Auf den Sektor ‚Verkehr & Logistik‘ entfallen im Rahmen der Berichterstattung zur Schweizer Wirtschaft 11.9% der medialen Beachtung in den untersuchten Leitmedien.

Die Grafik rechts zeigt die Veränderung der sedimentierten Resonanz in Prozentpunkten im Vergleich zur Vorperiode. Lesehilfe: Der Anteil des Sektors ‚Verkehr & Logistik‘ ist im Vergleich zur Vorperiode um 0.2 Prozentpunkte gesunken.

Über uns Kontakte

commsLAB AG

Malzgasse 7A / CH-4052 Basel
Zentrale: +41 61 205 25 70

info@commslab.com / www.commslab.com

commslab

Profile Research & Management

commsLAB AG ist eine 2004 gegründete forschungsbasierte Beratungsboutique. Wir unterstützen politische und privatwirtschaftliche Organisationen mit konkreten Entscheidungsgrundlagen für eine langfristig profilkonforme und wertschöpfende Positionierung.

Basierend auf einer empirischen, wissenschaftlich-fundierten Datengrundlage liefern wir zuhanden der Entscheidungsträger konkrete Entscheidungsgrundlagen, ob und wo der Öffentlichkeitsauftritt korrigiert resp. ob und wo grundlegende strategische Kurskorrekturen vorzunehmen sind.

In den Bereichen Reputation- und Issue-Monitoring arbeiten wir eng mit unserem langjährigen strategischen Partner, dem **fög – Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich** zusammen. Mehr Infos: <https://www.foeg.uzh.ch/>

Zusammen mit dem fög, gewährleistet commsLAB einen eigenständigen, in der internationalen Kommunikationsforschung anerkannten Ansatz. Dies umfasst eine Methodik, die strengen Qualitätsansprüchen verpflichtet ist und stets die neusten wissenschaftlichen Erkenntnisse integriert.

Ansprechpartner

Funktion / Hintergrund

Daniel Künstle
Geschäftsinhaber & Senior Consultant

+41 61 205 25 71

Über 25jährige Berufserfahrung im Bereich Reputation Management. Davon zehn Jahre als Konzernsprecher und Leiter Corporate Reputation Analysis bei SBV/UBS (1994-2004) sowie Stabschef bei BPV/FINMA (2004-2008).

Mario Schranz
Senior Consultant

+41 61 205 25 74

Über 20 Jahre Erfahrung in der Implementierung von wissenschaftlich fundierten Reputations- und Issue-Management-Prozessen in Wirtschaft und Politik. Davon viele Jahre als Leiter fög/UZH.

Angelo Gisler
Senior Consultant

+41 61 205 25 73

Über 15jährige Erfahrung an der Schnittstelle von wissenschaftlicher (fög/Universität Zürich) und praktischer (commsLAB) Reputationsforschung in Wirtschaft und Politik.

Oscar Villiger
Leiter Datenanalyse

+41 61 205 25 72

B.A. Wirtschaftswissenschaften UZH mit Schwerpunkt Banking & Finance und über zehn Jahre Erfahrung in Softwareentwicklung (Java, Python) und Datenanalyse (Pandas, R, SQL).