

Der aus den DAX-Unternehmen gebildete Reputationsindex zeigt auf konsolidierter Basis, wie sich die öffentliche Wahrnehmung der Deutschen Leitunternehmen und -sektoren über die Zeit entwickelt.

DAX Reputation Index

3. Quartal 2025

Basel, 22. Oktober 2025



DAX Reputation Index

Aktuelle Reputations- und Issuedynamiken der DAX-Unternehmen

commsLAB AG ist eine forschungsbasierte Beratungsboutique, die profilkonforme und wertschöpfende Lösungen zur Positionierung von Organisationen anbietet. Die 2004 gegründete commsLAB ist spezialisiert auf Issue-, Reputations- und Profilanalysen im High-End-Bereich und stellt in den Projekten eine praxis- und umsetzungsorientierte Perspektive sicher (www.commslab.com).

Ansatz

Die Analysen von commsLAB AG basieren auf der inhaltlichen Evaluation, Strukturierung und Bewertung von reputationsrelevanten, öffentlichen Informationen zu relevanten Akteuren aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.

Grundlagenforschung

commsLAB unterhält ein kontinuierliches und systematisches Monitoring zur Reputationsbewertung der resonanzstärksten Unternehmen und Organisationen aus der Schweiz (www.commslab.com/serx/) und Deutschland. Das Monitoring umfasst qualitativ hochwertige Reputationsdaten seit 2004.

Wissenschaftliche Einbettung

Die Daten von commsLAB basieren auf einem eigenständigen, in der internationalen Kommunikationsberatung und -forschung anerkannten Ansatz. Der Ansatz wurde vor über 25 Jahren gemeinsam mit dem fög - Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich entwickelt. Dieser beinhaltet u.a. eine Methodik, die strengen Qualitätsansprüchen verpflichtet ist und stets die neusten wissenschaftlichen Erkenntnisse integriert.

Einzigartiges Messverfahren Sedimented Reputation Index®

Der von commsLAB und dem fög - Universität Zürich entwickelte Sedimented Reputation Index® (SRI®) dient der Modellierung und Messung der historisch gewachsenen, im öffentlichen Gedächtnis verankerten Reputation und erlaubt die Darstellung von langfristigen Entwicklungen. Der SRI® funktioniert damit in einer ähnlichen Logik wie ein Aktienkurs bzw. Börsenwert. Er zeigt den „Wert“ eines Unternehmens zu jedem gewünschten Stichtag.

Codiert werden reputationsrelevante Medienbeiträge in reichweitenstarken Leitmedien. Die computerunterstützten manuellen Inhaltsanalysen durch Kommunikationsexperten basieren auf einem klar definierten, stabilen und bezüglich Sprachregionen und Verlagsvielfalt ausgewogenen Mediensample, womit auch Zeitreihenvergleiche möglich sind.

Reputation ist ein belegbarer Wertschöpfungsfaktor

Eine Analyse der eigenen Reputation ist unabdingbare Voraussetzung für die langfristig wertschöpfende Steuerung einer Organisation. Basierend auf einer empirischen, wissenschaftlich fundierten Datengrundlage zeigen wir entsprechend passgenaue Handlungsmöglichkeiten auf,

- ❖ ob und wo der Öffentlichkeitsauftritt Ihrer Organisation zu korrigieren ist,
- ❖ ob und wo grundlegende strategische Kurskorrekturen vorzunehmen sind,
- ❖ ob und wo Glaubwürdigkeit oder Attraktivität Ihres Profils bedroht sind.

DAX Reputation Index

Der aus den DAX-Unternehmen gebildete Reputationsindex zeigt auf konsolidierter Basis, wie sich die öffentliche Wahrnehmung der Deutschen Leitunternehmen und -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 14'000 reputationsrelevante öffentliche Beiträge verrechnet) ist der DAX Reputation Index ein valider Indikator für die öffentliche Akzeptanz der Deutschen Leitunternehmen und -sektoren.

DAX Reputation Index

Untersuchungslayout

Fokus	Der von commsLAB AG quartalsweise produzierte DAX Reputation Index basiert auf der inhaltlichen Analyse, Strukturierung und Bewertung von öffentlichen Informationen zu den deutschen DAX-Unternehmen in ausgewählten deutschen Leitmedien.	
Unternehmensauswahl	Es werden sämtliche im Deutschen Aktienindex DAX vertretene Unternehmen analysiert (laufende Anpassung unter Berücksichtigung der Zu- und Abgänge im Index).	
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 dargestellt (Startpunkt = 01/07/2019). 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.	
Strategischer Partner fög	Die Bewertungen erfolgen auf der Basis einer computerunterstützten manuellen Inhaltsanalysen, welche gegenüber ausschliesslich automatisierten Verfahren eine deutlich tiefere Fehlerquote sowie eine signifikant höhere Validität aufweist.	
Datenbasis	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.	
Gewährleistung Daten	Aktuelle Datenbasis 3Q2025 : Gesamte Datenbasis (01/2019 - 09/2025): Aktuelle sedimentierte Resonanzbasis per 30/09/2025 :	Codierung von 2'618 reputationsrelevanten Beiträgen Codierung von 71'991 reputationsrelevanten Beiträgen 13'566 reputationsrelevante Beiträge (Tagesbasis)
	Die Daten für den DAX Reputation Index entstammen dem von commsLAB betriebenen Grundlagenmonitoring. commsLAB ist um eine möglichst hohe Aktualität der Daten bemüht. Anpassungen am Setup oder nachträglich verarbeitete Daten können aber gegebenenfalls zu geringfügigen Veränderungen der historischen Daten führen.	

DAX Reputation Index

Unternehmensauswahl (seit 2019 im DAX vertretene Unternehmen)

Meta-Sektor	Sektoren (14)	Untersuchte Unternehmen (57)	Per Stichtag im DAX vertretene Unternehmen = FETT
Finanzwirtschaft (2)	Banken (5)	Commerzbank, Deutsche Bank , Deutsche Postbank, Hypo Real Estate, HypoVereinsbank	
	Versicherer (3)	Allianz, Hannover Re, Munich Re	
Realwirtschaft (12)	Automobil (6)	BMW, Continental, Daimler Truck, Mercedes-Benz-Group, Porsche AG, Porsche SE, Volkswagen	
	Chemie (7)	Altana, BASF, Brenntag , Covestro, Lanxess, Linde, Symrise	
	Energie (3)	E.ON, RWE, Siemens Energy	
	Immobilien (2)	Deutsche Wohnen, Vonovia	
	Industrie (3)	Rheinmetall, Siemens , ThyssenKrupp	
	Konsumgüter (7)	Adidas, Beiersdorf , Delivery Hero, Hellofresh, Henkel , Puma, Zalando	
	Life Science (7)	Bayer, Fresenius, Fresenius Medical Care, Merck, Qiagen, Sartorius, Siemens Healthineers	
	Luftfahrt (2)	Airbus, MTU Aero Engines	
	Rohstoffe (3)	Heidelberg Materials , K+S, Salzgitter	
	Technologie (4)	Deutsche Börse, Infineon, SAP , Wirecard	
	Telekom (1)	Deutsche Telekom	
Verkehr & Logistik (3)	Deutsche Post , Lufthansa, TUI		

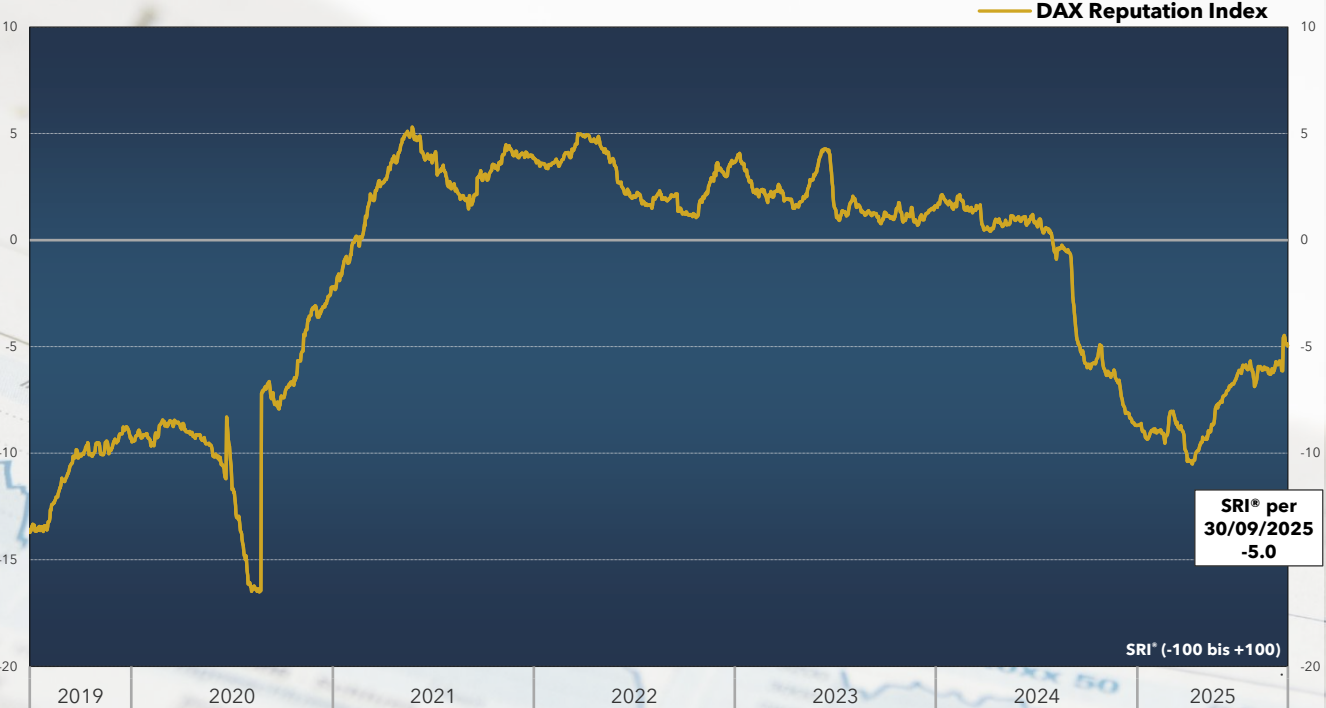
DAX Reputation Index

DAX Reputation Index

SRI® 07/2019 - 30/09/2025

Allgemeine Entwicklung

per 30/09/2025 / Quartalsvergleich



Shift per Quartal

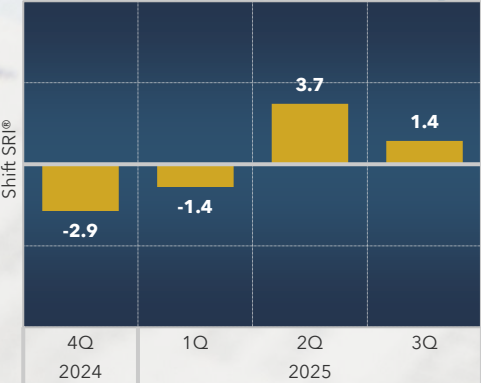


Abbildung rechts zeigt die indizierte sedimentierte Reputationsentwicklung (SRI®) des DAX Reputation Index (goldene Kurve).
 Abbildung links zeigt die Reputationsveränderung des DAX Reputation Index gemäss SRI® pro Quartal.
 Lesebeispiel: Im 2. Quartal 2025 hat der DAX Reputation Index +3.7 Indexpunkte gewonnen.

DAX Reputation Index

DAX Reputation Index Top Issues

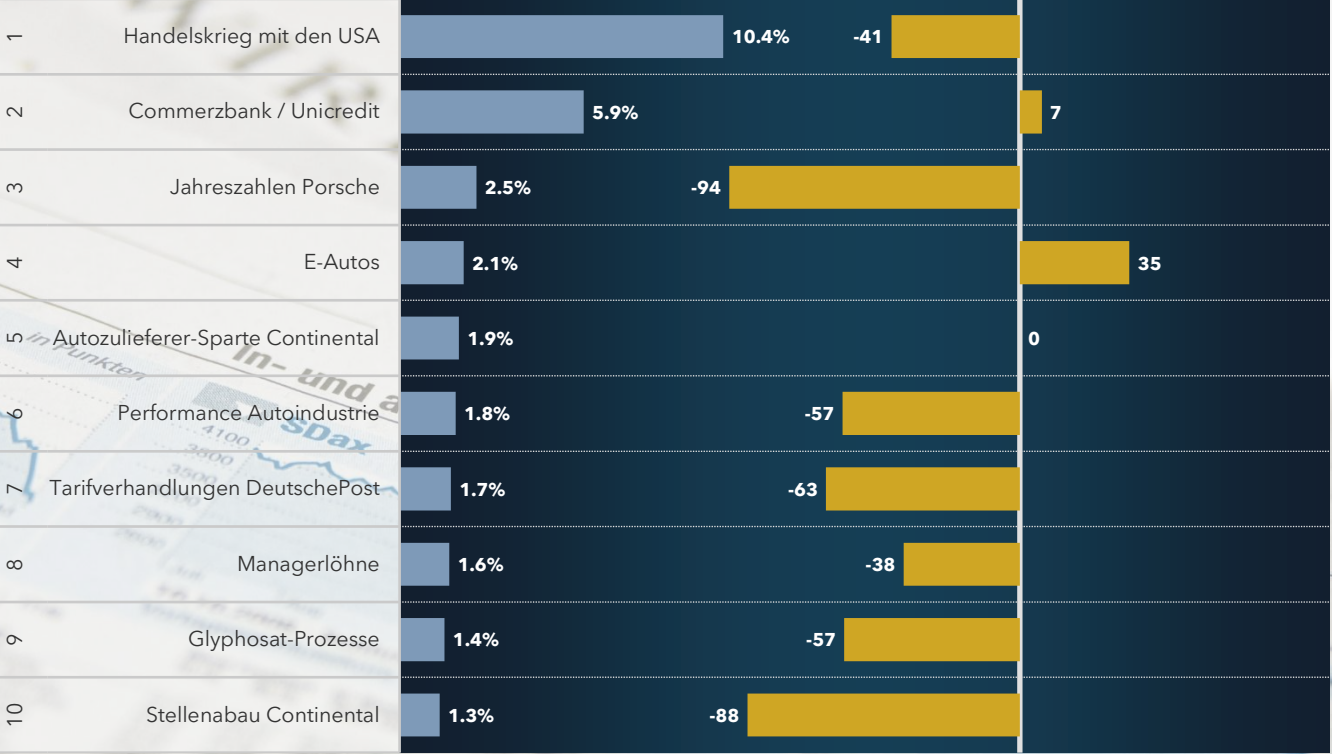
3Q2025

Zentrale Ereignisse

3Q2025

■ Reputationsrelevante Resonanz (in % Gesamtresonanz)

■ Bewertung (Tonalität)



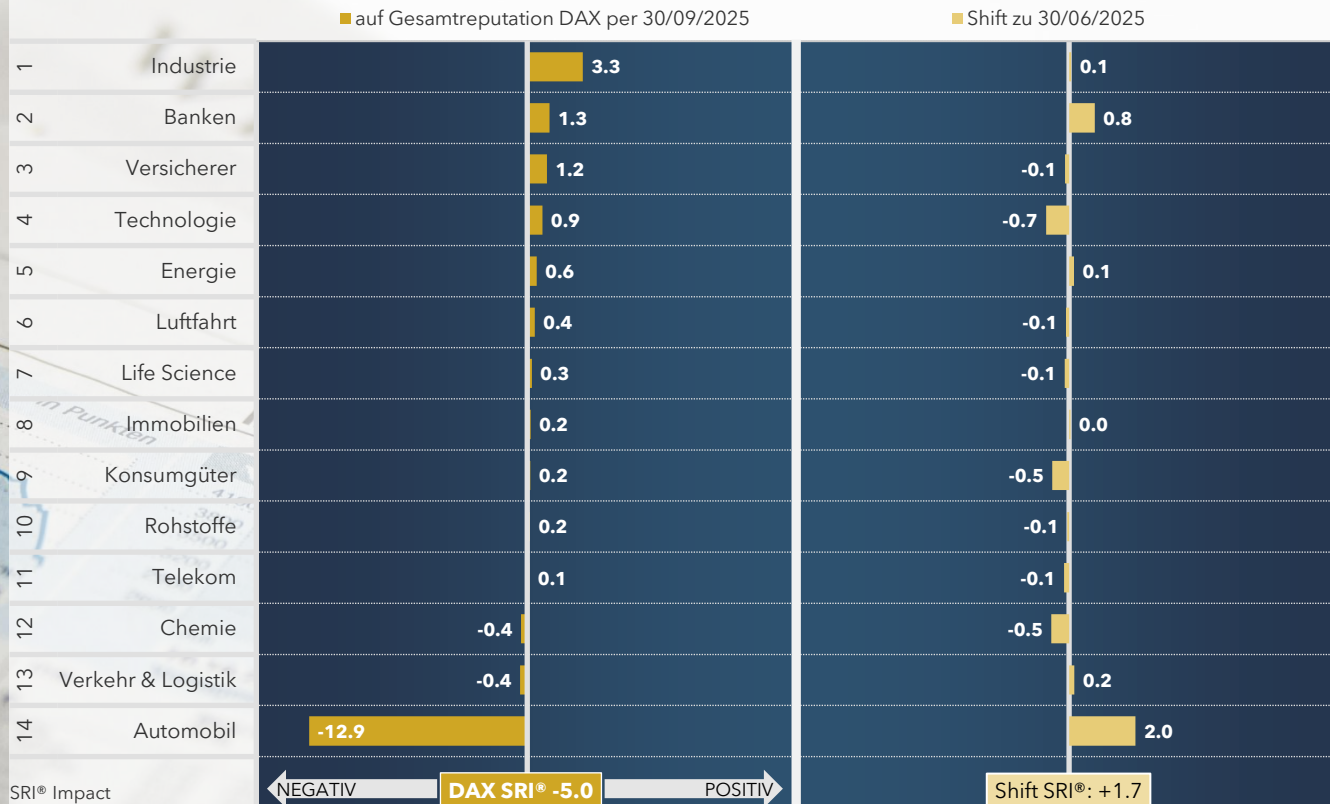
Die Grafik zeigt pro Issue die reputationsrelevante Resonanz in % der Gesamtresonanz (blaue Balken) sowie die damit verbundene Gesamtbewertung (goldene Balken).

Die Bewertung (Tonalität) kann Werte von -100 (alle negativ) bis +100 (alle positiv) annehmen.

DAX Reputation Index

DAX Reputation Index Reputation Impact per Sektor

Reputationsimpact Sektoren per 30/09/2025 / Quartalsvergleich



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

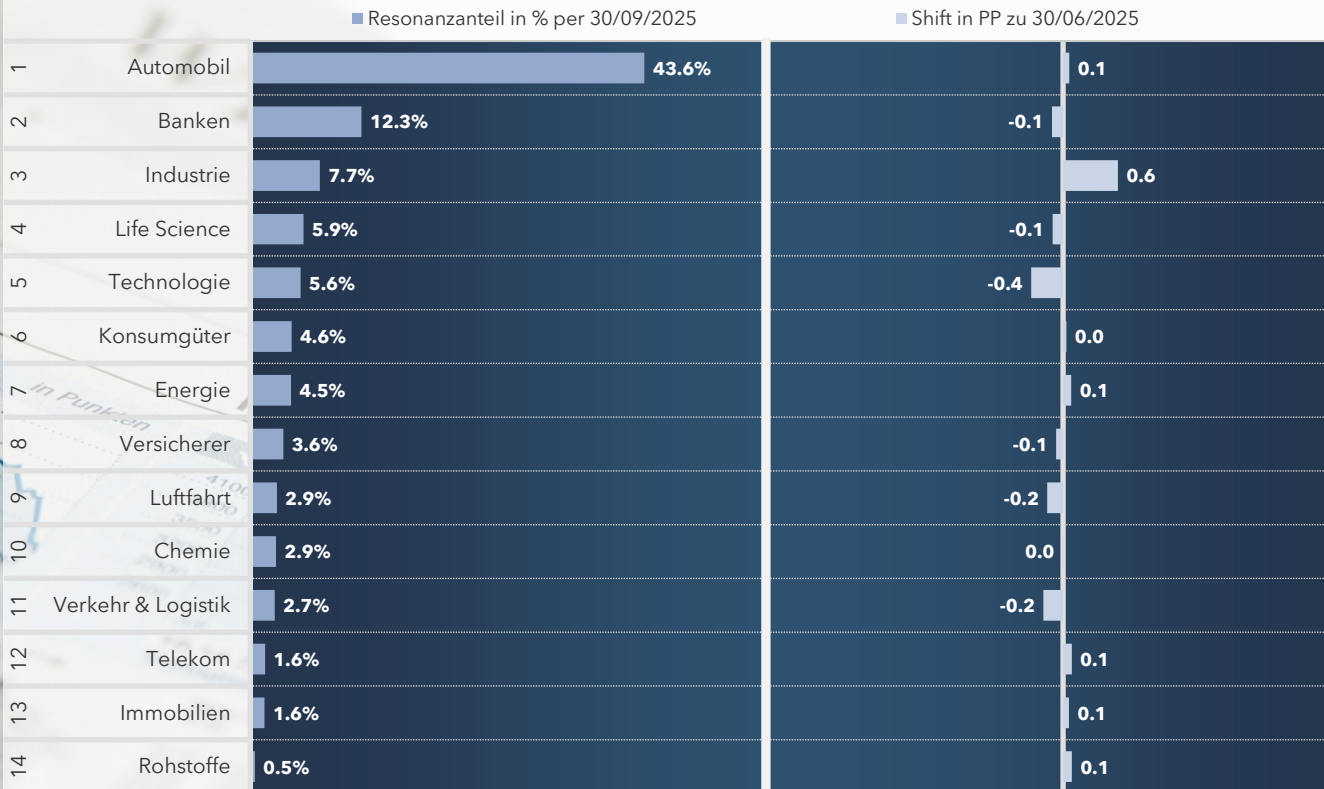
Lesehilfe: Ohne den Sektor 'Automobil' würde der DAX Reputation Index (aktueller SRI®: -5.0) um 12.9 Indexpunkte höher ausfallen (linker Teil der Grafik). Der Impact dieses Sektors hat sich in der Berichtsperiode um +2.0 Indexpunkte verbessert (rechts).

DAX Reputation Index

Resonanzverteilung Sektoren
per 30/09/2025 / Quartalsvergleich

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 ,Automobil' entfallen im Rahmen der Berichterstattung zu den DAX-Unternehmen aktuell 43.6% der medialen Beachtung in den untersuchten Leitmedien (linker Teil der Grafik). Dieser Anteil ist in der Berichtsperiode um - 0.1 Prozentpunkte gesunken (rechts).

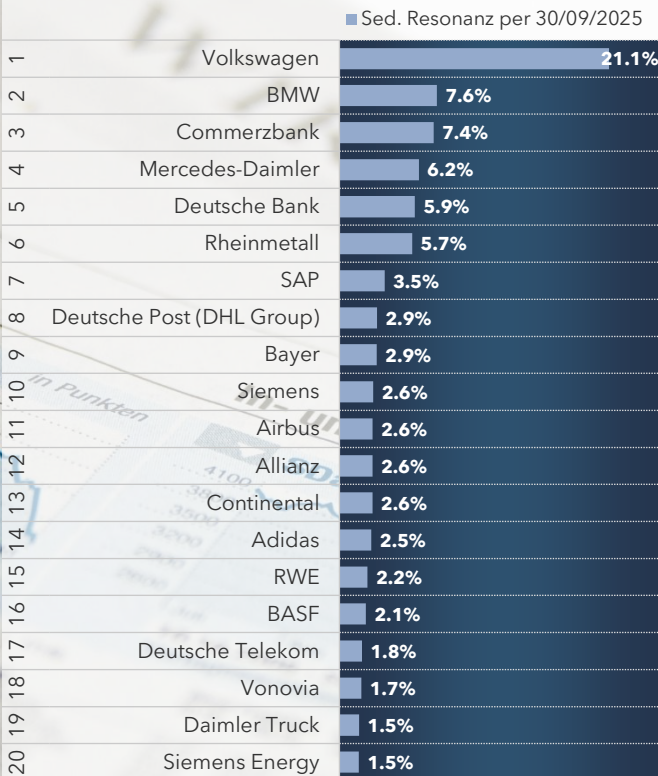
DAX Reputation Index

Unternehmen im Fokus

per 30/09/2025 / Quartalsvergleich

Unternehmen Beachtungsgrad

© commsLAB AG /
föb - Universität Zürich



Beachtung Auf-/Absteiger

2Q2025

© commsLAB AG /
föb - Universität Zürich

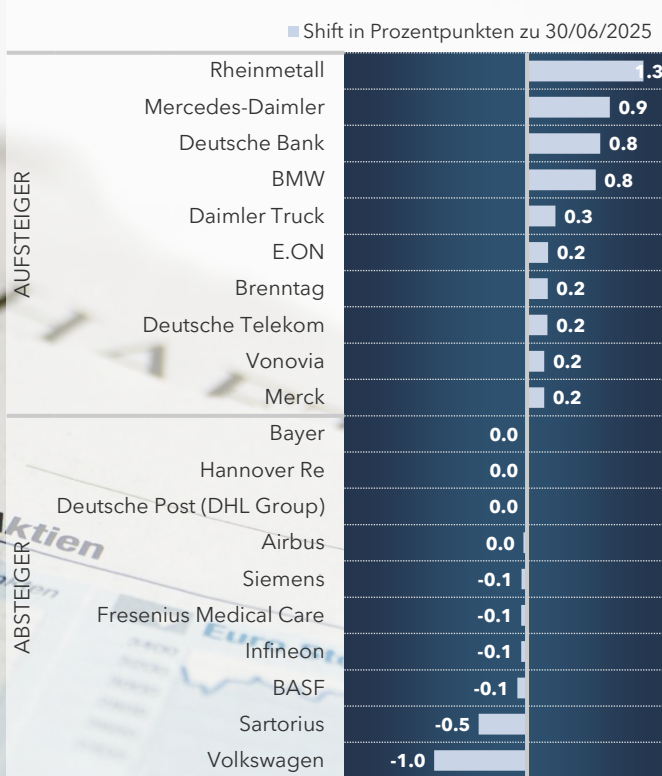


Abbildung links zeigt per Stichtag die resonanzstärksten DAX-Unternehmen in Prozent der DAX-Gesamtresonanz.

Abbildung rechts zeigt die stärksten Resonanzveränderungen gegenüber der Vorperiode in Prozentpunkten.

Über uns Kontakte

commsLAB AG

Aeschenplatz 6 / CH-4052 Basel

Zentrale: +41 61 205 25 70

info@commslab.com / www.commslab.com

commslab

Reputation & Profile 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 30jährige 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).