

Swiss Economy Reputation Index **SERX**

Vertiefungsanalyse

Reputation Schweizer Wirtschaft und Konjunkturentwicklung

Basel, 12. April 2019

Swiss Economy Reputation Index - Vertiefungsanalyse

Reputation Schweizer Wirtschaft und Konjunkturentwicklung

Fragestellung / Hypothesen:

- ❖ Eine separate Vertiefungsanalyse zum SERX setzt die Reputation der Schweizer Wirtschaft in Beziehung mit der Konjunkturentwicklung der Schweiz (BIP – Quelle: Bundesamt für Statistik, Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung).
- ❖ Im Zentrum stand dabei die Frage, ob sich ein statistisch signifikanter Zusammenhang zeigt, zwischen der Reputationsveränderung der Schweizer Wirtschaft in einem Quartal und der zeitversetzten Änderung der BIP-Wachstumsrate.
- ❖ Überprüft wurde die folgende Hypothese: Bei einer Reputationsverbesserung der Schweizer Wirtschaft in einem Quartal kommt es im Folgequartal zu einer positiven Änderung der BIP-Wachstumsrate; bei einer Reputationsverschlechterung zeigt sich dagegen eine negative Änderung der BIP-Wachstumsrate im Folgequartal.

Befunde:

- ❖ Seit 2006 zeigt sich in 70 Prozent aller Fälle eine Parallelität zwischen der Reputationsveränderung der Schweizer Wirtschaft in einem Quartal und der Veränderung der BIP-Wachstumsrate im Folgequartal.
- ❖ D.h. wenn sich die Reputation der Schweizer Wirtschaft in einem Quartal verbessert, beschleunigt sich in sieben von zehn Fällen im Folgequartal auch das BIP-Wachstum (und vice versa). Die Reputationsveränderung der Schweizer Wirtschaft verfügt somit über eine statistisch signifikante «Prognosekraft» für die Entwicklung der Schweizer Konjunktur.
- ❖ Kontrollvergleich der Reputationsveränderung mit einer gleichzeitigen bzw. vorgelagerten BIP-Veränderung zeigen, dass dort der Zusammenhang nur in 50% der Fälle besteht, also rein zufällig ist.

SERX - Swiss Economy Reputation Index

Der aus 140 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

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 aktuell 140 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 indiziert 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 1Q2019: Gesamte Datenbasis (01/2004 – 03/2019): Durchschnittliche sedimentierte Resonanzbasis (2004-1Q2019): Aktuelle sedimentierte Resonanzbasis per 31/03/2019	Codierung von 7'108 reputationsrelevanten Beiträgen Codierung von 310'235 reputationsrelevanten Beiträgen 18'261 reputationsrelevante Beiträge (Tagesbasis) 27'267 reputationsrelevante Beiträge (Tagesbasis)
Gewährleistung Daten	commsLAB/fög 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 - 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 Kompetitivätsvorteile 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 (140)
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
Realwirtschaft (14)	Versicherer (10)	Allianz, Axa, Baloise, Helvetia, Mobiliar, NAG (bis 2014), Swiss Life, Swiss Re, Vaudoise, Zurich
	Audit (4)	Deloitte (ab 2017), 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 (5)	Adecco, Dormakaba, Logitech SGS, SIX,
	Energie (3)	Alpiq, Axpo, BKW
	Life Science (15)	PHARMA: Johnson&Johnson, Novartis, Roche, Serono (bis 2006), Vifor. BIOTECH: Actelion, Biogen, Idorisa. MEDTECH: Alcon, Nobel Biocare,, Sonova, Straumann, Synthes (bis 2012), Tecan, Ypsomed
	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 (8)	Glencore, Gunvor, Mercuria, Petroplus (bis 2012), Trafigura, Transocean, Vitol, Xstrata (bis 2014)
Telekom (4)	Cablecom, Salt, Sunrise, Swisscom	
Verkehr & Logistik (4)	Kühne & Nagel, Post, SBB, Swiss	

Über uns / Kontakte

commsLAB AG - Profile Research & Management

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 forschungsbasierte Beratungsfirma, die profilkonforme Lösungen zur wertschöpfenden Positionierung von Unternehmen und Organisationen anbietet.

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.

commsLAB arbeitet eng mit seinem langjährigen strategischen Partner, dem fög - Forschungsinstitut Öffentlichkeit und Gesellschaft zusammen. Das fög ist eine führende Forschungsinstitution im Bereich der Öffentlichkeits- und Kommunikationsforschung an der Universität Zürich.

commsLAB betreut Kunden aus den Branchen Banken, Versicherungen, Gesundheitssektor – Healthcare, Öffentlicher Sektor, Pharma, Detailhandel, Telekommunikation und Industrie.

Ansprechpartner

Hintergrund

Daniel Künstle
CEO & Senior Consultant
+41 61 205 25 71

- Stiftungsrat fög
- Stabschef BPV/FINMA (2004–08)
- Konzernsprecher, Leiter Issue & Reputation Management SBV/UBS (1994–2004)

Angelo Gisler
Senior Consultant
+41 61 205 25 73

- Leiter Forschungspartnerschaften fög (2013-17)
- Lehrbeauftragter Universität Zürich (2012-17)
- Wissenschaftlicher Mitarbeiter fög (2004-12)

Mario Schranz
Senior Consultant
+41 61 205 25 74

- Stiftungsrat fög
- Institutsleiter fög (2013-17)
- Geschäftsleitung fög (2004-2012)
- Lehrbeauftragter Universität Zürich (2001-17)

Oscar Villiger
Consultant
+41 61 205 25 72

- Leiter Datenanalyse bei commsLAB seit 2016
- B.A. Wirtschaftswissenschaften UZH mit Schwerpunkt Banking & Finance