

Ein guter Ruf verpflichtet

Die gross angelegte Studie «Global Pulse 2008» belegt es erneut: **Die Migros kommt von allen grossen Schweizer Firmen bei den Schweizern am besten an.** Ihr Ruf ist auch international einer der besten.

Die Migros ist das Schweizer Unternehmen, das bei der schweizerischen Bevölkerung das höchste Ansehen geniesst. Dies bestätigen die Auswertungen einer Untersuchung von zehn bedeutenden Schweizer Unternehmen unter dem Titel «Global Pulse», die das internationale Reputation Institute (RI) 2008 zum dritten Mal in Folge durchgeführt hat (siehe Kasten). Für die Schweiz zeichnet das Institut für Unternehmenskommunikation der Università della Svizzera italiana verantwortlich.

600 Unternehmen durchleuchtet

Insgesamt haben die RI-Forscher das Image grosser Firmen in 27 Ländern untersucht. «Das Reputation Institute hat 2008 600 grosse Unternehmen untersucht, die sich durch einen starken direkten Bezug zu den Konsumenten des jeweiligen Landes auszeichnen. Somit konnten die Schweizer Ergebnisse mit denen verglichen werden, die Firmen in den anderen Ländern erzielt hatten», erklärt Francesco Lurati das Vorgehen. Er ist Dozent für Unternehmenskommunikation an der Università della Svizzera italiana und ist für die Untersuchung der Schweizer Unternehmen zuständig.

Migros weit über dem Durchschnitt

Die Migros hat nicht nur das beste Image in der Schweiz, sondern konnte beim Grad des Ansehens im Vergleich zum Vorjahr sogar noch um 6,4 Prozentpunkte auf 81,5 Punkte zulegen. An zweiter und dritter Stelle folgen Nestlé und Novartis, auf Rang vier ABB.



Bestes Image: Die Schweizer schätzen die Migros sehr.

Auch im internationalen Vergleich schneidet die Migros hervorragend ab. Sie hat weltweit den zehntbesten Ruf.

Den weltweit besten Ruf geniessen Toyota (86,5 Punkte) vor Google (85,2 Punkte) und Ikea (84,1 Punkte). «Das durchschnittliche Ansehen aller 600 untersuchten Unternehmen liegt bei 64,2 Punkten, was die Leistung der Migros unterstreicht und bestätigt, wie sehr sie von der schweizerischen Bevölkerung geschätzt wird», analysiert Lurati die hohe Punktzahl der Migros.

Spitzenklasse beim sozialen Engagement

Das Reputation Institute stützt sich auf vier Indikatoren, um das Ansehen eines Unternehmens auszuloten: «Vertrauen, Wertschätzung, Bewunderung und positiver Eindruck. Ferner beziehen wir sieben Aspekte mit ein, die den Grad des Ansehens massgeblich beeinflussen: Produkte und Dienstleistungen, Innovation, Arbeitsort, gute Unternehmensführung, soziales Engagement, Führungsstil, Effizienz», führt Lurati aus.

Weltweit Rang zwei, nach Ikea, nimmt die Migros bezüglich ihres sozialen Engagements ein.

Text Daniel Sägesser

Illustration Alex Macartney

Dem Ansehen auf der Spur: Das Reputation Institute

Forscher in den USA und in Europa haben das Reputation Institute (RI) 1997 gegründet. Das RI forscht zu Fragen des Ansehens von Firmen und berät Unternehmen bei Anstrengungen, ihren Ruf zu verbessern. Das Institut verfügt über ein

grosses Netzwerk von Fachleuten und Büros und ist in mehr als 20 Ländern vertreten. Francesco Lurati, Dozent für Unternehmenskommunikation an der Università della Svizzera italiana, ist akademischer Vertreter des Reputation Institutes in der

Schweiz. Die Studie «Global Pulse» ist eine Untersuchung des RI, bei der 60 000 Konsumenten in 27 Ländern zum Ansehen von mehr als 600 Unternehmen befragt werden.

www.reputationinstitute.com