

Medienmitteilung

## **Schweizer Wirtschaft im Image-Tief**

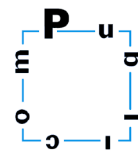
**09. April 2003. Die Reputation von bedeutenden Schweizer Grossunternehmen steht unter Druck. Zwischen den verschiedenen Branchen gibt es jedoch grosse Unterschiede - vor allem auch hinsichtlich der Beurteilung des Top-Managements. Dies zeigt eine Zeitungsanalyse der Medienforschungsfirma Publicom.**

Die auf Medienforschung spezialisierte Publicom analysierte während drei Monaten die Berichterstattung über Schweizer Top-Unternehmen und Wirtschaftsführer in den wichtigsten meinungsbildenden Zeitungen des Landes. Das Resultat zeigt deutlich: Die Schweizer Wirtschaft hat ein Imageproblem. Die Medien zeichnen ein insgesamt negatives Bild der Grossunternehmen. Sowohl die wirtschaftliche Leistung als auch ihr gesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein stehen häufig in der Kritik. Besser als erwartet schneiden die Top-Manager ab. Zwar richten die Medien an einzelne Wirtschaftsführer massive Vorwürfe, die Mehrheit bekommt aber recht gute Noten.

Zwischen den verschiedenen Branchen gibt es allerdings beträchtliche Unterschiede. Am stärksten im Rampenlicht standen in der untersuchten Periode (4. Quartal 2002) Unternehmen und Persönlichkeiten aus den Branchen 'Finanzdienstleistungen' sowie 'Verkehr und Kommunikation'. Diese Unternehmen wie auch ihre wichtigsten Exponenten (CEOs und VR-Präsidenten) wurden ungleich kritischer beurteilt als diejenigen der Branchen 'Handel' und 'Industrie' (vgl. Abb).

In den Dienstleistungsbranchen sind die niedrigen Werte vor allem auf ein ungünstiges Sozialimage zurückzuführen. Bemängelt werden insbesondere die Transparenz und das soziale Verantwortungsbewusstsein. Die Handels- und Industrieunternehmen werden in den untersuchten Medien in einem deutlich günstigeren Licht dargestellt. Noch stärker trifft diese Feststellung für das Management dieser Unternehmen zu.

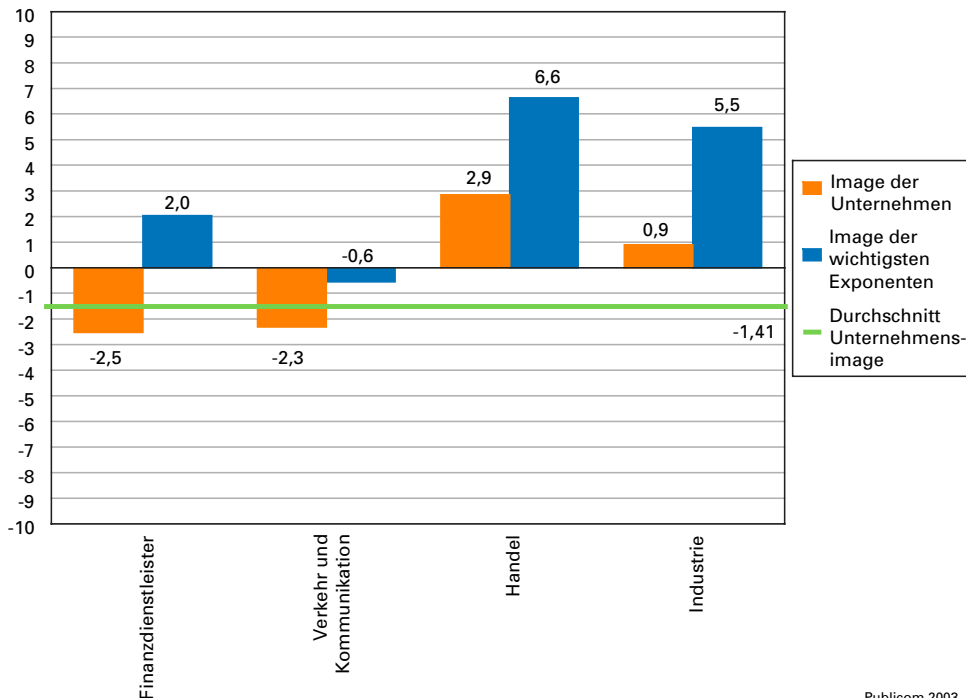
Die auf rund 1'300 Artikeln basierende Studie bestätigt nicht nur die starke Personalisierung der Wirtschaftsberichterstattung, sie zeigt



auch, dass die Medien jeweils wenige Unternehmen oder Exponenten als "Sündenböcke" herausgreifen. Auch gehen nicht alle Zeitungen gleich hart ins Gericht mit den Firmen – im Beobachtungsquartal war die Wirtschaftsberichterstattung der Titel aus dem Verlagshaus Tamedia (Tages-Anzeiger, SonntagsZeitung) deutlich kritischer als die der übrigen Zeitungen.

**Abb: Medienimage von Unternehmen und Wirtschaftsführern**

n=1'238 Artikel, 1. Oktober – 31. Dezember 2002, Indexwerte (-10/+10)



Kontakt:

[www.publicom.ch](http://www.publicom.ch)

Publicom AG, 01/716 55 11, René Grossenbacher

(rgrossenbacher@publicom.ch)

