



Studiendokumentation | September 2023

# Benchmarkstudie Reputation von Unternehmensberatungen und Wirtschaftsprüfungsunternehmen in der Schweiz 2023

## Über diese Studie

Die swissreputation.group und das IMWF Institut haben im Rahmen einer Benchmarkstudie die wichtigsten Schweizer Unternehmensberatungen und Wirtschaftsprüfungsunternehmen hinsichtlich ihrer Reputation in den Earned Media unter die Lupe genommen.

Unternehmensberatungen haben in Schweizer Medien eine vergleichsweise geringe Präsenz. Dies liegt im Wesentlichen an der naturgemässen Vertraulichkeit ihrer Arbeit, die nicht zulässt, dass offen über Kunden und Projekte kommuniziert wird. Dazu kommt, dass sich die meisten Beratungsunternehmen, durch Partner geführt, in Privatsitz befinden und Geschäftszahlen folglich nur punktuell oder global veröffentlicht werden. Somit fällt dieser Themenbereich in der Medienkommunikation deutlich schmaler aus als in vielen anderen Branchen.

Ähnlich verhält es sich bei den meisten Wirtschaftsprüfungsunternehmen. Auffällig ist jedoch, dass Wirtschaftsprüfer – allen voran die «Big Four» Deloitte, EY, KPMG und PwC – deutlich präsenter sind in Schweizer Medien und beinahe dreimal so viel mediale Sichtbarkeit erreichen wie die Unternehmensberater. Was die beiden Gruppen jedoch verbindet, ist die grosse Bedeutung von Studien in ihrer Kommunikation und somit auch in ihrer medialen Wahrnehmung. Denn sowohl Unternehmensberater wie auch Wirtschaftsprüfer brauchen eine gute medienbasierte Reputation, nicht zuletzt, um neue Kunden zu gewinnen und die besten Talente anzuziehen.

Für diese Studie wurden die ausgewählten Unternehmen mit Hilfe KI-basierter Analyseverfahren in allen öffentlich zugänglichen Schweizer Medien, Social Media und weiteren Onlinequellen ausgewertet. Insgesamt wurden über 19'000 reputationsrelevante Beiträge von elf Unternehmensberatungen und neun Wirtschaftsprüfungsunternehmen in einem Zeitraum von zwölf Monaten identifiziert und analysiert.

## In der Studie beinhaltete Unternehmensberatungen und Wirtschaftsprüfungsunternehmen

Folgende Unternehmen wurden für die Benchmarkstudie ausgewählt:

### Kategorie «Unternehmensberatungen»

- Accenture
- AlixPartners
- Bain & Company
- Egon Zehnder
- Helbling
- Horváth & Partners\*
- McKinsey
- Oliver Wyman
- PwC Strategy&\*
- Roland Berger
- Simon-Kucher
- The Boston Consulting Group
- Zühlke

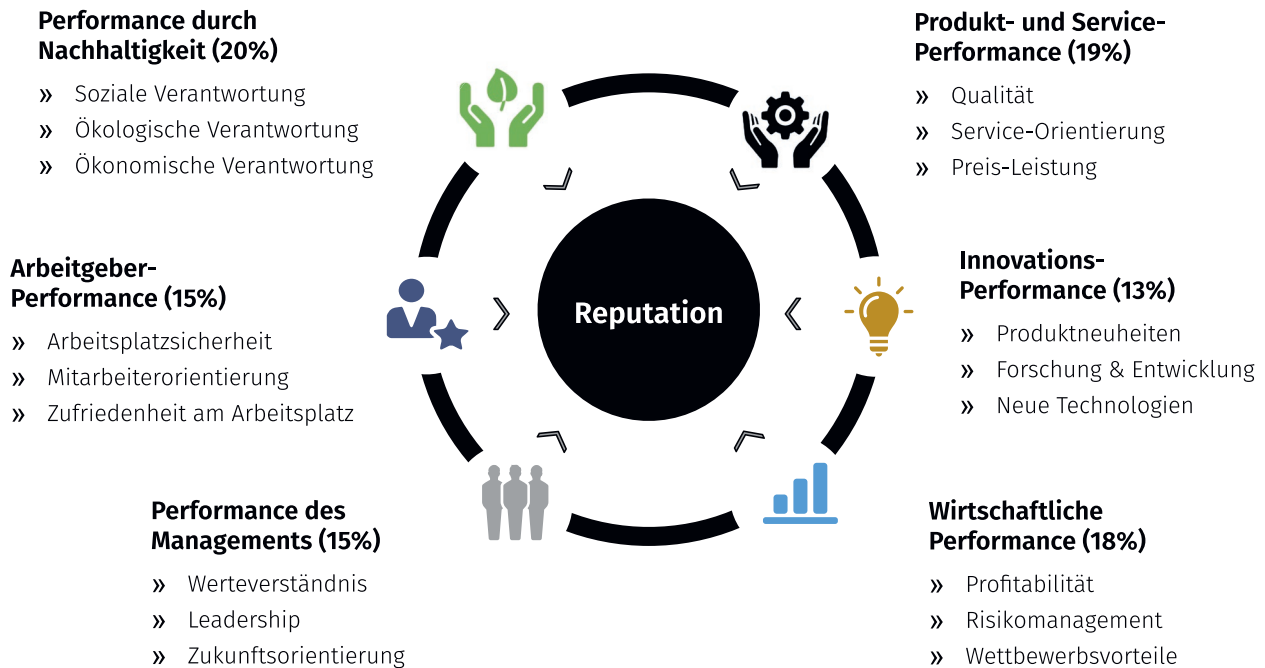
### Kategorie «Wirtschaftsprüfungsunternehmen»

- Balmer-Etienne
- BDO
- Berney Associés\*
- Deloitte
- EY
- Fidag\*
- Grant Thornton
- KPMG
- Mazars
- OBT
- PwC

Die mit einem \* markierten Unternehmen konnten aufgrund einer zu geringen Anzahl von Beiträgen oder einem zu einseitigen Reputationsprofil (weniger als drei besetzte Reputationsdimensionen) nicht in die Studienergebnisse aufgenommen werden.

# Reputationsmodell

Für die Studie wurde ein weltweit anerkanntes Modell eingesetzt, das auf den Grundlagen von Reputationspionier Charles J. Fombrun basiert. Es unterscheidet sechs verschiedene Faktoren – sogenannte Reputationsdimensionen –, die den Ruf von Unternehmen formen. Innerhalb der jeweiligen Dimensionen werden verschiedene Aspekte berücksichtigt.



*%-Werte entsprechen der Gewichtung der jeweiligen Dimension zur Berechnung der Gesamtreputation.*

## KI-basierte Analysemethodik

Datengrundlage der Studie bilden sämtliche öffentlich und online zugänglichen Earned Media: Schweizer Medien, Social Media und weitere Onlinequellen in deutscher und französischer Sprache im Zeitraum vom 1. August 2022 bis 31. Juli 2023. Mittels Webcrawling und Social Listening wurden in einem ersten Schritt alle Beiträge zu den definierten Beratungs- und Wirtschaftsprüfungsunternehmen gesammelt.

Die Analysearbeiten wurden in einem mehrstufigen Verfahren mit KI-basierter, individueller und umfangreich «trainierter» Software durchgeführt. Aus den Beiträgen wurden auf Basis syntaktischer Regeln Aussagen herausgelöst, die sich auf die jeweiligen Unternehmen beziehen.

Alle Aussagen wurden im Rahmen der Auswertung anschliessend auf Inhalt und Tonalität analysiert. Dabei wurde zwischen sechs Reputationsdimensionen unterschieden, die für die Berechnung des Gesamtindex unterschiedlich gewichtet wurden (siehe Angaben im Reputationsmodell). Diese Gewichtung entspricht aktuellen Datengrundlagen aus in der Schweiz durchgeführten Reputationsmessungen. Insgesamt wurden über 19'000 zuordenbare Aussagen zu den Unternehmen identifiziert und bewertet. Abschliessend erfolgte eine manuelle Qualitätskontrolle durch Analysten.

Basis für die Berechnung der Reputationswerte sind Sichtbarkeit (Anzahl der relevanten Aussagen) und Tonalität (positiv/neutral/negativ) der Aussagen. Zur Berechnung des Index wird zu jeder der sechs Reputationsdimensionen ein Reputationswert berechnet. Die Ergebnisse der einzelnen Dimensionen sind normiert auf das jeweils beste Unternehmen (=100). Die Gesamtreputation errechnet sich aus einer Addition der gewichteten Einzelwerte.

## Angebot

Die Detailergebnisse sind in ausführlichen, kommentierten Studienberichten erhältlich:

### Studie «Reputation von Unternehmensberatungen in der Schweiz 2023»

Umfang ca. 45 Seiten, unternehmensindividuell aufbereitet

- Management Summary für Ihr Unternehmen
- Reputationswerte der elf Unternehmensberatungen
- Sichtbarkeit/Share of Voice in den Medien im Vergleich
- Tonalitätswerte im Vergleich
- Detailergebnisse der Unternehmensberatungen in den einzelnen Reputationsdimensionen im Vergleich
- Medienbeiträge zu Studien im Vergleich
- Medienpräsenz und Tonalität nach Quellentypen
- Kommentierung und Einordnung der Ergebnisse
- Individuelles Summary und Handlungsempfehlungen
- Ergebnispräsentation

CHF 4'800.– zzgl. MWST



### Studie «Reputation von Wirtschaftsprüfungsunternehmen in der Schweiz 2023»

Umfang ca. 45 Seiten, unternehmensindividuell aufbereitet

- Management Summary für Ihr Unternehmen
- Reputationswerte der neun Wirtschaftsprüfungsunternehmen
- Sichtbarkeit/Share of Voice in den Medien im Vergleich
- Tonalitätswerte im Vergleich
- Detailergebnisse der Wirtschaftsprüfungsunternehmen in den einzelnen Reputationsdimensionen im Vergleich
- Medienbeiträge zu Studien im Vergleich
- Medienpräsenz und Tonalität nach Quellentypen
- Kommentierung und Einordnung der Ergebnisse
- Individuelles Summary und Handlungsempfehlungen
- Ergebnispräsentation

CHF 4'800.– zzgl. MWST



Kontaktieren Sie uns jetzt für Ihre Bestellung, Ihre individuelle Offerte oder für Fragen:

[welcome@swissreputation.group](mailto:welcome@swissreputation.group) / Telefon 044 500 22 05

## Über die [swissreputation.group](http://www.swissreputation.group) und das IMWF

Die [swissreputation.group](http://www.swissreputation.group) mit Sitz in Zürich ist ein Beratungsunternehmen, das sich auf KI-Medienanalysen, Stakeholderanalysen und Reputationsmessungen spezialisiert. Die Messprogramme bilden die Grundlagen, damit Unternehmen ihre Stakeholder besser verstehen, auf die strategisch richtigen Themen setzen, ihre Kommunikation effektiv steuern und damit Wirkung erzielen. Mit ihrem Multimethoden-Angebot ist die [swissreputation.group](http://www.swissreputation.group) die führende Spezialistin für datengesteuerte Kommunikation und Reputation. Weitere Informationen:

[www.swissreputation.group](http://www.swissreputation.group)

Das IMWF Institut beschäftigt sich seit 2013 mit Analysen von extrem grossen Datenmengen aus Onlinenews und Social Media mit Hilfe von künstlicher Intelligenz (KI). KI ist der Game Changer in Unternehmenskommunikation und Marketing – und das IMWF gehört zu Europas führenden Spezialisten in diesem Feld. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Hamburg und Analystenteams in Leipzig, Wien und seit 2022 in Zürich. Weitere Informationen:

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