



Studiendokumentation | März 2023

Benchmarkstudie Reputation von Krankenkassen in der Schweiz

Über diese Studie

Krankenkassen in der Schweiz agieren im Rahmen enger gesetzlicher Vorgaben. Alleinstellungsmerkmale im Bereich von Produkten und Dienstleistungen sind daher schwer zu erreichen. Wenn es um den guten Ruf geht, kommen deshalb anderen Faktoren grosse Bedeutung zu. Die Performance in den Bereichen Nachhaltigkeit, Wirtschaftlichkeit, Innovation, Unternehmensmanagement und die Wahrnehmung als Arbeitgeber formen die Reputation der Krankenkassen entscheidend.

Die swissreputation.group und das IMWF Institut haben die grössten Krankenkassen der Schweiz hinsichtlich ihrer Reputation unter die Lupe genommen. Insgesamt wurden für diese Benchmarkstudie die Werte von 12 Krankenkassen erhoben und analysiert.

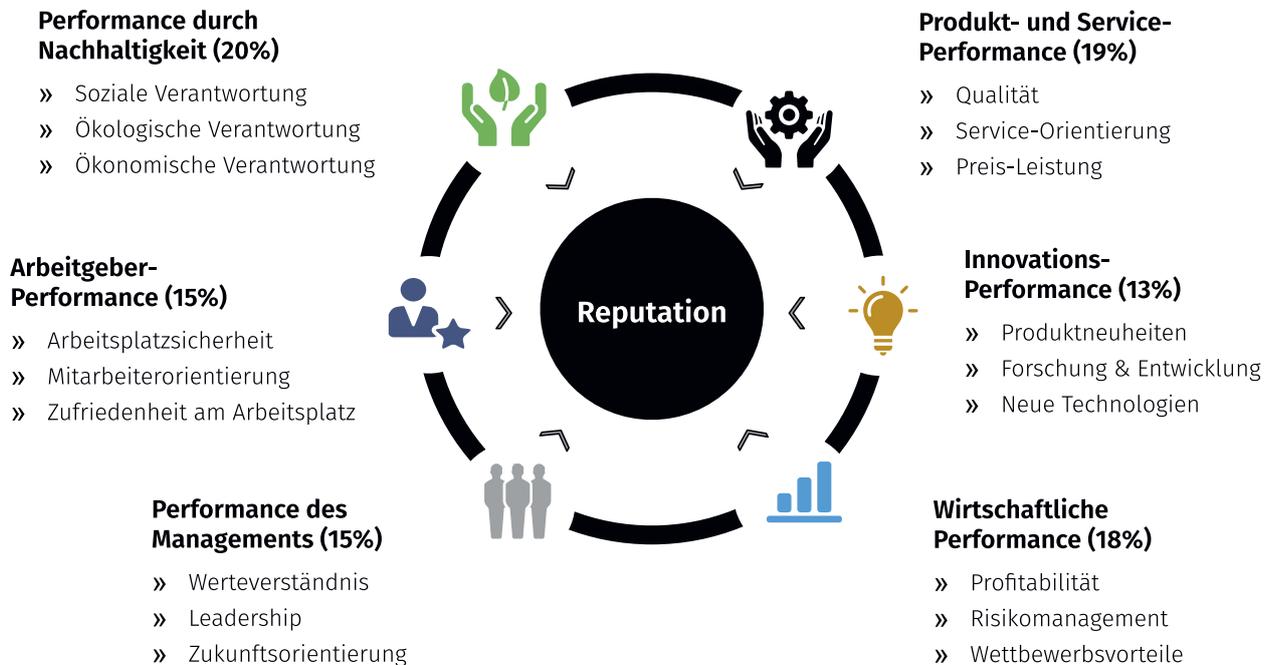
Datengrundlage bildet die gesamte medial vermittelte Information und Kommunikation in öffentlichen Schweizer Medien und Onlinequellen in deutscher und französischer Sprache. Diese umfasst journalistische Medien, News-Portale, Webseiten, Blogs sowie alle frei zugänglichen Social Media-Quellen, die mittels Webcrawling und Social Listening durchsucht wurden. Ausgewertet wurden alle Beiträge im Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2022.

In einem mehrstufigen, durch Künstliche Intelligenz (KI) unterstützten Verfahren wurden anschliessend für die Reputation relevante Aussagen herausgelöst, auf Inhalt und Tonalität analysiert, bewertet und den betreffenden Reputationsdimensionen zugeordnet. Insgesamt wurden mehr als 12'500 zuordenbare Aussagen zu den Krankenkassen identifiziert und bewertet.

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.

Modell mit sechs Reputationsdimensionen



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

Methodik

Die Analysearbeiten zur Studie wurden mit KI-basierter, individueller und umfangreich «trainierter» Software durchgeführt. Hierzu wurden in einem ersten Schritt alle Beiträge in Schweizer Medien und Onlinequellen sowie Einträge in sozialen Netzwerken zu den ausgewählten Krankenkassen im Beobachtungszeitraum 1. Januar bis 31. Dezember 2022 gesammelt. 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. Abschliessend erfolgte eine manuelle Qualitätskontrolle durch Analysten.

Basis für die Berechnung der Reputationswerte sind Sichtbarkeit (Anzahl der relevanten Aussagen) und Tonalität 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.

In der Studie beinhaltete Krankenkassen

Für die Benchmarkstudie wurden folgende 12 Unternehmen ausgewertet.

- Assura
- Atupri
- Concordia
- CSS
- Groupe Mutuel
- Helsana
- KPT
- ÖKK
- Sanitas
- SWICA
- Sympany
- Visana

Angebot

Gesamtstudie «Reputation von Krankenkassen in der Schweiz»

- Management Summary
- Reputationswerte der 12 Krankenkassen
- Visibilität im saisonalen Verlauf
- Tonalitätsanalysen
- Detaillierergebnisse der 12 Krankenkassen in den einzelnen Reputationsdimensionen im Benchmarkvergleich
- Medienpräsenz und Tonalität nach Quellentypen
- Durchgehende Kommentierung und Einordnung der Ergebnisse
- Individuelles Summary und Handlungsempfehlungen
- Ergebnispräsentation und Beratung zum Reputationsmanagement

CHF 4'800.- zzgl. MWST

Kontaktieren Sie uns jetzt für Ihren persönlichen Studienreport oder für nähere Informationen:

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 spezialisiert auf die Messung und Analyse des guten Rufs von Unternehmen. 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 evidenzbasiertes Reputationsmanagement.

Weitere Informationen: 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