



Studiendokumentation | März 2024

Benchmarkstudien Reputation von Versicherungen und Krankenkassen in der Schweiz 2024

Über die Studien

Die swissreputation.group und das IMWF Institut haben im Rahmen einer Benchmarkstudie die wichtigsten Schweizer Versicherungen und Krankenkassen hinsichtlich ihrer Reputation in Schweizer Medien unter die Lupe genommen.

Die Studien geben einen aktuellen Überblick über den guten Ruf bedeutender Versicherer und zeigen im Detail auf, wie die untersuchten Unternehmen in den für die Reputation relevanten Bereichen medial performen. Die Unternehmenskommunikation erhält damit eine profunde Standortbestimmung zur Medienreputation im Wettbewerbsvergleich und wertvolle Hinweise zur Optimierung der Medienarbeit.

Grundlage der Studien bilden sämtliche öffentlich und online zugänglichen Schweizer Medien, Newsplattformen, Social Media und weitere Onlinequellen in deutscher und französischer Sprache. In einem mehrstufigen, KI-gestützten Analyseverfahren wurden über 56'000 für die Reputation relevante Aussagen zu den Unternehmen herausgefiltert und bezüglich Themen und Tonalität zugeordnet.

Neben den Analyseergebnissen zeigen die Studien 2024 erstmals in Sonderauswertungen Vergleiche der Anzahl Follower in den wichtigsten Social Media (Facebook, Instagram, Tiktok, Youtube, LinkedIn, Xing), Bewertungen auf Kununu, Indeed und Trustpilot sowie einen Überblick über die Präsenz der Versicherungen und Krankenkassen in den wichtigsten Arbeitgeberstudien.

In den Studien beinhaltete Versicherungen und Krankenkassen

Für die Benchmarkstudien wurden folgende Unternehmen ausgewählt:

Versicherungen

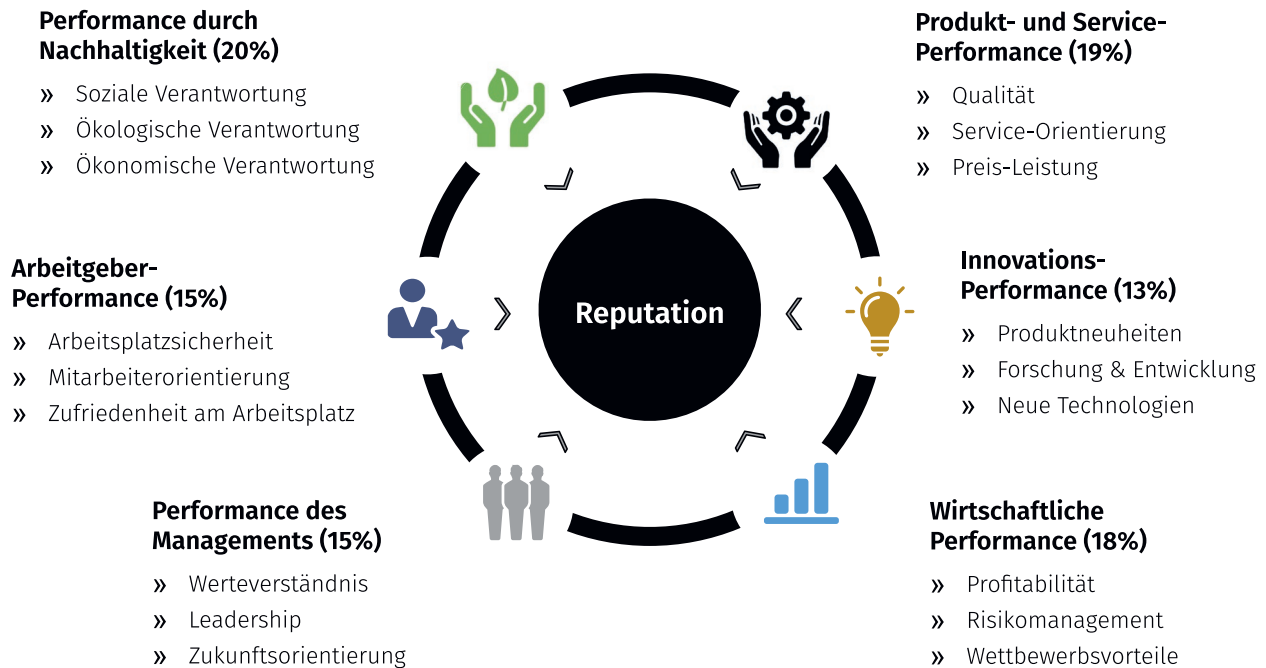
- Allianz
- AXA
- Baloise
- Die Mobiliar
- Emmental Versicherung
- Generali
- Helvetia
- Pax
- Suva
- Swiss Life
- Swiss Re
- Vaudoise
- Zurich

Krankenkassen

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

Reputationsmodell

Für die Studien 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 Studien bildet die gesamte schriftliche Online-Information und -Kommunikation in deutscher und französischer Sprache zu den untersuchten Unternehmen in der Schweiz im Zeitraum von 1. Januar 2023 bis 31. Dezember 2023. Diese umfasst alle öffentlich zugänglichen Nachrichten, Beiträge, Posts, Kommentare aus journalistischen Nachrichtenmedien, Diskussionsseiten, sozialen Medien wie Twitter/X, Facebook, Instagram, Blogs und Foren.

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. Diese Aussagen wurden anschliessend auf Inhalt und Tonalität bewertet und den entsprechenden Reputationsdimensionen zugewiesen.

Als Basis für die Berechnung der Reputationswerte wurde die Anzahl der relevanten Aussagen und die Tonalität der Aussagen in den Reputationsdimensionen erhoben. Zur Berechnung des Index wurde zu jeder der sechs Reputationsdimensionen ein Reputationswert kalkuliert. Die Gesamtreputation errechnet sich aus dem Mittel der gewichteten Einzelwerte. Die Reputationsindizes der einzelnen Dimensionen sind relative Werte (das beste Unternehmen pro Dimension erhält den Wert 100), die die Performance aller Unternehmen in Beziehung setzen und dabei Sichtbarkeit und Tonalität einbeziehen.

Angebot

Die Detailergebnisse sind in ausführlichen, kommentierten Studienberichten erhältlich:

Studie «Reputation von Versicherungen in der Schweiz 2024»

Umfang ca. 50 Seiten, unternehmensindividuell aufbereitet

- Management Summary für Ihr Unternehmen
- Reputationswerte der 13 Versicherungen
- Sichtbarkeit/Share of Voice in den Medien im Vergleich
- Tonalitätswerte im Vergleich
- Detailergebnisse der Versicherungen in den einzelnen Reputationsdimensionen im Vergleich
- Medienpräsenz und Tonalität nach Quellentypen
- Sonderauswertung Social Media, Arbeitgeberbewertungen und Arbeitgeberstudien
- Kommentierung und Einordnung der Ergebnisse
- Individuelles Summary und Handlungsempfehlungen
- Ergebnispräsentation

CHF 5'800.- zzgl. MWST



Studie «Reputation von Krankenkassen in der Schweiz 2024»

Umfang ca. 50 Seiten, unternehmensindividuell aufbereitet

- Management Summary für Ihr Unternehmen
- Reputationswerte der 13 Krankenkassen
- Sichtbarkeit/Share of Voice in den Medien im Vergleich
- Tonalitätswerte im Vergleich
- Detailergebnisse der Krankenkassen in den einzelnen Reputationsdimensionen im Vergleich
- Medienpräsenz und Tonalität nach Quellentypen
- Sonderauswertung Social Media, Arbeitgeberbewertungen und Arbeitgeberstudien
- Kommentierung und Einordnung der Ergebnisse
- Individuelles Summary und Handlungsempfehlungen
- Ergebnispräsentation

CHF 5'800.- zzgl. MWST



Kontaktieren Sie uns jetzt für Ihre Bestellung, Ihre individuellen Wünsche oder für Fragen:

welcome@swissreputation.group / Telefon 044 500 22 05

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

Die [swissreputation.group](https://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](https://www.swissreputation.group) die führende Spezialistin für datengesteuertes 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 Zürich. Weitere Informationen: www.imwf.de