



Medienmitteilung

## **Die Art der Führung eines Unternehmens und das soziale Engagement bestimmen immer mehr die Reputation einer Marke**

**Zürich, 02.06.2020 – Der Trend bei der Reputation von Marken und Unternehmen ist eindeutig: Führungskultur und soziales Engagement haben einen immer grösseren Einfluss auf das Ansehen, während die Bedeutung der Produkte und Dienstleistungen für die Reputation auf gleichem Niveau stagniert. Die Studie «Brand Reputation Study» von Farner und The RepTrak Company gibt Aufschluss darüber, wodurch sich starke Marken auszeichnen.**

Die Markenspezialisten von Farner und The RepTrak Company widmen sich der wesentlichen Entwicklung der Reputation von Marken in ihrer jährlich erscheinenden Studie «Brand Reputation Study». Die Studie misst die Reputation von über 150 der grössten und wichtigsten Unternehmen in der Schweiz. Die Reputation eines Brands beeinflusst messbar das Verhalten von Konsumenten, Mitarbeitenden, Investoren und der breiten Öffentlichkeit – ob diese eine Marke empfehlen, die Produkte kaufen oder beim Unternehmen arbeiten möchten. Damit steht Reputation in einem nachweisbaren Zusammenhang mit dem Markterfolg von Marken und Unternehmen.

### **Führungsverhalten und der Beitrag zur Gesellschaft entscheiden über die Markenreputation**

Die Ergebnisse der BRS bestätigen den Trend, dass sich Marken zunehmend über ihre «citizenship» und «governance» auszeichnen. Nicht über Produktwerbung, sondern über ihre Fähigkeit, Orientierung zu schaffen, zum Leben positiv beizutragen und positive Momente zu ermöglichen, stärken Marken ihr Ansehen. So haben die Marken, die im Ranking der angesehensten Marken den grössten Sprung nach vorne gemacht haben, gerade in den Reputationstreibern besonders gute Werte erzielt, die mit dem Führungsverhalten, der Unternehmenskultur und ihrem sozialen Engagement zusammenhängen.

### **Strategische Markenführung ist eine Investition in die Zukunft eines Unternehmens**

Gerade in der aktuellen Gesundheitskrise und dem damit zusammenhängenden Nachfrageschock wird sich diese Entwicklung verschärfen. Es ist nie deutlicher gewesen, in was für bewegten, polarisierten und unsicheren Zeiten wir leben. Und es ist nie wichtiger gewesen für Marken, positive Momente im Alltag zu ermöglichen und Sicherheit zu stiften. Was Brands aktuell tun, prägt die Markenbeziehung nach Corona. Der strategischen Markenführung, langfristig gedacht und geplant, kommt eine besonders wichtige Rolle zu – als erfolgskritische Investition in die Zukunft.

### **Die Marke «Lindt & Sprüngli» hat die beste Reputation in der Schweiz**

Das diesjährige Ranking der Marken mit dem höchsten Ansehen bei der Schweizer Bevölkerung führt Lindt & Sprüngli an, gefolgt von Coop (2. Platz) und LANDI (3. Platz).

Die Top 25 Marken mit der besten Reputation 2020 der Schweiz:

1	Lindt & Sprüngli	11	Jaeger-LeCoultre	21	Liebherr
2	Coop	12	Raiffeisen Schweiz	22	IKEA
3	LANDI	13	Swatch	23	Audi
4	Ricola	14	SWISS	24	Breitling
5	TCS	15	Melectronics	25	Hero
6	Migros	16	IWC Schaffhausen		
7	Rolex	17	Rivella		
8	Chocolat Frey	18	Feldschlösschen		
9	Zweifel	19	Die Mobiliar		
10	Hilti	20	Geberit		

Die Studie können Interessierte kostenlos auf der Farner-Website beziehen:

<https://www.farner.ch/brandreputationstudy2020>

**Kontakt:**

Farner Consulting AG  
Dino Demarchi, Agency Communications Manager  
Tel.: +41 44 266 67 67  
E-Mail: [dino.demarchi@farner.ch](mailto:dino.demarchi@farner.ch)

**News auf farner.ch:**

<https://www.farner.ch/news/brandreputationstudy2020/>

**Farner Consulting AG**

Farner ist die führende Agentur für Kommunikationsberatung in der Schweiz (Agentur-Ranking [www.bpra.ch](http://www.bpra.ch)). 1951 gegründet, ist die Agentur heute mit über 160 Mitarbeitenden an den Standorten Zürich, Bern, St. Gallen, Lausanne, Genf, Basel und Chiasso tätig. Mit einem umfassenden Dienstleistungsangebot deckt sie sämtliche Aspekte der Kommunikation ab, umgesetzt von interdisziplinären Kommunikationsberatern mit branchenspezifischer Expertise und dem nötigen Know-how. Farner Branding – Initiator der Brand Reputation Study – begleitet Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette der Markenführung: von der Markenentwicklung und -konzeption über die strategische Markenpositionierung bis zur kreativen Gestaltung von kraftvollen Markenerlebnissen. Als erste Schweizer Agentur überhaupt erhielt Farner dreimal die europaweit wichtigste Auszeichnung für exzellente Kommunikation: «The Holmes Report» D-A-CH-Agentur des Jahres 2012, 2015 und 2018.

**The RepTrak Company**

The RepTrak Company repräsentiert den globalen Goldstandard für Reputationsmessung, Best-Practice-Forschung und strategische Beratungsleistungen im Bereich Reputationsmanagement. The RepTrak Company unterstützt Unternehmen dabei, die Kraft ihrer Reputation als Wettbewerbsvorteil zu nutzen. Hunderte von Fortune-1000-Unternehmen rund um den Globus nutzen die RepTrak-Methodologie, um ihre Reputation zu messen und zu managen. The RepTrak Company arbeitet eng mit CEOs und dem C-Level (CMO, CCO) sowie spezialisierten Kommunikationsrollen zusammen.