

REPUTATIONSANALYSE



DER GUTE RUF IM BLICKFELD

REPUTATIONSANALYSE

«Den wahrscheinlich entscheidenden, strategischen und langfristigen Vermögensgegenstand, den ein Unternehmen besitzt, ist seine Reputation.» (Carvens/Oliver/Ramamoorti, *European Management Journal*, 2003)

Definition Reputation

Reputation ist die Wahrnehmung einer Institution durch Dritte und hat eine verhaltensrelevante Wirkung, die sich unter den Zielpersonen verbreitet. Die Reputation bezeichnet das Bild, das man in der Öffentlichkeit von einem Unternehmen hat.

Bedeutung der Medien

Der Tendenz, dass Medien Themen mit zunehmender Skandalisierung aufgreifen, stehen Unternehmen meist hilflos gegenüber. Denn wie die Medien über ein Unternehmen berichten, ist für den guten Ruf von zentraler Bedeutung. Leitmedien beeinflussen die öffentliche Meinung und bestimmen damit die Reputation. Das von den Medien konstruierte Bild eines Unternehmens beeinflusst die Handlungen der Stakeholder und damit dessen Erfolg.

Die Reputation gilt zunehmend als Schlüssel für unternehmerisches Handeln. Deshalb entwickelte ARGUS die Reputationsanalyse mit dem Ziel, die in den Medien veröffentlichte Meinung zu messen. Die Reputationsanalyse dient als strategisches Führungsinstrument und ist Teil des Reputationsmanagements eines Unternehmens.

Nutzen

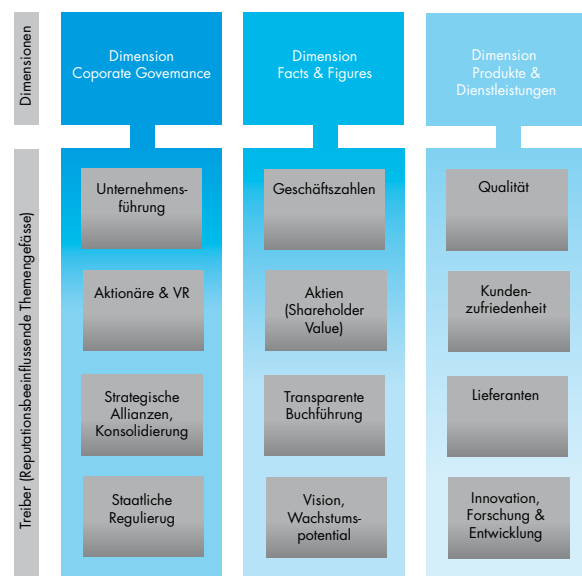
Die Reputationsanalyse von ARGUS widerspiegelt umfassend die mediale Reputation Ihres Unternehmens. Wir übernehmen die Sichtung der Berichte (Artikel) aus den relevanten Medientiteln und messen die veröffentlichte Reputation. Wenn die Analyse kontinuierlich erstellt wird, übernimmt sie eine Warnfunktion und hilft, proaktiv Massnahmen zu ergreifen und mögliche Krisen rechtzeitig zu erkennen.

Neutrale Bewertung

ARGUS übernimmt die Sichtung der Medienberichte aus der Perspektive eines durchschnittlichen und objektiven Lesers. Damit widerspiegeln wir das Bild eines Unternehmens, das ein durchschnittlicher Leser nach dem Lesen eines Artikels erhalten hat.

Von der Aussage zur Reputationsdimension

Die in den Artikeln gemachten Aussagen werden bezüglich ihrer Dominanz im Text einzeln gewichtet, bewertet und anschliessend in definierten Treibern gebündelt. Treiber sind Themengefässe, die potentiell oder aktuell für das Unternehmen relevant werden können oder es bereits schon sind. Sie werden in den Medien diskutiert und bilden Chancen oder Bedrohungen für das Unternehmen. Treiber können Themen sein wie beispielsweise die Lohnpolitik, Nachhaltigkeit, soziale Verantwortung oder emotionale Werte wie Vertrauen, Glaubwürdigkeit, Sicherheit.



Die Reputationsdimensionen sind den Treibern hierarchisch übergeordnet. Jede Dimension beinhaltet verschiedene Treiber. Zusammen zeigen sie ein

umfassendes Bild des internen und externen unternehmerischen Wirkungsfeldes.

Die Reputationsdimensionen und die Treiber werden von ARGUS im Vorfeld der Analyse zusammen mit dem Unternehmen individuell erarbeitet und definiert. In einer ersten Analyse prüft ARGUS die Wertedimensionen auf ihre Ganzheitlichkeit im Rahmen des unternehmerischen Performancemanagements.

Für eine Vergleichbarkeit ist es wichtig, dass die Reputationsdimensionen und Treiber über die ganze Zeitspanne der Analyserstellung gleich bleiben.

Reputationsindex

Die verschiedenen Gewichtungsfaktoren und Bewertungen werden in einem Index abgebildet. Dank der Indexbildung können Werte, die sich auf verschiedene Zeitpunkte beziehen, zueinander im Verhältnis dargestellt werden.

In übersichtlicher Form lässt der Gesamtreputationsindex über alle Dimensionen die Reputation eines Unternehmens in den Medien erkennen.

Medieneingrenzung

Standardmässig werden die grössten und wichtigsten Medien (Leitmedien) berücksichtigt. Die Datenbasis kann jedoch in Absprache mit ARGUS mit Medientiteln ergänzt werden, die für Ihr Unternehmen von Bedeutung sind.

Tabellen und Grafiken

Die Resultate der Analyse werden in übersichtlichen Tabellen und Grafiken dargestellt. Ein Executive Management Summary informiert über die wichtigsten Kennzahlen und verschafft einen schnellen Überblick über die entscheidenden Entwicklungen.

Übersetzung

Immer häufiger muss in einer bestimmten Konzernsprache berichtet werden. Ebenso wollen fremdsprachige Mitarbeiter auf dem Laufenden sein. Auf Wunsch übersetzt ARGUS die Analysen in verschiedene Sprachen.

Wissenschaftlicher Analyseansatz

Die Reputationsanalyse wurde von ARGUS mit Unterstützung einer grossen Schweizer Hochschule entwickelt.

Gesamtreputationsindex (GRI) pro Monat

