



NIQ GfK ***Business Reflector 2025***

Hintergrundinformationen zur
Studie und Ergebnisse

NielsenIQ



Der NIQ GfK Business Reflector ist das führende, unabhängige Ranking zur Reputation der bedeutendsten Schweizer Unternehmen und Non-Profit-Organisationen (NPO). Gemeinsam mit dem Forschungszentrum Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich wurde ein wissenschaftlich fundiertes Messinstrumentarium entwickelt, mit welchem seit neunzehn Jahren die Reputation der führenden Schweizer Unternehmen und seit acht Jahren zudem die Reputation der bekanntesten Schweizer NPO erhoben wird. Die Messung basiert auf einer repräsentativen Befragung der Schweizer Bevölkerung.

Die Studie bietet ein unabhängiges, branchenübergreifendes Ranking und ist daher ein wichtiger Gradmesser für den Erfolg eines Unternehmens. Sie zeigt auf, wo ein Unternehmen im Vergleich zu anderen führenden Unternehmen steht und wie sich die Reputation im Zeitverlauf verändert.

Neben den 50 Unternehmen und 20 Organisationen, welche im Ranking vertreten sind, kann sich jedes weitere Unternehmen und jede interessierte Organisation bei vorgängiger Anmeldung an der Studie beteiligen und sich so direkt mit den führenden Unternehmen und Organisationen der Schweiz vergleichen. Damit stellt der NIQ GfK Business Reflector für alle interessierten Unternehmen und Organisationen ein einzigartiges Reputationsbenchmarking zur Verfügung, das als Basis für das Reputationsmonitoring und Reputationsmanagement dient.



Messung der Reputation im Rahmen des NIQ GfK Business Reflector

Im NIQ GfK Business Reflector wird zunächst die **Bekanntheit** der Unternehmen auf zwei Stufen erhoben:

- 1) Allgemeine Bekanntheit (gestützte Bekanntheit des Unternehmens)
- 2) Spezifische Bekanntheit (Bekanntheit der Produkte bzw. Dienstleistungen, die das Unternehmen anbietet bzw. der Zwecke, für die sich eine Organisation engagiert)

Nur wenn auch bekannt ist, welche Produkte bzw. Dienstleistungen sich hinter einem Unternehmensnamen verbergen bzw. für welche Zwecke sich eine Organisation engagiert, können in der Folge Aussagen zur Reputation gemacht werden. Daher ist die spezifische Bekanntheit die Voraussetzung für die Beurteilung der Reputation.

Reputation ist die generelle Einschätzung eines Unternehmens oder einer Organisation und umfasst sowohl rationale, emotionale als auch sozialmoralische Bestandteile. Die Einschätzung basiert auf direkten und indirekten Erfahrungen und Kontakten mit dem Unternehmen oder der Organisation sowie auf verarbeiteten Kommunikationsbotschaften.

In zahlreichen Studien hat sich gezeigt, dass sich eine hohe Reputation positiv auf den Unternehmenserfolg auswirkt. Andererseits beeinflusst der wirtschaftliche Erfolg eines Unternehmens umgekehrt auch dessen Reputation. Im NIQ GfK Business Reflector wird der wirtschaftliche Erfolg daher als einer von mehreren Einflussfaktoren der Reputation gemessen. Daneben sind jedoch weitere, vor allem emotionale, aber auch sozialmoralische Einflussfaktoren zentral für eine hohe Reputation.

Unsere Untersuchungen zeigen, dass gerade emotionale Faktoren wie die Sympathie eines Unternehmens sehr wichtig für die Reputation sind. Können sich Personen mit einem Unternehmen identifizieren, wird auch die Reputation besser beurteilt. Dabei kommt der sozialmoralischen Verantwortlichkeit eine wesentliche Rolle zu.

Die Bevölkerung interessiert sich (wie viele andere Anspruchsgruppen auch) immer stärker dafür, ob ein Unternehmen sich seiner gesellschaftlichen, ökonomischen und ökologischen Verantwortung bewusst ist. Themen wie Arbeitsplatzsicherung am Standort Schweiz, faire Lieferketten und attraktive Arbeitsbedingungen, Klimaschutz und verantwortungsbewusster Umgang mit natürlichen Ressourcen stehen unter Beobachtung und werden öffentlich in sozialen und traditionellen Medien diskutiert. Deshalb beleuchtet der NIQ GfK Business Reflector neben dem Erfüllen wirtschaftlicher Erwartungen auch die emotionale Wertschätzung sowie das Erfüllen sozialmoralischer Erwartungen.

Die Reputation wird anhand der folgenden Kriterien gemessen:

Rationale Wertschätzung

Erfüllen von Leistungserwartungen

- Ansehen als Topunternehmen/ Toporganisation
- (wirtschaftlich) erfolgreich
- Qualität des Angebots bzw. der Leistungen

Emotionale Wertschätzung

Pflege eines unverwechselbaren Profils

- Identifikation mit dem Unternehmen/ der Organisation
- Einzigartigkeit
- Sympathie des Unternehmens/ der Organisation

Sozialmoralische Wertschätzung

Erfüllen sozialmoralischer Erwartungen

- Soziale Nachhaltigkeit
- Ökologische Nachhaltigkeit
- Wirtschaftliche Nachhaltigkeit

Aus den drei Dimensionen «rationale Wertschätzung», «emotionale Wertschätzung» und «sozialmoralische Wertschätzung» wird ein **Reputationsindex** gebildet, der die zentrale Kennzahl für das NIQ GfK Business Reflector Ranking darstellt.

Studiensteckbrief

Im Januar und Februar wurden 3'800 Personen zwischen 16 und 69 Jahren in der Deutsch- und Westschweiz mittels einer repräsentativen Online-Befragung zu Bekanntheit und Reputation der führenden Schweizer Unternehmen und NPOs befragt. Für Unternehmen wurde zudem die Attraktivität als Arbeitgeber bewertet.

NIQ GfK erfasst zur Bildung des jährlichen Rankings eine Kerngruppe von Unternehmen, die so genannte Benchmark-Gruppe. Diese umfasst die 50 bedeutendsten Schweizer Unternehmen und wird nach folgenden Kriterien zusammengestellt: alle 20 SMI Titel, die grössten Schweizer Arbeitgeber sowie die bekanntesten Unternehmen. Von den SMI Titeln sowie den grössten Arbeitgebern können nur jene berücksichtigt werden, die in der Schweizer Bevölkerung hinreichend gut bekannt sind. Unternehmen, welche in der Bevölkerung nicht oder kaum bekannt sind, können von den teilnehmenden Personen auch nicht sinnvoll hinsichtlich ihrer Reputation beurteilt werden.

Benchmark-Gruppe Unternehmen 2025	
ABB	Migros
Alcon	Nespresso
AMAG	Nestlé
AXA	Novartis
Baloise	Raiffeisenbank
Bell	Richemont
Coop	Ricola
Denner	Rivella
Die Mobiliar	Roche
Die Schweizerische Post	Rolex
Digitec Galaxus (neu)	Schweizerische Bundesbahnen SBB
Fust (neu)	Securitas
Geberit	Sika
Givaudan	Sonova
Hirslanden	SRG SSR
Holcim	Suva
Interdiscount	Swatch Group
Jumbo	Swiss International Airlines
Kantonalbanken	Swiss Life
Kühne & Nagel	Swiss Re
Landi	Swisscom
Lindt & Sprüngli	Twint
Logitech	UBS
Lonza	Zurich Versicherung
Manor	Zweifel

Daneben werden die 20 bekanntesten Schweizer Non-Profit-Organisationen in die Studie einbezogen.

Benchmark-Gruppe Non-Profit-Organisationen 2025
Ärzte ohne Grenzen
Bio Suisse
Caritas Schweiz
EXIT
Fairtrade Max Havelaar
Glückskette
Greenpeace Schweiz
Heilsarmee Schweiz
Krebsliga
Pro Juventute
Pro Natura
Pro Senectute
Rega
Schweizer Berghilfe (neu)
Schweizer Paraplegiker Stiftung
Schweizerisches Rotes Kreuz
Spitex Schweiz
Touring Club Schweiz (TCS)
Unicef Schweiz und Liechtenstein
WWF Schweiz

Studienergebnisse 2025

Top 10 Reputation Unternehmen

Twint führt das zweite Mal in Folge das Reputationsranking an. Das Unternehmen wird als absolutes Top-Unternehmen gesehen, das bessere Leistungen anbietet als andere Unternehmen der Branche und sich positiv abhebt. Es ist auch das Unternehmen, mit dem sich die Schweizer am meisten identifizieren können. Insbesondere Frauen und junge Personen unter 30 Jahren bewerten das Unternehmen sehr gut.

Auf dem zweiten Rang liegt erneut Zweifel, welches ebenfalls als absolutes Topunternehmen mit hervorragenden Produkten gesehen wird, insbesondere in der Deutschschweiz und von den jüngeren Konsumenten.

Auf Rang 3 folgt in diesem Jahr Ricola, die sich um einen Rang verbessern konnten. Das Unternehmen verdankt seinen Erfolg vor allem den Männern, die das Unternehmen am besten bewerten. Die Migros rutscht auf Rang 4 ab. Sie büsst insbesondere hinsichtlich des wahrgenommenen wirtschaftlichen Erfolgs ein.

Auf Rang 5 folgt Lindt & Sprüngli, die sich um vier Ränge verbessern konnte. Coop, auf Rang 6, konnte zwei Ränge gutmachen. Das Unternehmen wird insbesondere von jungen Personen unter 30 Jahren sehr gut beurteilt. Auf dem siebten Rang liegt Digitec Galaxus, ein Unternehmen, das aufgrund der gestiegenen Bekanntheit in diesem Jahr erstmals zu den 50 bedeutendsten Unternehmen der Schweiz gehört. Auf Rang 8 liegen die Kantonalbanken, die sich um 5 Ränge verbessern konnten. Die SBB haben vier Ränge verloren und liegen auf Rang 9, sind aber das Unternehmen, welches die besten Werte hinsichtlich der ökologischen Nachhaltigkeit erzielt. Geberit liegt unverändert auf Rang 10.

Top 10 Reputation Unternehmen

- | | |
|-----|---------------------------------|
| 1. | Twint |
| 2. | Zweifel |
| 3. | Ricola |
| 4. | Migros |
| 5. | Lindt & Sprüngli |
| 6. | Coop |
| 7. | Digitec Galaxus |
| 8. | Kantonalbanken |
| 9. | Schweizerische Bundesbahnen SBB |
| 10. | Geberit |

Demographische Unterschiede im Ranking

Twint erzielt in der Westschweiz, bei den Frauen und den jüngeren Personen unter 30 Jahren besonders gute Werte. Auch Zweifel wird von den jungen Personen besonders gut bewertet und erzielt, ebenso wie Ricola, in der Deutschschweiz bessere Reputationswerte als in der Westschweiz.

In der Westschweiz kann sich daher die Migros als zweitbestes Unternehmen behaupten, gefolgt von Lindt & Sprüngli auf Rang 3. Auch schaffen es hier Rolex, Nespresso und Logitech in die Top 10, wohingegen Digitec Galaxus, Geberit und die SBB für die Westschweizer nicht zu den zehn besten Unternehmen gehören.

Für die Frauen liegt die Migros noch knapp vor Ricola auf dem dritten Rang. Auch gehört für sie die Landi in die Top 10. Männer hingegen bewerten Ricola am besten, gefolgt von Zweifel, der Migros und erst auf dem vierten Rang Twint. Auch gehören für sie die Mobiliar sowie Logitech zu den zehn besten Unternehmen, die SBB und Geberit hingegen nicht.

Junge Personen unter 30 Jahren geben Twint absolute Topwerte und beurteilen auch Zweifel, Coop und Migros sehr gut. Bei den älteren Personen über 50 Jahren führen Ricola, Zweifel und Lindt & Sprüngli das Ranking an. Auch gehören für sie die Landi, die Mobiliar, Nespresso und die Raiffeisenbank zu den zehn besten Unternehmen.

Bei den Non-Profit-Organisationen führt zum achten Mal in Folge die Schweizerische Rettungsflugwacht Rega das Ranking an, gefolgt von der Schweizer Paraplegiker-Stiftung und dem Schweizerischen Roten Kreuz. Somit hat es auf den ersten drei Rängen keine Veränderung zum Vorjahr gegeben. Auf den weiteren Rängen folgen Ärzte ohne Grenzen, Spitex Schweiz, Fairtrade Max Havelaar sowie der WWF Schweiz, der sich um drei Ränge verbessern konnte. Auf Rang 8 liegt unverändert die Krebsliga, gefolgt von der Schweizer Berghilfe und Bio Suisse.

Top 10 Reputation Non-Profit-Organisationen

1. Rega
2. Schweizer Paraplegiker Stiftung
3. Schweizerisches Rotes Kreuz
4. Ärzte ohne Grenzen
5. Spitex Schweiz
6. Fairtrade Max Havelaar
7. WWF Schweiz
8. Krebsliga
9. Schweizer Berghilfe
10. Bio Suisse

NIQ GfK Reputationsforschung

Der NIQ GfK Business Reflector zeigt den aktuellen Stand bezüglich Bekanntheit, Reputation und Attraktivität als Arbeitgeber auf und liefert damit Vergleichswerte und Hinweise darauf, ob und wo Handlungsbedarf besteht. NIQ GfK unterstützt interessierte Unternehmen bei der Ableitung konkreter Massnahmen zur Reputationssteigerung. Mit innovativen und validierten Forschungsansätzen werden konkrete Handlungsempfehlungen für die Stärkung von Markenbeziehungen und Reputation abgeleitet.

Die vollständigen Resultate zum NIQ GfK Business Reflector 2025 können Sie unter businessreflector@smb.nielseniq.com bestellen.

Ihre Kontakte



Dr. Anja Reimer

NIQ GfK

anja.reimer@nielseniq.com



Verona Klug

NIQ GfK

verona.klug@nielseniq.com

NielsenIQ



© 2025 Nielsen Consumer LLC. All rights reserved.

Über NIQ

NIQ ist ein weltweit führendes Consumer Intelligence Unternehmen, das ein umfassendes Verständnis des Kaufverhaltens von Verbrauchern liefert und neue Wege zum Wachstum aufzeigt. Im Jahr 2023 schlossen sich NIQ und GfK zusammen, zwei Branchenführer mit beispielloser globaler Reichweite. NIQ ist in mehr als 90 Ländern tätig und deckt rund 85 Prozent der Weltbevölkerung sowie über 7,2 Billionen US-Dollar an globalen Verbraucherausgaben ab. Mit einer ganzheitlichen Betrachtung des Einzelhandels und den umfassendsten Einblicken in das Konsumverhalten, die mittels fortgeschrittener Analysen über hochmoderne Plattformen geliefert werden, bietet NIQ das Gesamtbild — the Full View™.

Weitere Informationen finden Sie unter niq.com/de