

19. Juli 2010 15:04; Akt: 19.07.2010 18:25

Zurück zu den nationalen Heiligtümern

Zurück zu den nationalen Heiligtümern

von Othmar Bamert - Die Migros ist das beliebteste Schweizer Unternehmen. In unsicheren Zeiten sind traditionelle Schweizer Werte gefragt. Am Schluss der Skala: die UBS.



Gemäss der Studie «Business Reflector 2010» des Marktforschungsinstituts GfK Switzerland ist die Migros das beliebteste von 50 führenden Schweizer Unternehmen. Mit dem «Rückzug aufs Überschaubare, Regionale», umschreibt Mario Schranz,

Mitautor der Studie, die Resultate. Die Leute suchen in unsicheren Zeiten die Sicherheit von traditionellen Schweizer Werten. Sie gehen wieder wandern in den Alpen, besuchen Schwingfeste und belegen Alphornblaskurse. Und sie schätzen Schweizer Traditionsunternehmen.

Die Reputationsstudie

Für die Studie führt das Institut GfK jährlich über 3'400 Online-Befragungen durch. Dabei werden unter anderem Aspekte wie Image, Bekanntheit, Qualität, Innovation, emotionale Komponenten und Nachhaltigkeit untersucht. Seit 2009 wird eine Kerngruppe von 50 führenden Schweizer Unternehmen jährlich abgefragt. Die Auswahl erfolgt nach folgenden Kriterien: Die wichtigsten Schweizer Branchen entsprechend ihrer Bruttowertschöpfung, die grössten Schweizer Arbeitgeber sowie alle 20 SMI-Titel.

Das glaubt auch **Detailhandelsexperte Gotthard F. Wangler**. In der Wahrnehmung der Öffentlichkeit gebe es nichts Schweizerischeres als die Migros, so Wangler. «Denn wie die Schweiz ist auch die Migros föderalistisch und 'urdemokratisch' organisiert», so der Experte.

Zudem werde gewöhnlich impliziert, das Schweizerischste sei auch das Beste, so **Wangler**. Mit der Realität habe dies allerdings wenig zu tun: «Coop ist viel aggressiver und dynamischer», meint er. Allerdings werde die demokratische Behändigkeit der Migros möglicherweise gerade deshalb so positiv aufgenommen.

Schokolade, Schokolade, Regionalbanken

Schweizer Werte sind also so gefragt wie lange nicht mehr. Das zeigt auch ein Blick auf die anderen Vertreter der Beliebtheitsskala. Platz zwei hinter der Migros belegt mit der Swatch Group eine weitere nationale Ikone, mit der der kürzlich verstorbene Gründer Nicolas G. Hayek praktisch im Alleingang die Schweizer Uhrenindustrie vor dem Aussterben rettete.

Auf Rang drei folgt mit Lindt & Sprüngli der erste Vertreter des Klischees der Schokoladenschweiz. Etwas weniger überzeugen konnten zwei weitere National-symbole. Während die SBB und die Post im Krisenjahr 2009 von der «Krisen-resistenz» eines halbstaatlichen Unternehmens profitieren konnten, so die Studienautoren, verloren sie in diesem Jahr wieder an Reputation. Die SBB liegt neu auf Rang 12 (2009: 7), die Post auf Rang 22 (2009: 14).

Grossbanken am hinteren Ende

Weit vorne platzieren sich dagegen Raiffeisen-Banken (Rang 4) und die Kantonalbanken (8), die für konservative Geschäftspolitik stehen. Im Gegensatz zu den Schweizer Grossbanken, welche weiterhin die hinteren Plätze belegen. So verbesserte sich die CS zwar leicht vom 49. auf den 44. Rang.

Aber die UBS bleibt auf dem letzten Platz. Was zeigt: Bescheidenheit bleibt in.