



Studiendokumentation: Medienreputation von Bau- und Immobilienunternehmen in der Schweiz 2025

Benchmarkstudie | Juli 2025

Benchmarkstudie

Medienreputation der
Bau- und Immobilienbranche
in der Schweiz 2025

“

*Diese KI-unterstützte Studie gibt einen
präzisen Einblick in die
mediale Reputation von
38 bedeutenden Branchenunternehmen
in drei Kategorien.*

”



Über diese Studie

Medien spielen eine zentrale Rolle bei der Meinungsbildung über Unternehmen in der Öffentlichkeit. Sie vermitteln Informationen zu Aktivitäten, Entscheidungen, Erfolgen oder Skandalen einer Firma, prägen mit ihrem Framing die Interpretation der Nachrichten und fungieren als Meinungsmultiplikator.

Die vorliegende, mittels Künstlicher Intelligenz durchgeführte Reputationsstudie untersucht die medienbasierte Reputation von 38 führenden Unternehmen der Bau- und Immobilienbranche und analysiert, wie diese in der nationalen Berichterstattung wahrgenommen werden.

Als grösste Studie ihrer Art bietet sie einen einzigartigen Einblick in die mediale Präsenz und das öffentliche Image der Schweizer Bau- und Immobilienunternehmen.

Die Medienabdeckung umfasst dabei alle wichtigen Schweizer Nachrichtenquellen und schliesst sowohl Paywall-Artikel als auch Printbeiträge ein. **Durch den Einsatz innovativer KI-Methoden werden reputationsrelevante Themen und deren Tonalität identifiziert** und präzise den Unternehmen und Reputationsdimensionen zugeordnet.

Zur Berechnung der Reputationswerte werden zudem die Reichweiten und die Bedeutung der jeweiligen Medienquellen berücksichtigt.

So entsteht ein genaues und realistisches Bild der medialen Reputation der analysierten Unternehmen.

Um den unterschiedlichen Ausrichtungen der analysierten Unternehmen gerecht zu werden, wurden für die Studie **drei Kategorien gebildet:**

1. Bauunternehmen / GU / Immobilienentwickler
2. Immobilienverwaltung und -bewirtschaftung
3. Immobiliengesellschaften

Diese Kategorisierung ermöglicht eine bessere Einordnung und sinnvolle Vergleiche der Reputationswerte der Unternehmen.

Einige Highlights der Studie werden veröffentlicht, die **Ergebnisse mit den detaillierten Werten der einzelnen Unternehmen** sind in Form von individuell aufbereiteten Studienreports verfügbar.

Das Konzept dieser Benchmarkstudie **kombiniert dabei eine gemeinschaftliche Datenerhebung und -analyse mit einer individuellen Berichtslegung.**

In der Studie beinhaltete Unternehmen

“

*20 Bauunternehmen,
acht Immobilienverwaltungen und
zehn Immobiliengesellschaften wurden
in separaten Kategorien ausgewertet.
So lassen sich die Ergebnisse richtig
einordnen und sinnvoll vergleichen.*

”



Die Unternehmen in den drei Kategorien

1

Bauunternehmen/GU/ Immobilienentwickler

- Alfred Müller
- Anliker
- Cellere
- Eberhard
- Eiffage Suisse
- ERNE
- Frutiger
- GLB Genossenschaft
- Halter AG
- HRS Real Estate
- Implenia
- KIBAG
- Losinger Marazzi
- Marti
- Orllati
- PORR Schweiz
- Schmid
- SENN
- Strabag
- Walo Bertschinger

2

Immobilienverwaltung und -bewirtschaftung

- Avobis
- Bernard Nicod SA
- CBRE Schweiz
- CSL Immobilien AG
- JLL Schweiz
- Livit
- Naef SA
- Wincasa

3

Immobilien-gesellschaften

- Allreal
- Fortimo
- Fundamenta Real Estate
- HIAG Immobilien
- Intershop
- Mobimo
- Pensimo
- PSP Swiss Property
- SFP Swiss Finance & Property Group
- SPS Swiss Prime Site

Etabliertes Reputationsmodell

“

Die Studie ermittelt für jedes Unternehmen die präzisen Reputationswerte in den einzelnen Dimensionen. So wird die medienbasierte Reputation transparent und mit Kennzahlen verständlich.

”



Sechs Dimensionen, die den guten Ruf bilden



Das Reputationsmodell der swissreputation.group stützt sich auf etablierte Frameworks der Unternehmensreputation und reflektiert durch die Einbindung aktueller ESG-Kriterien die neuesten Entwicklungen und Ansprüche an Unternehmen in

der Öffentlichkeit. Die Auswahl der Dimensionen spiegelt dabei sowohl empirische Befunde zur Relevanz verschiedener Reputationsfaktoren als auch aktuelle Trends wider. Die Reputationswerte werden in einem Score von 0-100 abgebildet.

Datenbasis und Methodik 1/2

“

Vollständige Medienquellen und der Fokus auf qualifizierte, journalistische Inhalte gewährleisten bestmögliche Relevanz der Analyseinhalte.

”



Umfassende und qualifizierte Datenbasis

Grundlage für die Studie bildet die **gesamte Schweizer Medienlandschaft für Online- und Printmedien** (Tagespresse, Nachrichtenportale, Fachmagazine, Publikumszeitschriften, usw.) mit insgesamt ca. 3'800 Medienquellen in deutscher, französischer und italienischer Sprache.

Aus diesen Quellen wurden **über einen Zeitraum von 12 Monaten** (1. Juni 2024 bis 31. Mai 2025) sämtliche Beiträge herausgefiltert, in denen die definierten Unternehmen erwähnt wurden.

Für die Reputationsanalyse wurden dabei **ausschliesslich «Earned Media»-Beiträge** ausgewählt, Artikel also aus der redaktionellen Medienberichterstattung, ohne bezahlte Werbung. Neben den frei zugänglichen Inhalten sind **auch Paywall-Artikel sowie Beiträge aus Printmedien beinhaltet**.

Beiträge ohne reputationsrelevante Aussagen über die Unternehmen wurden im Vorfeld aussortiert und nicht in die Analysen einbezogen.

Ebenfalls ausgeschlossen wurden Kurzaussagen zum aktuellen Börsengeschehen, Einträge in Börsenkurstabellen sowie Tickermeldungen oder Nennungen in amtlichen Publikationen.



Neuartige KI-basierte Analysemethodik

Auf der Grundlage sämtlicher Medienbeiträge, in denen die ausgewählten Unternehmen erwähnt wurden, **übernimmt ein hochentwickeltes, KI-basiertes Verfahren die zentralen Analyseaufgaben**.

Dieses umfasst die Erkennung der Thematik, die Bewertung der Tonalität der Aussagen sowie die Zuordnung zu den sechs Reputationsdimensionen.

Datenbasis und Methodik 2/2

“

Mit Unterstützung von Künstlicher Intelligenz werden Themen und Tonalität erkannt und korrekt zugeordnet. Die Berücksichtigung von Reichweite und Bedeutung der einzelnen Medien gewährleisten eine hohe Aussagekraft der Ergebnisse.

”

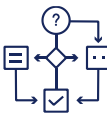
Prozess



Tokenisierung
Zerlegen der Texte in verarbeitbare Einheiten



Modellanwendung
Relevanzprüfung der Unternehmensnennungen und Kategorisierung nach ihrem Stellenwert im Text



Zuordnung Reputationsdimensionen
Identifizierung relevanter Textstellen zu spezifischen Aspekten der Reputationsdimensionen



Kontextbewertung
Bestimmung der genauen Tonalität dieser Passagen

Für die Berechnung der Reputationswerte werden die **Anzahl Beiträge, die Tonalität sowie die Reichweite und Bedeutung** der einzelnen Medienquellen berücksichtigt.

Das Unternehmen, das in einer Reputationsdimension den besten Wert erzielt, erhält den **normierten Reputationsscore von 100**. Die Werte der anderen Unternehmen orientieren sich an diesem Unternehmen, sind also **stets im Verhältnis zu den anderen Firmen zu betrachten**.

Zur Berechnung des Gesamtscores eines Unternehmens wird das Mittel aus den addierten Werten der einzelnen Dimensionen gebildet.

Rang	Unternehmen	Products & Services	Innovation	Economic Performance	Management & Leadership	Workplace	ESG & Sustainability
1	Firma 1	88	100	100	89	91	79
2	Firma 2	60	79	99	100	72	100
3	Firma 3	100	98	45	34	78	65
4	Firma 4	62	85	61	49	84	75
5	Firma 5	54	88	74	35	62	43
6	Firma 6	45	52	82	61	63	52
7	Firma 7	50	68	75	55	57	48
8	Firma 8	51	39	44	43	100	55
9	Firma 9	37	49	37	37	58	54
10	Firma 10	39	5	35	65	56	49

Farbliche Darstellung der Reputationsscores innerhalb der Reputationsdimensionen

Studienangebote

Die Studienberichte sind für diese drei Kategorien erhältlich:



1
**Bauunternehmen/GU/
Immobilienentwickler
(20 Unternehmen)**



2
**Immobilienverwaltung
und -bewirtschaftung
(8 Unternehmen)**



3
**Immobilien Gesellschaften
(10 Unternehmen)**

Die Studienergebnisse sind in drei Reportvarianten verfügbar, die sich bezüglich Datentiefe, Individualisierung und Beratungsanteil unterscheiden

SUMMARY REPORT



Inhalt:

Die kompakte Übersicht mit den wichtigen Kennzahlen der Kategorie.

- 1** CHF 1'500.- zzgl. MWST
2 **3** CHF 1'200.- zzgl. MWST

- Reputationswerte Ihres Unternehmens
- Medienpräsenz in den Reputationsdimensionen
- Tonalitätssaldo und Share of Voice
- Tonalitäts- und Präsenz-Matrix
- Reputationsranking aller Unternehmen der Kategorie
- Anzahl Artikel und Reichweite aller Unternehmen
- Verteilung der Tonalität und Tonalitätssaldo aller Unternehmen

Die Werte sind jeweils für Ihr Unternehmen im Vergleich zum Benchmark (Ø der Kategorie) ersichtlich.

INSIGHT REPORT



Inhalt:

Fundierte Analyse der Kategorie mit tiefen Einblicken in die Reputationsdimensionen.

- 1** CHF 3'600.- zzgl. MWST
2 **3** CHF 2'900.- zzgl. MWST

Inhalt des Summary Report plus

- Verteilung der Artikel nach Medienquellen
- Medienpräsenz aller Unternehmen in den sechs Reputationsdimensionen
- Reputationswerte in den sechs Dimensionen
- Detailauswertung der sechs Reputationsdimensionen (Einzelwerte, Artikel, Reichweite und Tonalitätssaldo)

Die Werte sind jeweils für alle Unternehmen ersichtlich.

STRATEGIE REPORT



Inhalt:

Umfassender Bericht, individuell kommentiert, mit Handlungsempfehlungen und Präsentation.

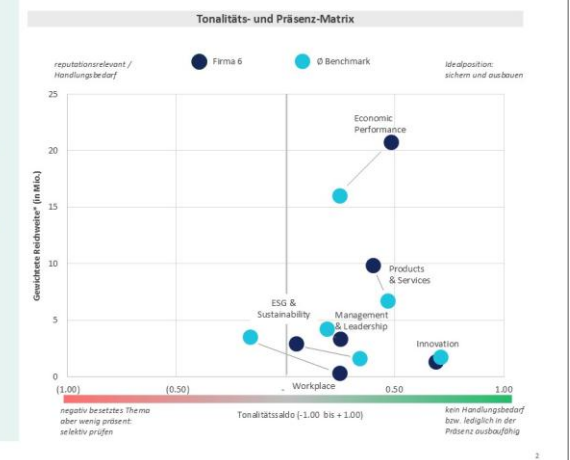
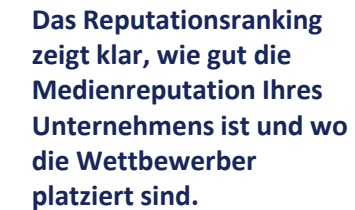
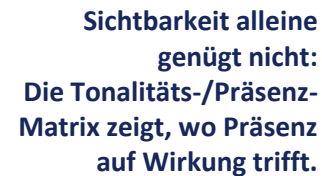
- 1** CHF 4'800.- zzgl. MWST
2 **3** CHF 3'900.- zzgl. MWST

Inhalt des Insight Report plus

- Individuelle Kommentierung
- Medienthemen und -präsenz Ihres Unternehmens pro Dimension im Zeitverlauf
- Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen
- Präsentation der Ergebnisse und Beratung zum Reputationsmanagement

“

*Die kundenindividuell aufbereiteten
Berichte geben genaue Einblicke in die
Medienperformance Ihres
Unternehmens im Vergleich zu den
Wettbewerbern. Sie optimieren Ihre
Medienarbeit und erzielen grösseren
Impact.*



Ist Ihr Unternehmen in allen Themenbereichen präsent, die für eine starke Reputation wesentlich sind? Die KI-Analysen werten Ihre Medienpräsenz präzise aus.

Studienherausgeber

“

*Führende Spezialisten im
datengestützten
Reputationsmanagement und in
Medienmonitoring und -analyse.*

”



Die swissreputation.group mit Sitz in Zürich ist ein führendes Beratungsunternehmen für datengesteuertes Reputationsmanagement.

Mit präzisen Messungen und fundierten Analysen liefert das Unternehmen die Insights, die für ein wirkungsvolles Reputationsmanagement zählen. Die Beratungsleistungen übersetzen Analyse-Erkenntnisse in Strategien und Massnahmen mit messbarem Impact.

Die Leistungen richten sich an die Unternehmensleitung und insbesondere an Verantwortliche in Corporate Communications, Strategie, Business Development, Human Resources und Nachhaltigkeit/ESG.

Kontakt:
Lukas Zihlmann, Geschäftsführer
lz@swissreputation.group

www.swissreputation.group



pressrelations ist ein führender Dienstleister für Medienbeobachtung und -analyse. Neben dem 360-Grad-Kundenportal NewsRadar® bietet pressrelations massgeschneiderte Reporting-Formate, skalierbare Newsroom-Lösungen sowie die vom DPOK ausgezeichnete Analysemethode FirstSignals® zur Trendfrüherkennung.

Das Unternehmen verbindet innovative Technologie mit der Expertise von News Managern und bietet seinen Kunden praxisnahe Insights und Handlungsempfehlungen zur Planung, Steuerung und Evaluation ihrer Kommunikationsarbeit.

Kontakt:
Katrin Frei, Geschäftsführerin
katrin.frei@pressrelations.ch

www.pressrelations.ch

swissreputation.group GmbH
Waaggasse 5
8001 Zürich
+41 44 500 22 05
welcome@swissreputation.group
www.swissreputation.group

pressrelations Schweiz AG
Riedenmatt 1
6370 Stans
+41 41 531 22 15
mail@pressrelations.ch
www.pressrelations.ch

Mitglieder von:



COM IMPACT

Die Schweizer
CommTech-Initiative