



Medienreputation von Bau- und Immobilien- unternehmen in der Schweiz 2026.

Studiendokumentation

Benchmarkstudie | Juli 2026

Highlights

Medienreputation der
Bau- und Immobilienunternehmen
in der Schweiz 2026.

“

*Diese Unternehmen haben in Sachen
Medienpräsenz, Medienreputation und
Tonalität der Berichterstattung am
besten abgeschnitten.*

”

TOP 3 BAUUNTERNEHMEN/GU/ENTWICKLER 2026

	PRÄSENZ	REPUTATION	TONALITÄT
1.	Implenia	Implenia	ERNE
2.	Halter	ERNE	Implenia
3.	HRS Real Estate	KIBAG	Schmid

TOP 3 IMMOBILIENBEWIRTSCHAFTER 2026

	PRÄSENZ	REPUTATION	TONALITÄT
1.	Wincasa	Wincasa	Wincasa
2.	CBRE Schweiz	Privera	Livit
3.	JLL Schweiz	Naef SA	Privera

TOP 3 IMMOBILIENGESELLSCHAFTEN 2026

	PRÄSENZ	REPUTATION	TONALITÄT
1.	SPS	SPS	Investis
2.	Mobimo	Mobimo	Züblin
3.	PSP	HIAG	Intershop

Benchmarkstudie

Medienreputation der Bau- und Immobilienunternehmen in der Schweiz 2026.



Über diese Studie

Medien spielen eine zentrale Rolle bei der Meinungsbildung über Bau- und Immobilienunternehmen in der Öffentlichkeit. Sie vermitteln Informationen zu Aktivitäten, Entscheidungen, Erfolgen oder kritischen Themen, prägen mit ihrem Framing die Interpretation der Nachrichten und fungieren als Meinungsmultiplikator.

Die Auswirkungen einer guten Medienreputation sind weitreichend:

- Sie **schaftt Vertrauen** bei Politik, Behörden und Bevölkerung
- Sie stärkt die **Attraktivität als Arbeitgeber**
- Sie hat Einfluss auf **Investoren und Stakeholder**
- Sie prägt das **Standortimage** und die **politischen Rahmenbedingungen**
- Sie legt die Basis für eine **positive Wahrnehmung in KI-Tools** wie ChatGPT, da journalistische Inhalte hoch gewichtet werden

Die vorliegende, durch Künstliche Intelligenz unterstützte Reputationsstudie untersucht die medienbasierte Reputation von 40 führenden Branchenunternehmen und analysiert, wie diese in der nationalen Berichterstattung wahrgenommen werden.

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.

Die Ergebnisse mit den detaillierten Werten der einzelnen Unternehmen sind in **individuell aufbereiteten Studienberichten** in drei Kategorien verfügbar:

- **Bauunternehmen / GU / Immobilienentwickler**
- **Immobilienverwaltung und -bewirtschaftung**
- **Immobilien Gesellschaften**

Auswertungszeitraum:

1. Juni 2025 bis 31. Mai 2026 (12 Monate)

In der Studie beinhaltete Unternehmen

“

*20 Bauunternehmen,
acht Immobilienbewirtschafter und
zwölf 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
- Bouygues Construction
- Cellere
- Eberhard
- ERNE
- Frutiger
- GLB Genossenschaft
- Halter AG
- HRS Real Estate
- Implenla
- KIBAG
- Losinger Marazzi
- Marti
- Orllati
- PORR Schweiz
- Schmid
- SENN
- Strabag
- Walo Bertschinger

2

Immobilienverwaltung und -bewirtschaftung

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

3

Immobilien­gesellschaften

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

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 Beiträge 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 2025 bis 31. Mai 2026) 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.

”

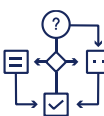
Prozess



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

So erhalten Sie Ihren individuellen Studienbericht:

1. Wählen Sie die gewünschte Kategorie* aus und senden Sie uns Ihre Bestellung.
2. Wir erstellen Ihren Bericht innerhalb von zwei Wochen.
3. Sie erhalten Ihren Studienbericht plus eine einstündige Ergebnispräsentation mit Empfehlungen.

Bestellungen und Fragen gerne an:
welcome@swissreputation.group

** Wenn Sie eine andere Zusammenstellung der ausgewerteten Unternehmen wünschen, kommen Sie bitte für eine individuelle Lösung auf uns zu.*

Die Detailergebnisse erhalten Sie in ausführlichen, kommentierten Chartberichten, die für jeden Kunden individuell aufbereitet werden.

STUDIENBERICHTE

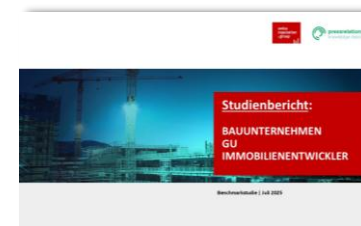
Medienreputation von Bau- und Immobilienunternehmen in der Schweiz 2026.

Berichtsumfang jeweils ca. 45 Seiten, kundenindividuell aufbereitet.

Inhalt:

- Management Summary für Ihr Unternehmen
- Reputationsranking aller Unternehmen der Kategorie
- Medienpräsenz und Reichweite in den sechs Reputationsdimensionen
- Tonalitätswerte und Share of Voice
- Tonalitäts- und Präsenz-Matrix
- Detailauswertung der sechs Reputationsdimensionen (Reputationswerte, Artikel, Reichweite und Tonalitätssaldo)
- Medienthemen und -präsenz Ihres Unternehmens im Zeitverlauf
- Individuelle Kommentierung
- Handlungsempfehlungen
- Präsentation der Ergebnisse und Beratung zum Reputationsmanagement

Die Studienberichte sind für diese drei Kategorien erhältlich:



1

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

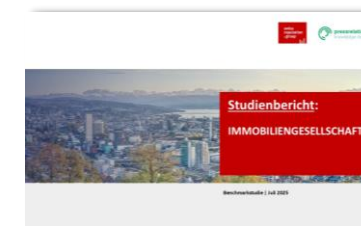
CHF 4'800.- zzgl. MWST



2

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

CHF 3'900.- zzgl. MWST



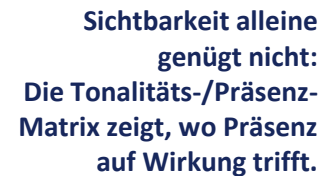
3

**Immobilien Gesellschaften
(12 Unternehmen)**

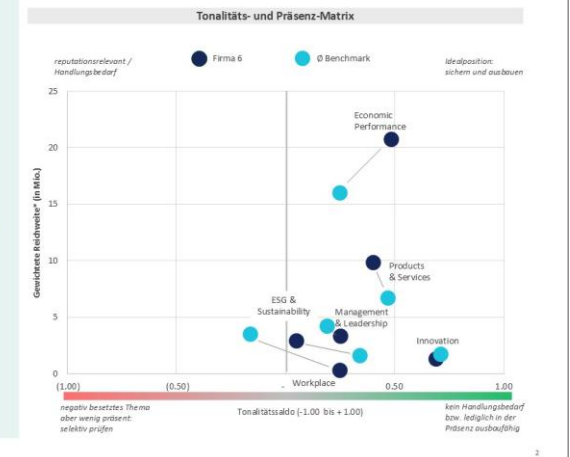
CHF 3'900.- zzgl. MWST

“

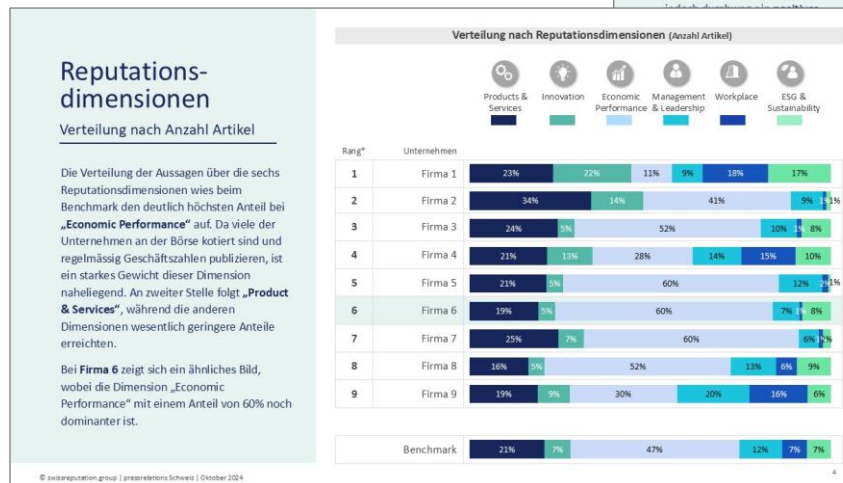
*Die kundenindividuell aufbereiteten
Berichte geben genaue Einblicke in die
Medienperformance Ihres
Unternehmens im Vergleich zu den
Wettbewerbern. Sie optimieren Ihre
Medienarbeit und erzielen
mehr Wirkung.*



Die anderen fünf Dimensionen weisen eine deutlich geringere Präsenz auf, erzielen



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

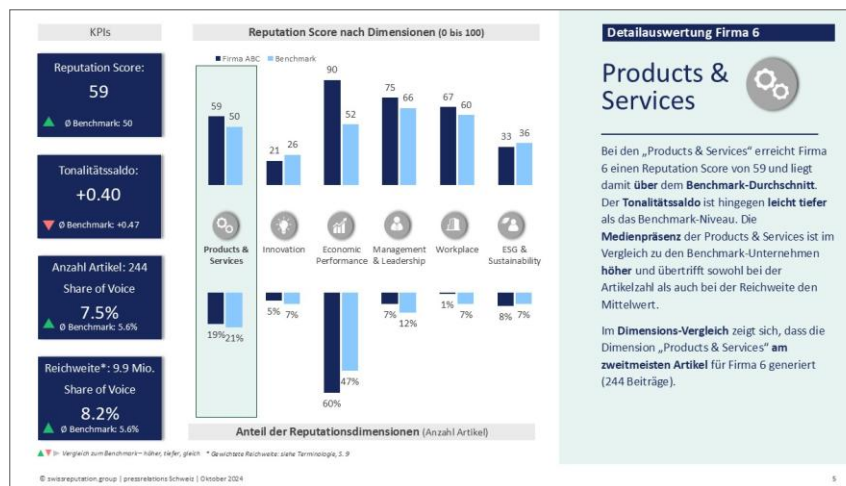


Berichtsauszüge 2/2

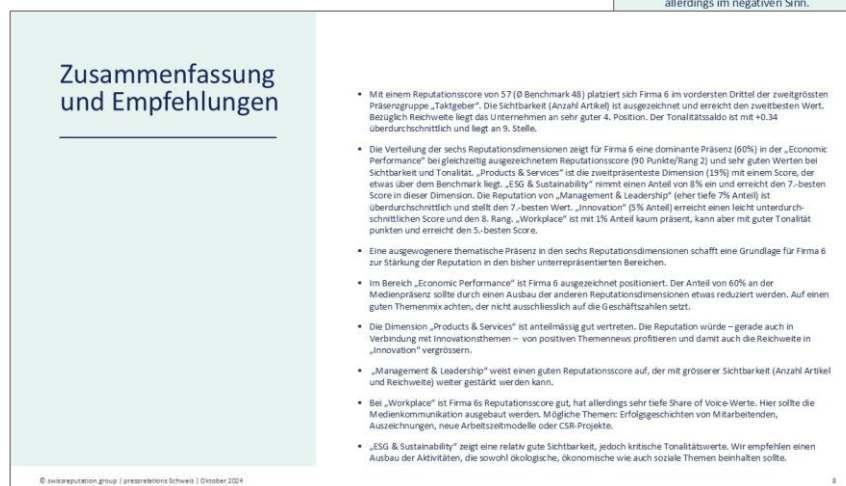
“

Eine thematisch und im Branchenkontext gut abgestimmte Medienstrategie legt eine perfekte Basis für eine verbesserte Medienreputation, die mehr Vertrauen in der Öffentlichkeit und bei weiteren Stakeholdern schafft.

”



Sie erkennen die Zusammenhänge zwischen Artikelzahl, Reichweite und Tonalität und können so Ihre Medienstrategie anpassen.



Klare Kennzahlen zeigen, wie über Ihr Unternehmen in den Medien berichtet wird – quantitativ und qualitativ.



Kein Standardbericht: Wir bereiten jeden Kundenbericht individuell auf und stimmen die Findings und Empfehlungen auf Ihre Unternehmenssituation ab.

Studienherausgeber

“

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

”



Die swissreputation.group ist ein führendes Beratungsunternehmen für evidenzbasiertes Reputationsmanagement.

Mit präzisen Messungen, fundierten Analysen und strategischer Beratung liefert das Unternehmen die Grundlagen für wirkungsvolle Kommunikation und effektives Reputationsmanagement.

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
Riedenerstrasse 1
8305 Dietlikon/ZH
+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