swiss reputation .group

pressrelations knowledge discovery



Medienreputation von Banken in der Schweiz 2026

Studiendokumentation

Benchmarkstudie | November 2026

Highlights

Medienreputation von Banken in der Schweiz 2026

"Diese Unternehmen haben in ihren jeweiligen Marktsegmenten am besten abgeschnitten."

MEDIENREPUTATION – TOP 5 IN DEN MARKTSEGMENTEN

UNIVERSAL-/RETAIL-/SPEZIALBANKEN

Rang	Unternehmen	Reputation Score	Products & Services	Innovation	Economic Performance	Management & Leadership	Workplace	ESG & Sustainability
1	Raiffeisen	73				TOP		TOP
2	Clientis	69						
3	PostFinance	62			TOP			
4	Cembra Money Bank	58					TOP	
5	LLB	52						

Die weiteren UNIVERSAL-/RETAIL-/SPEZIALBANKEN in alphabetischer Reihenfolge (insgesamt 11 Banken):
Bank Cler, Migros Bank, Swissquote, UBS, Valiant Bank, WIR Bank.

KANTONALBANKEN

Rang	Unternehmen	Reputation Score	Products & Services	Innovation	Economic Performance	Management & Leadership	Workplace	ESG & Sustainability
1	Zürcher Kantonalbank	84	TOP	TOP	TOP	TOP		
2	Thurgauer Kantonalbank	68					TOP	TOP
3	St.Galler Kantonalbank	58						
4	Luzerner Kantonalbank	56						
5	Aargauische Kantonalbank	50						

Die weiteren KANTONALBANKEN in alphabetischer Reihenfolge (insgesamt 16 Banken):
BCF/FKB, BCGE, BCV, BCVS/WKB, BEKB, BKB, BLKB, GKB, GLKB, SZKB, Zuger KB.

PRIVATBANKEN

Rang	Unternehmen	Reputation Score	Products & Services	Innovation	Economic Performance	Management & Leadership	Workplace	ESG & Sustainability
1	Banque Pictet & Cie	71		TOP				
2	EFG Bank	69			TOP	TOP	TOP	
3	Bank Vontobel	67	TOP					
4	LGT Bank	59						TOP
5	VP Bank	48						

Die weiteren PRIVATBANKEN in alphabetischer Reihenfolge (insgesamt 11 Banken):
Bank Julius Bär, Edmon de Rothschild, J. Safra Sarasin, Lombard Odier, Mirabaud, Union Bancaire Privée.

AUSLANDBANKEN

Rang	Unternehmen	Reputation Score	Products & Services	Innovation	Economic Performance	Management & Leadership	Workplace	ESG & Sustainability
1	J.P. Morgan	73			TOP		TOP	
2	Deutsche Bank	61		TOP		TOP		
3	Schroders	52						TOP
4	BNP Paribas	47						
5	Crédit Agricole	45						

Die weiteren AUSLANDBANKEN in alphabetischer Reihenfolge (insgesamt 12 Banken):
Barclays Bank, Citibank, Goldman Sachs, HSBC, ING Bank, Morgan Stanley, Société Générale.

+++ Relativer Reputation Score ---

Benchmarkstudie

Medienreputation von Banken in der Schweiz 2026

“Als grösste ihrer Art gibt diese KI-unterstützte Studie einen tiefen Einblick in die mediale Reputation von 50 bedeutenden Finanzinstituten.”

Über diese Studie

Medien spielen eine zentrale Rolle bei der Meinungsbildung über Banken 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 **schafft 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 Reputationsstudie untersucht die medienbasierte Reputation von 50 führenden Finanzinstituten 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** für vier Marktsegmente verfügbar:

UNIVERSAL-/RETAIL-/SPEZIALBANKEN

KANTONALBANKEN

PRIVATBANKEN

AUSLANDBANKEN

Auswertungszeitraum der Studie:
1. Oktober 2025 bis 30. September 2026
(12 Monate)

In der Studie beinhaltete Unternehmen

“Die ausgewerteten Finanzinstitute wurden gemäss ihrem Geschäftsmodell und Marktpositionierung in vier Marktsegmente aufgeteilt. So lassen sich die Ergebnisse richtig einordnen und sinnvoll vergleichen.”

Die Unternehmen in den vier Marktsegmenten

UNIVERSAL-/RETAIL-/SPEZIALBANKEN

- Bank Cler
- Cembra Money Bank
- Clientis
- LLB
- Migros Bank
- PostFinance
- Raiffeisen
- Swissquote
- UBS
- Valiant Bank
- WIR Bank

KANTONALBANKEN

- AKB
- BCF/FKB
- BCGE
- BCV
- BCVS/WKB
- BKB
- BLKB
- BEKB
- GKB
- GLKB
- LUKB
- SGKB
- SZKB
- TKB
- Zuger KB
- ZKB

PRIVATBANKEN

- Banque Pictet & Cie
- Bank Julius Bär
- Bank Vontobel
- Edmond de Rothschild
- EFG Bank
- J. Safra Sarasin
- LGT Bank
- Lombard Odier
- Mirabaud
- Union Bancaire Privée
- VP Bank

AUSLANDBANKEN

- Barclays Bank
- BNP Paribas
- Citibank
- Crédit Agricole
- Deutsche Bank
- Goldman Sachs
- HSBC
- ING Bank
- J.P. Morgan
- Morgan Stanley
- Schroders
- Société Générale

Etabliertes Reputationsmodell

“Die Studie ermittelt für jedes Unternehmen die exakten 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. Oktober 2025 bis 30. September 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 Reputations-dimension 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 vier Marktsegmente verfügbar:

UNIVERSAL-/RETAIL-/SPEZIALBANKEN

KANTONALBANKEN

PRIVATBANKEN

AUSLANDBANKEN

Wir bereiten gerne auch einen Bericht auf mit einer individuellen Firmenauswahl aus allen Marktsegmenten.

Die Detailergebnisse der vier Marktsegmente sind in ausführlichen, kommentierten Studienberichten erhältlich, die für jeden Kunden individuell aufbereitet werden.

STUDIENBERICHTE

Medienreputation von Banken in der Schweiz 2026.

Auswertungszeitraum: 1.10.2025-30.9.2026
Chartbericht mit jeweils ca. 45 Seiten Inhalt, kundenindividuell aufbereitet.

Inhalt:

- Management Summary für Ihr Unternehmen
- Reputationsranking aller Unternehmen des Marktsegments
- 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

*Preis je Marktsegment: **CHF 4‘800.-** zzgl. MWST*

Kontaktieren Sie uns jetzt für Ihre Bestellung, Ihre individuellen Wünsche oder für Fragen:

welcome@swissreputation.group

Telefon 044 500 22 05

Berichtsauszüge 1/2

“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.”



Reputation Scores

Gesamtwerte im Vergleich

In der Präsenzgruppe der **„Taktgeber“** steht **Firma 1** im Ranking der Reputation Scores mit deutlichem Abstand an der Spitze. Dahinter folgt ein **breites Mittelfeld**, das von **Firma 2** und **Firma 3** angeführt wird. Ab Rang 11 weisen die Unternehmen einen unterdurchschnittlichen Reputation Score auf. **Firma 16**, **Firma 17** und **Firma 18** zieren das Ende der Rangliste.

Firma 6 reiht sich auf Rang 6 ein mit einem Reputation Score von 57 und liegt damit über dem Durchschnitt.

Ranking Reputation Score (0 bis 100)

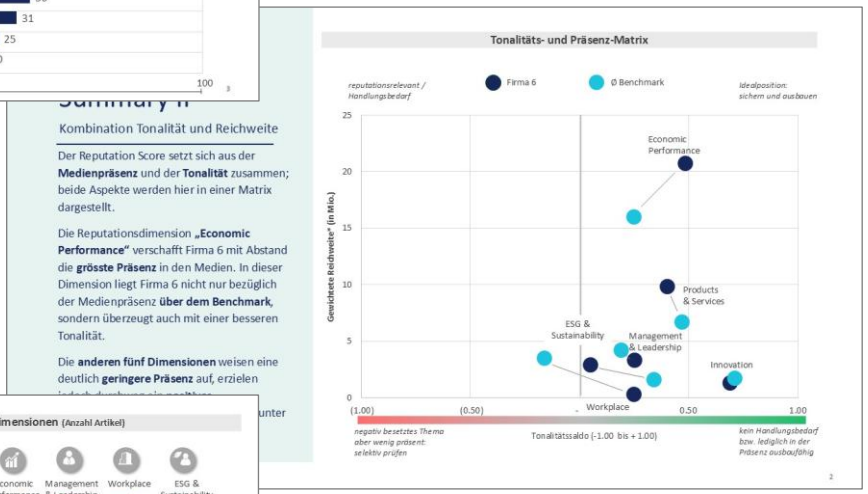
Ø 48

Rang	Unternehmen	
1	Firma 1	84
2	Firma 2	64
3	Firma 3	62
4	Firma 4	58
5	Firma 5	58
6	Firma 6	57
7	Firma 7	55
8	Firma 8	53
9	Firma 9	53
10	Firma 10	49
11	Firma 11	44
12	Firma 12	43
13	Firma 13	42
14	Firma 14	37
15	Firma 15	36
16	Firma 16	31
17	Firma 17	25
18	Firma 18	20

0 100

Das Reputationsranking zeigt klar, wie gut die Medienreputation Ihres Unternehmens ist und wo die Wettbewerber platziert sind.

Sichtbarkeit alleine genügt nicht: Die Tonalitäts-/Präsenz-Matrix zeigt, wo Präsenz auf Wirkung trifft.



Kombination Tonalität und Reichweite

Der Reputation Score setzt sich aus der **Medienpräsenz** und der **Tonalität** zusammen; beide Aspekte werden hier in einer Matrix dargestellt.

Die Reputationsdimension **„Economic Performance“** verschafft Firma 6 mit Abstand die **grösste Präsenz** in den Medien. In dieser Dimension liegt Firma 6 nicht nur bezüglich der Medienpräsenz **über dem Benchmark**, sondern überzeugt auch mit einer besseren Tonalität.

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

Tonalitäts- und Präsenz-Matrix

Firma 6 | Ø Benchmark

reputationsrelevant / Handlungsbedarf

Idealposition: sichern und ausbauen

Economic Performance

Products & Services

ESG & Sustainability

Management & Leadership

Innovation

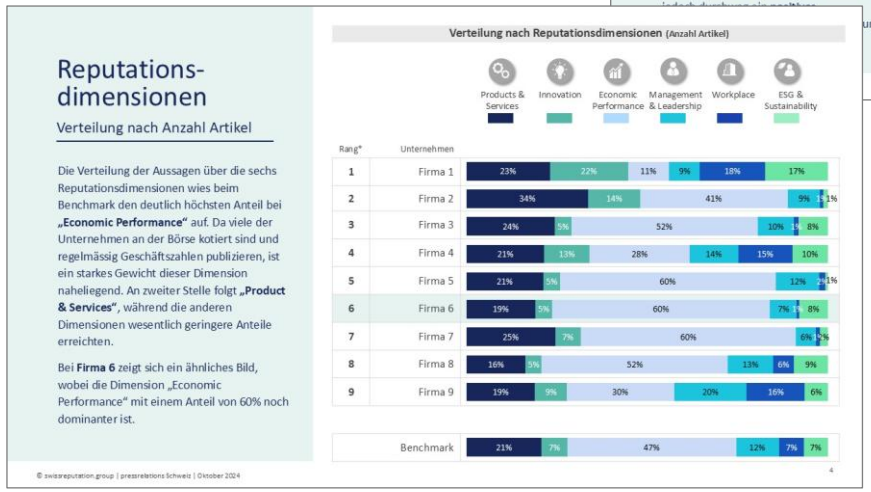
Workplace

Gewichtete Reichweite* (in Mio.)

Tonalitätssaldo (-1.00 bis + 1.00)

negativ besetztes Thema aber wenig präsent: selektiv prüfen

kein Handlungsbedarf bzw. lediglich in der Präsenz ausbaufähig



Reputations-dimensionen

Verteilung nach Anzahl Artikel

Die Verteilung der Aussagen über die sechs Reputationsdimensionen wies beim Benchmark den deutlich höchsten Anteil bei **„Economic Performance“** auf. Da viele der Unternehmen an der Börse kotiert sind und regelmässig Geschäftszahlen publizieren, ist ein starkes Gewicht dieser Dimension naheliegend. An zweiter Stelle folgt **„Product & Services“**, während die anderen Dimensionen wesentlich geringere Anteile erreichten.

Bei **Firma 6** zeigt sich ein ähnliches Bild, wobei die Dimension „Economic Performance“ mit einem Anteil von 60% noch dominanter ist.

Verteilung nach Reputationsdimensionen (Anzahl Artikel)

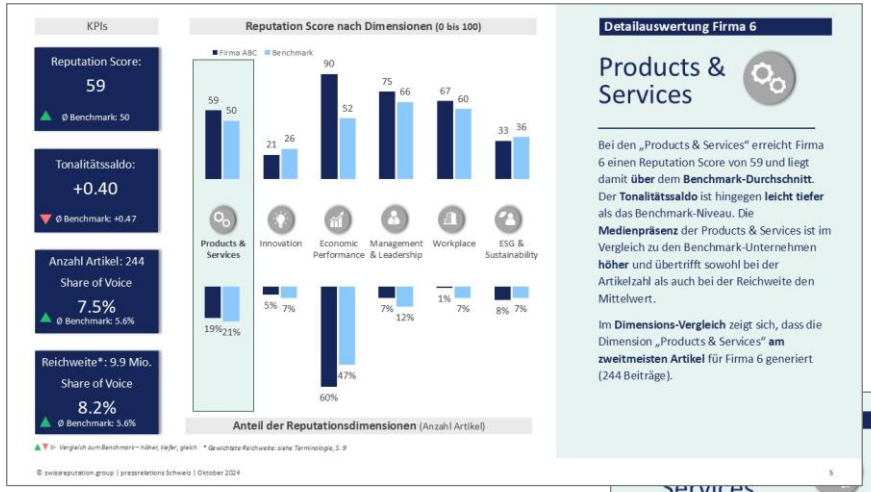
Products & Services | Innovation | Economic Performance | Management & Leadership | Workplace | ESG & Sustainability

Rang*	Unternehmen						
1	Firma 1	23%	22%	11%	9%	18%	17%
2	Firma 2	34%	14%	41%	9%	1%	1%
3	Firma 3	24%	5%	52%	10%	1%	8%
4	Firma 4	21%	13%	28%	14%	15%	10%
5	Firma 5	21%	5%	60%	12%	2%	1%
6	Firma 6	19%	5%	60%	7%	1%	8%
7	Firma 7	25%	7%	60%	6%	2%	
8	Firma 8	16%	5%	52%	13%	6%	9%
9	Firma 9	19%	9%	30%	20%	16%	6%
	Benchmark	21%	7%	47%	12%	7%	7%

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

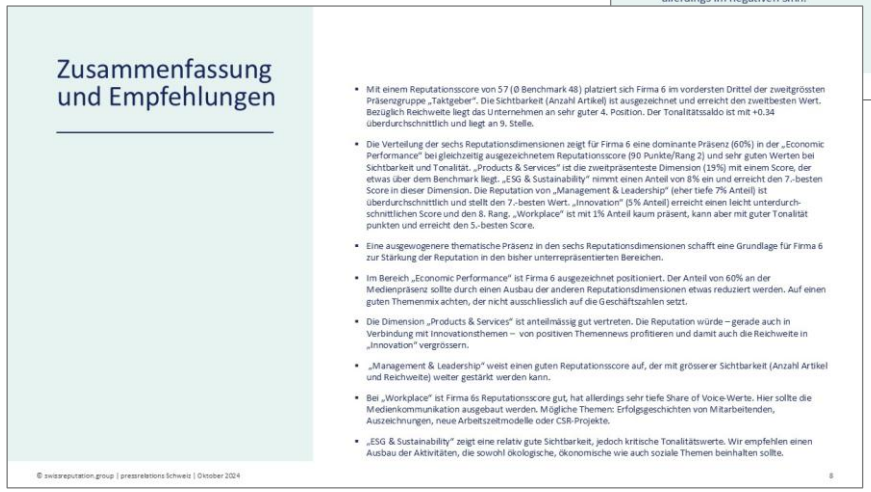
“Eine thematisch und im Branchenkontext gut abgestimmte Medienstrategie legt eine perfekte Basis für eine verbesserte Medienreputation, die mehr Vertrauen in der Öffentlichkeit und bei weiteren Stakeholdern schafft.”



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

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





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

Studienherausgeber

“Führende Spezialisten im datengestützten 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: