



Erste „Reputation Gap“-Studie in Österreich

**Wie sich Management und Reputation österreichischer Unternehmen
von den Erwartungen ihrer Kunden unterscheiden**

Ihre Gesprächspartner

- **Jürgen H. Gangoly**
 - Geschäftsführer PR-Agentur The Skills Group
 - Skills ist Österreich-Affiliate von FleishmanHillard International, dem Entwickler des international erfolgreichen Analyse-Systems
- **Christina Matzka und Herbert Kling**
 - Markt- und Meinungsforschungsinstitut meinungsraum.at
 - Studienleiter „Reputation Gap“ in Österreich

Was präsentieren wir Ihnen heute?

- **Status quo / Problem / Lösung**
- **System „Reputation Gap“**
 - Bedeutung für Management von Unternehmen und PR-Branche, Methode etc.
- **Markteinführung: 1. „Reputation Gap“-Studie in .at**
 - Beispielergebnisse der Branchen-Ergebnisse Online-Shops, Mobilfunkanbieter, Banken
 - Internationale Erfahrungen, Kosten etc.

Ausgangssituation / Problemstellung

- **Krisenauswirkungen: Wirtschaftlicher Druck auf Unternehmen und deren Management steigt weltweit**

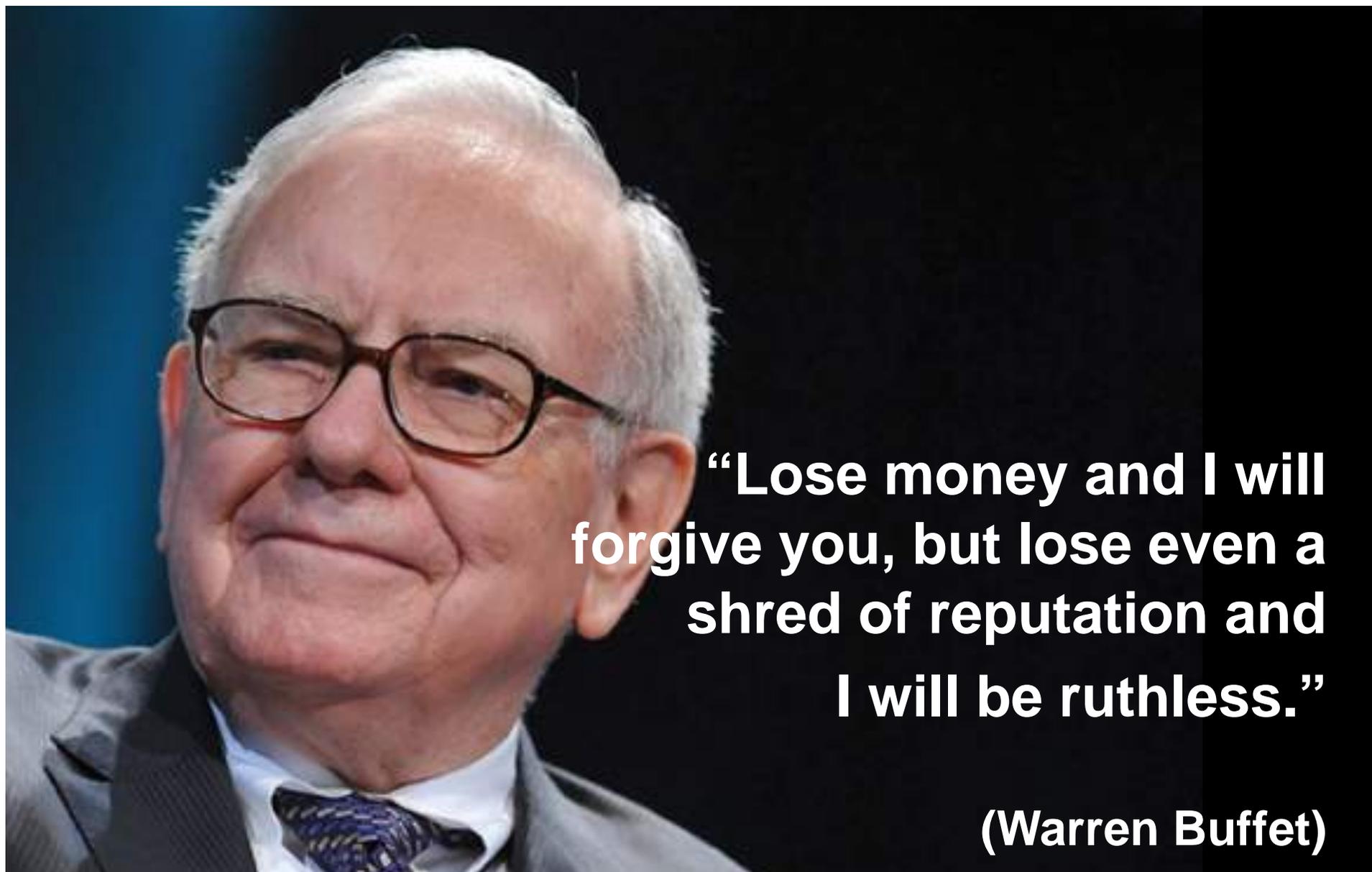


- Geschwindigkeitsspirale, rasche Veränderungen in allen Branchen
- Erfahrung aus der Vergangenheit / Bauchgefühl reicht nicht mehr
- Managemententscheidungen und Berater-Empfehlungen müssen heute auf aktuellen Daten basieren

Ausgangssituation / Problemstellung



- **Enormer Wandel bei Investitionen, Produkt-/Service-Entwicklung, Werbung, Marketing und Public Relations**
 - Auswirkungen auf wirtschaftlichen Unternehmenserfolg und Reputation müssen planbar und belegbar sein
 - Messbarkeit von PR-Aktivitäten bereits jahrelang Branchenthema
 - PR-Berater im Vergleich mit anderen Beratern oft unter Erklärungsdruck



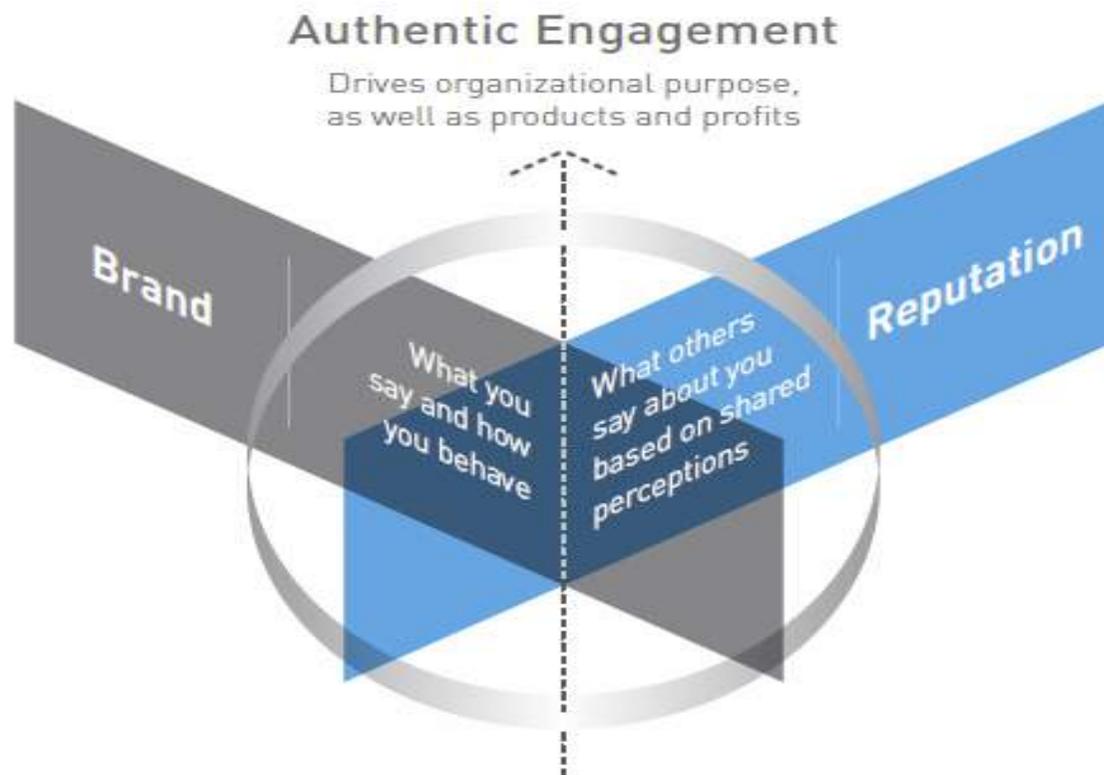
**“Lose money and I will
forgive you, but lose even a
shred of reputation and
I will be ruthless.”**

(Warren Buffet)

Reputation entscheidet über langfristigen Geschäftserfolg

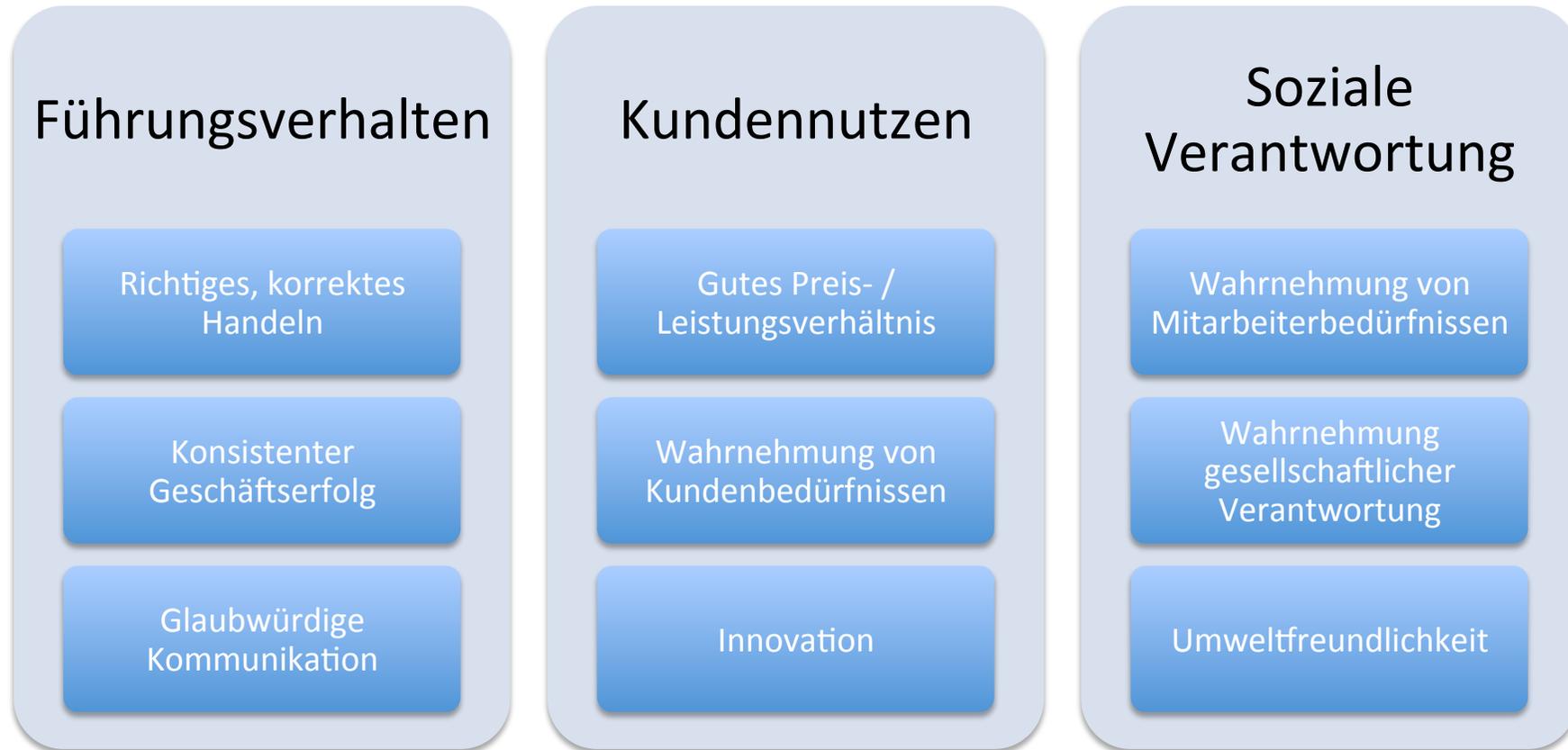
- **„Neue Transparenz“ beeinflusst Management und Kommunikation enorm**
- **Konsumenten, Geschäftspartner und Medien beobachten und vergleichen Unternehmen, Institutionen und Marken permanent**
 - Glaubwürdigkeit und Authentizität bestimmen Reputation, „Brand Value“ und wirtschaftlichen Erfolg
 - Unkorrektes Handeln, unehrliche Kommunikation, schlechte Servicequalität rächt der Markt heute sofort

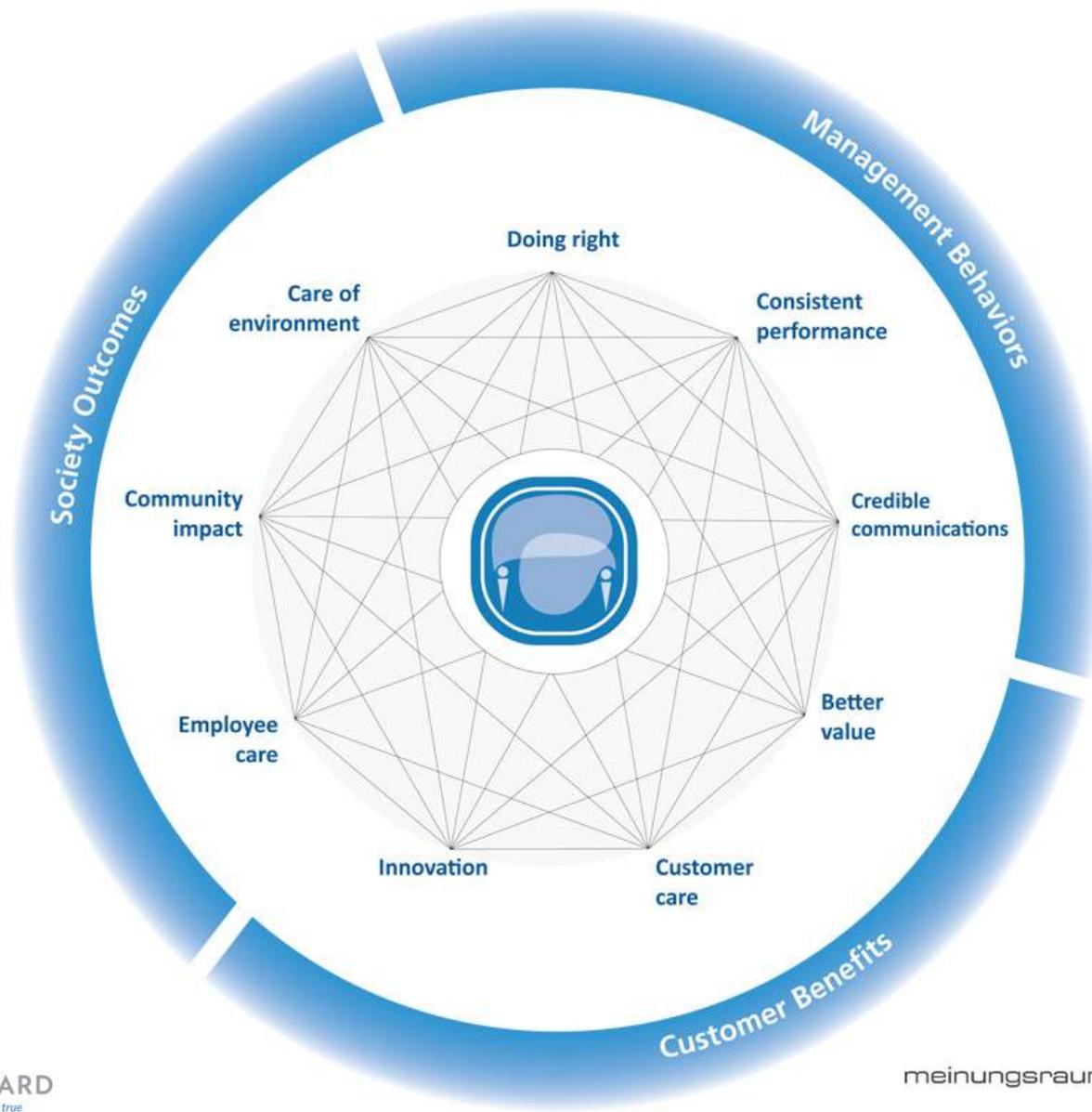
„Reputation Gap“ vermeiden



- Individuelle Kundenerwartungen müssen bestmöglich erfüllt werden
- „Gap“ zwischen Kunden-Erwartungen und „Performance“ muss so klein wie möglich sein

Neun relevante und messbare Reputation-“Drivers“ identifiziert – weltweit getestet







Internationale Website:

www.centeronreputation.com



„1. Reputation Gap-Analyse“ in Österreich

Branchen Online-Shops, Mobilfunk, Banken

Methodenbeschreibung

- **Zielgruppe:** Österreicher/-innen zwischen 16 und 70 Jahren, repräsentativ nach Alter, Geschlecht, Region und Schulbildung
- **Stichprobenmethode:** Panel-Umfrage anhand des meinungsraum.at online-Panels (dzt. Rund 30.000 Panelist/-innen in ganz Österreich)
- **Nettostichprobe & Methode:** Insgesamt $n = 3.000$ Interviews
 - $n = 1.000$ in jeder der drei zu Start befragten Branche
 - Online-Interviews

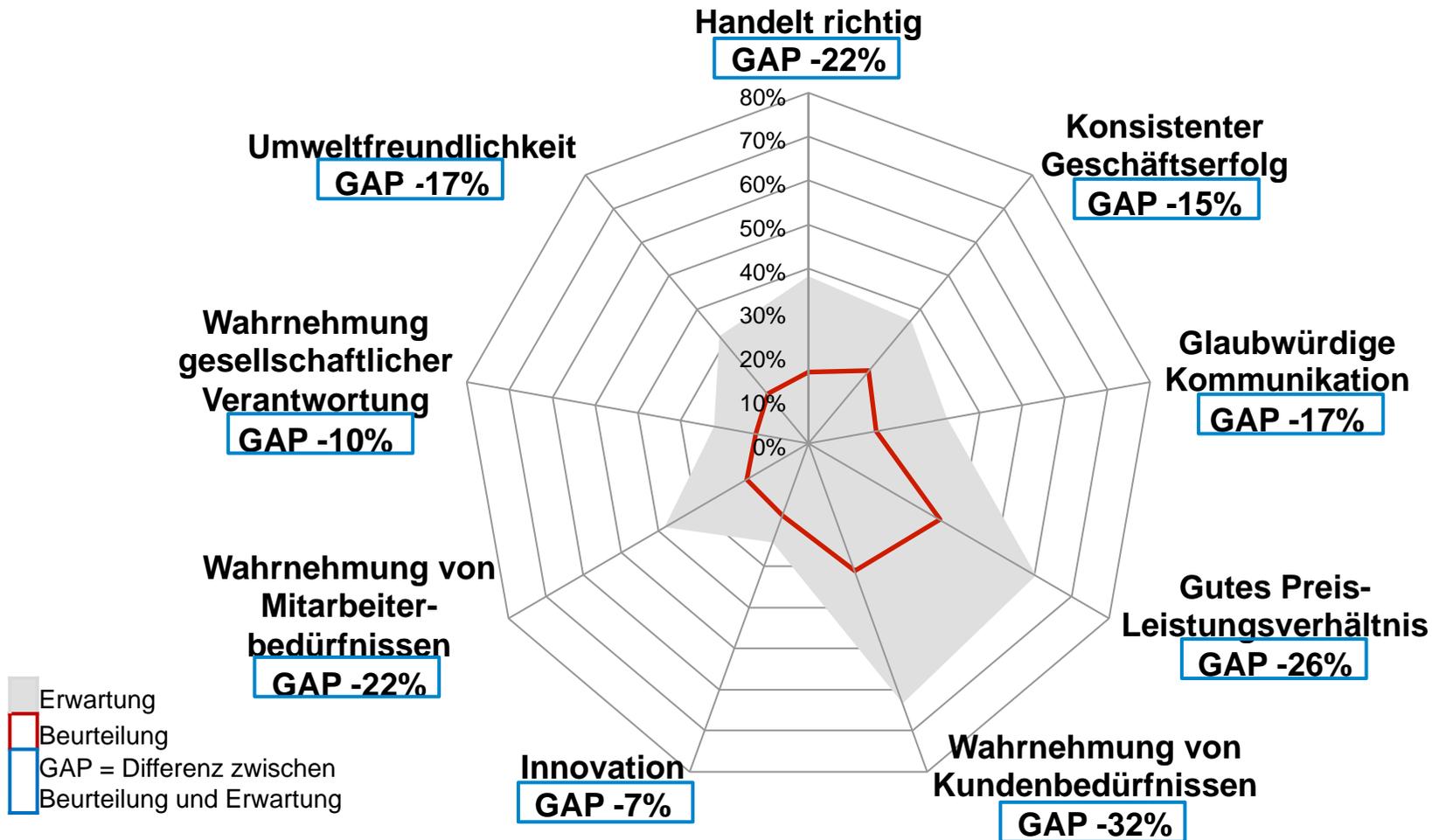
Analysiert und ausgewertet wurden...





Beispiel „Reputation Gap“ Online-Shops in Österreich Ergebnisse Branche gesamt

„Reputation Gap“: Branche Online-Shops Österreich





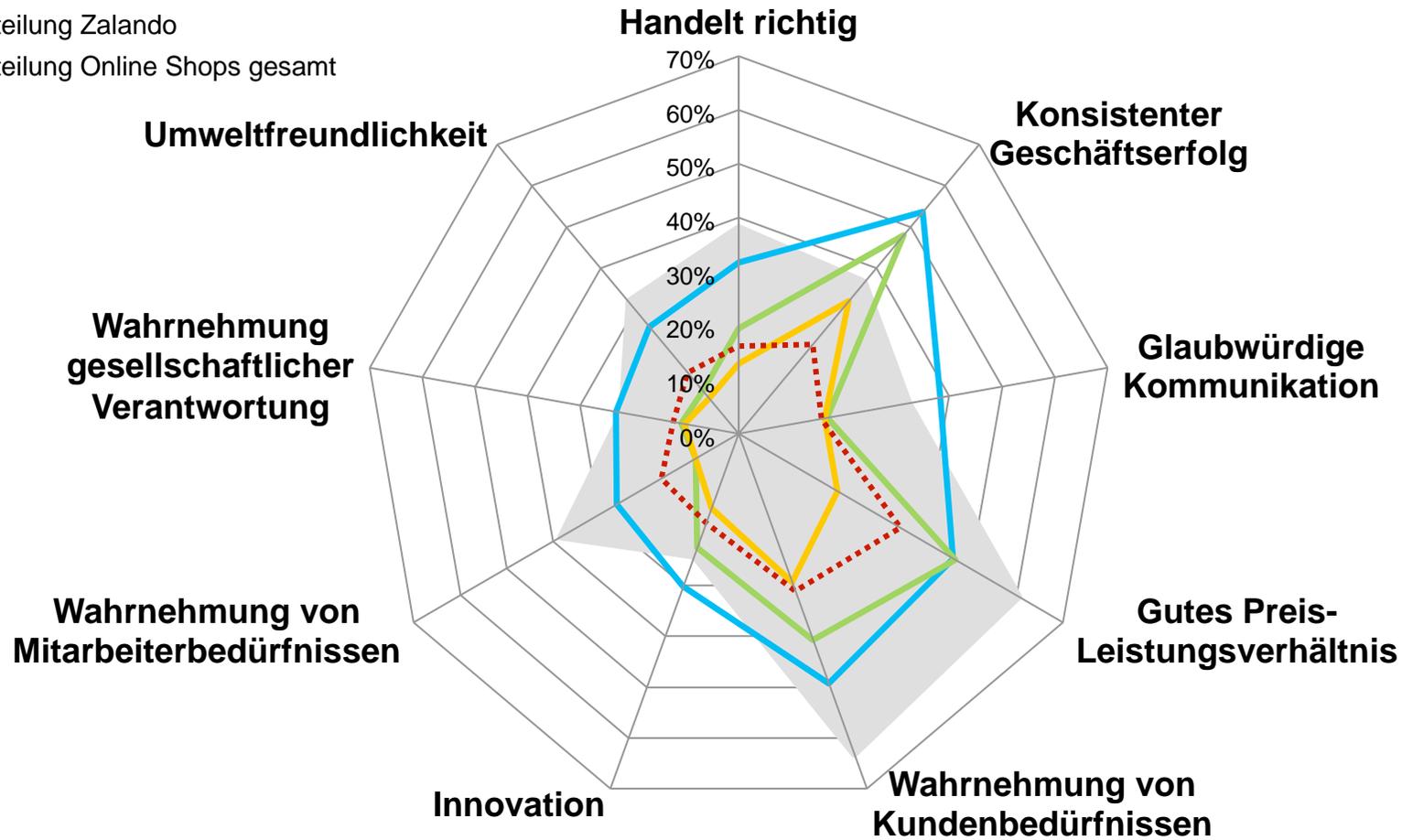
Beispiel „Reputation Gap“ Online-Shops in Österreich Ergebnisse Anbieter Details

Online-Shops im Vergleich

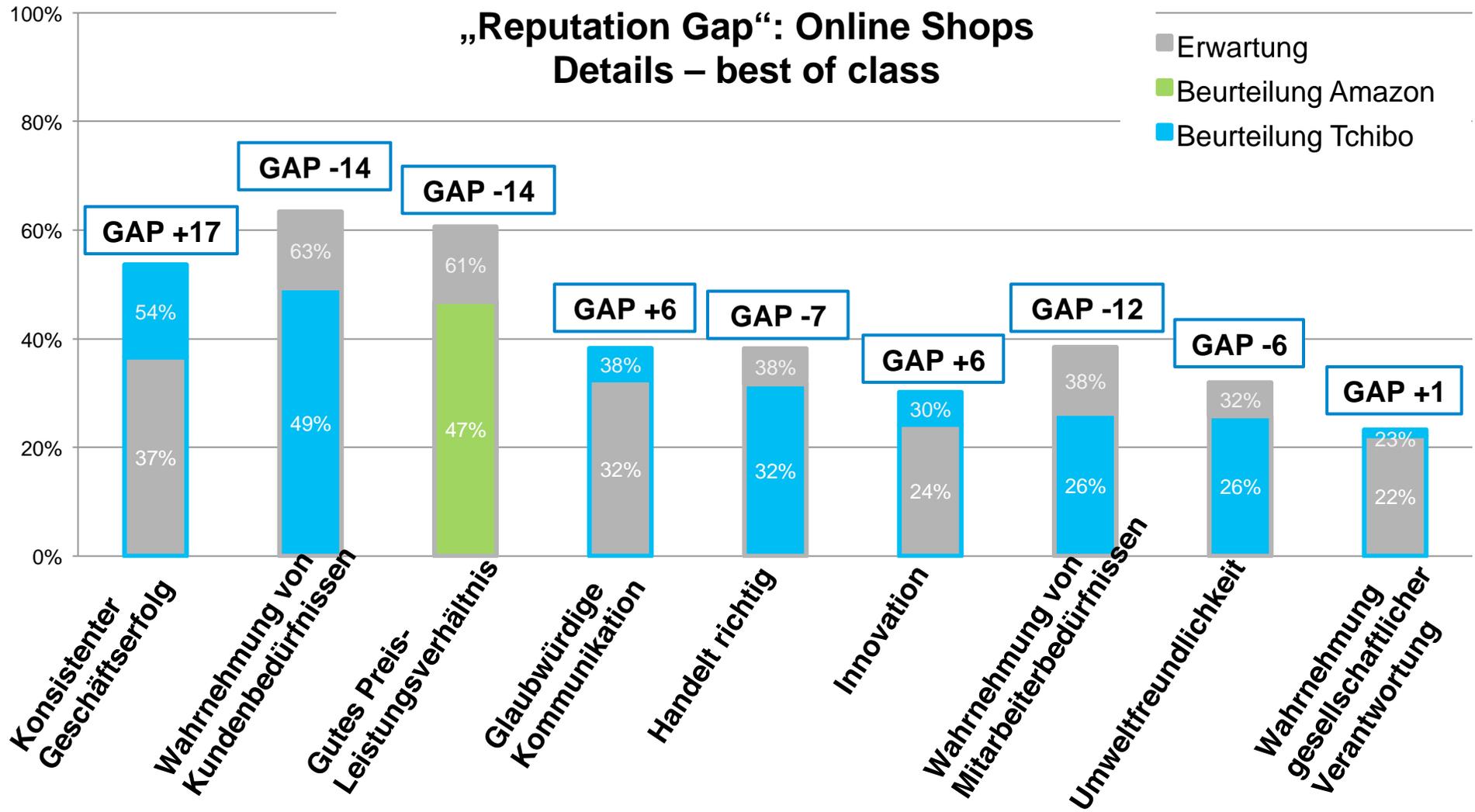


„Reputation Gap“: Online-Shops Details

- Erwartungen
- Beurteilung Tchibo
- Beurteilung Amazon
- Beurteilung Zalando
- ⋯ Beurteilung Online Shops gesamt



„Reputation Gap“: Online Shops Details – best of class



Online-Shops

- Schlechte Bewertungen wurden in offener Fragestellung so begründet:

(Schlechte) Arbeitsbedingungen / kein guter Arbeitgeber

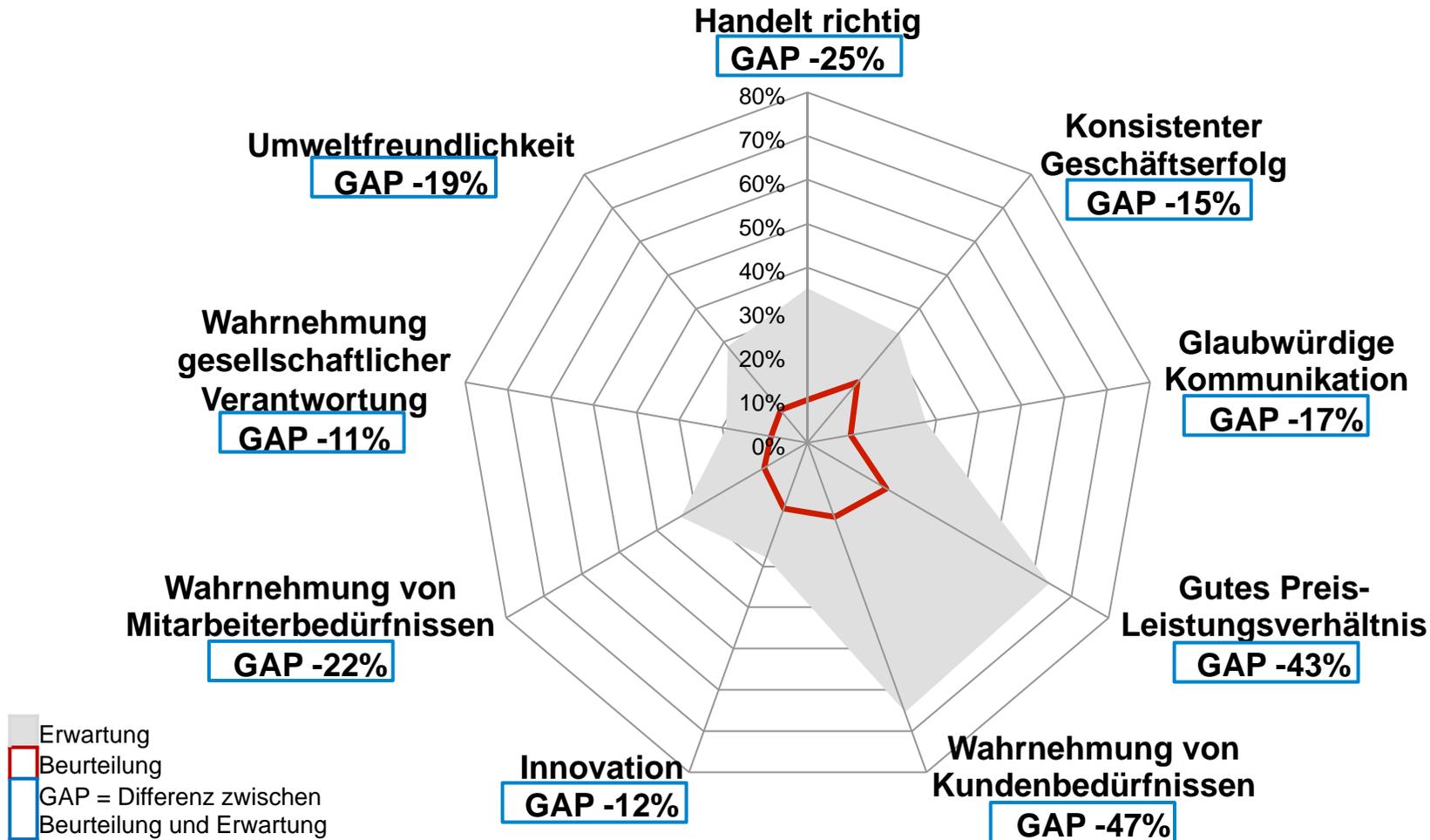
Schlechte Bezahlung

Schlechte Behandlung der Mitarbeiter
Ausbeutung der Mitarbeiter
Kritik durch die Medien / schlechtes Image



Beispiel „Reputation Gap“ Mobilfunkanbieter in Österreich Ergebnisse Branche gesamt

„Reputation Gap“: Branche Mobilfunkanbieter Österreich





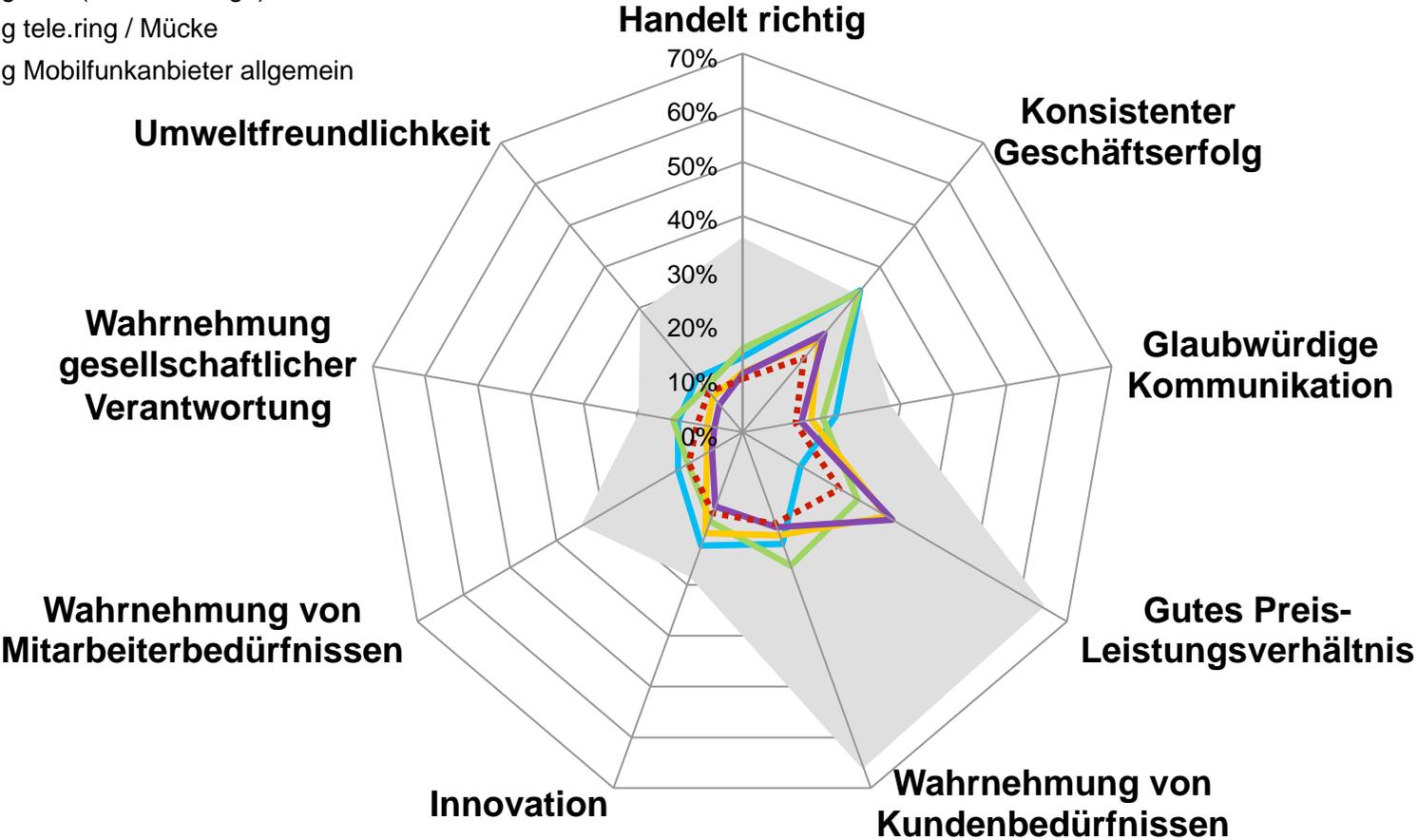
Beispiel „Reputation Gap“ Mobilfunkanbieter in Österreich Ergebnisse Anbieter Detail

Mobilfunkanbieter im Vergleich

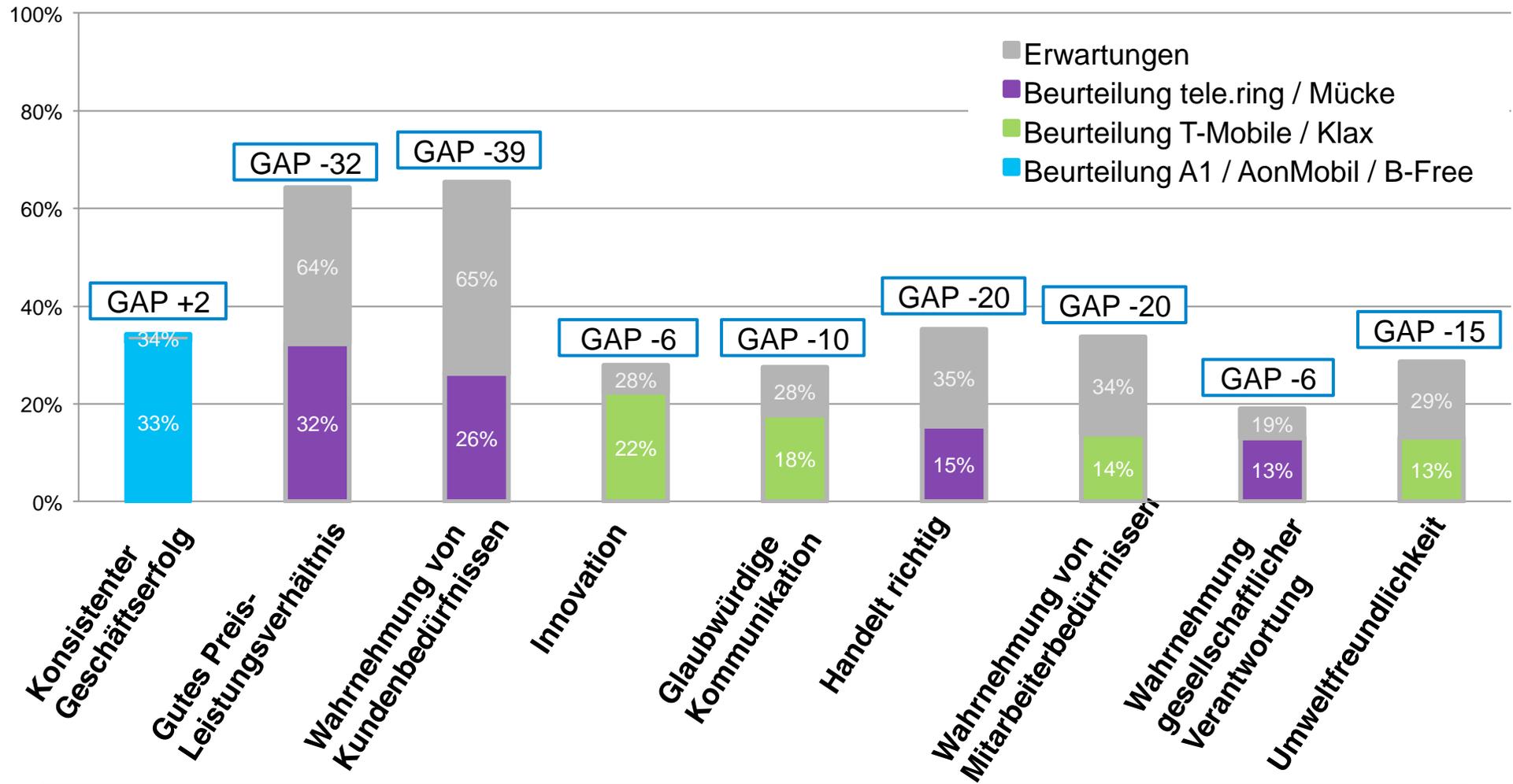


„Reputation Gap“: Vergleich Mobilfunkanbieter

- Erwartungen
- Beurteilung A1 / AonMobil / B-Free
- Beurteilung T-Mobile / Klax
- Beurteilung Drei (ehem. Orange) / 3 Reload
- Beurteilung tele.ring / Mücke
- Beurteilung Mobilfunkanbieter allgemein



„Reputation Gap“: Mobilfunkanbieter – best of class



Mobilfunkanbieter

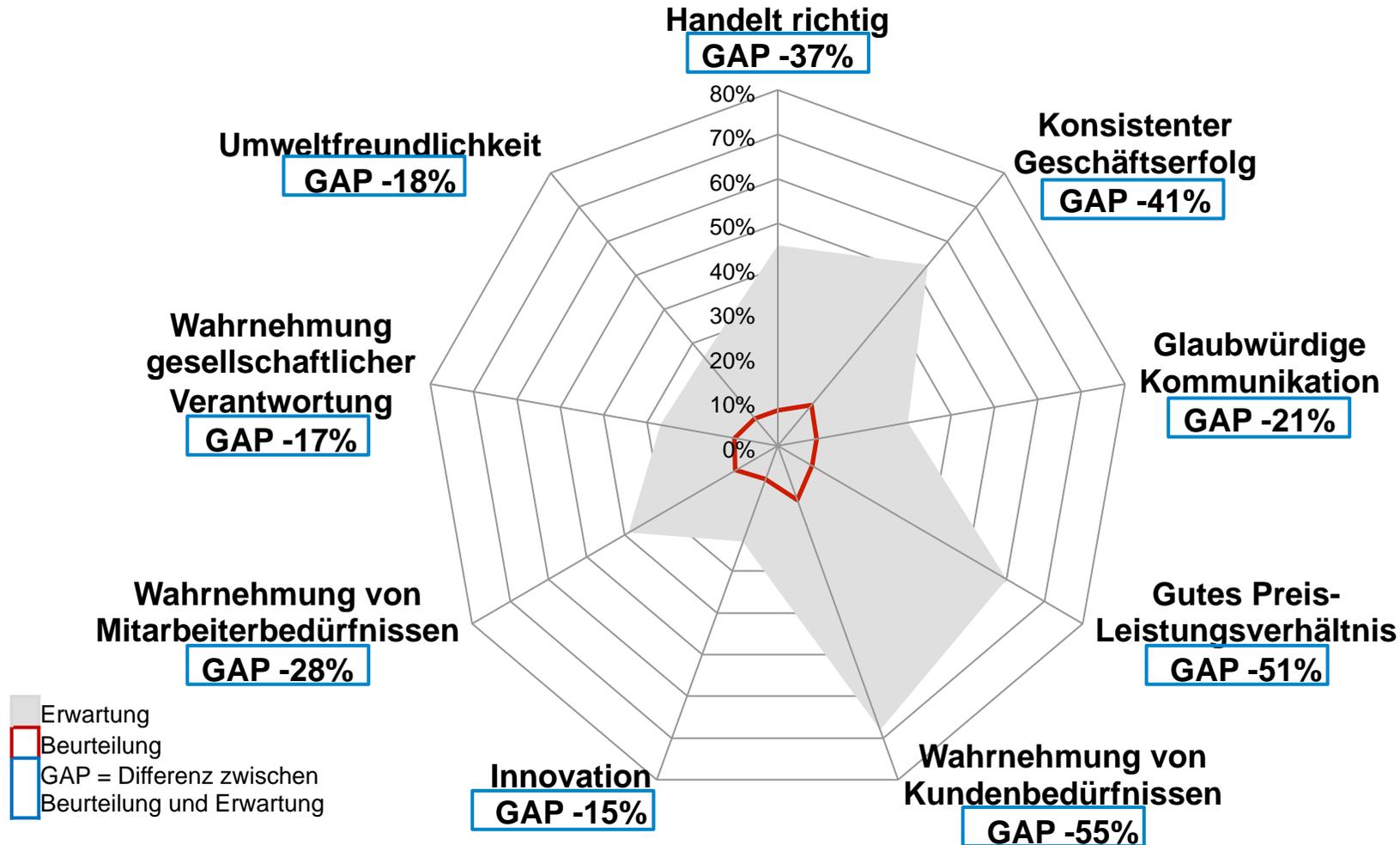
- Gründe für negative Bewertungen bei offener Fragestellung:



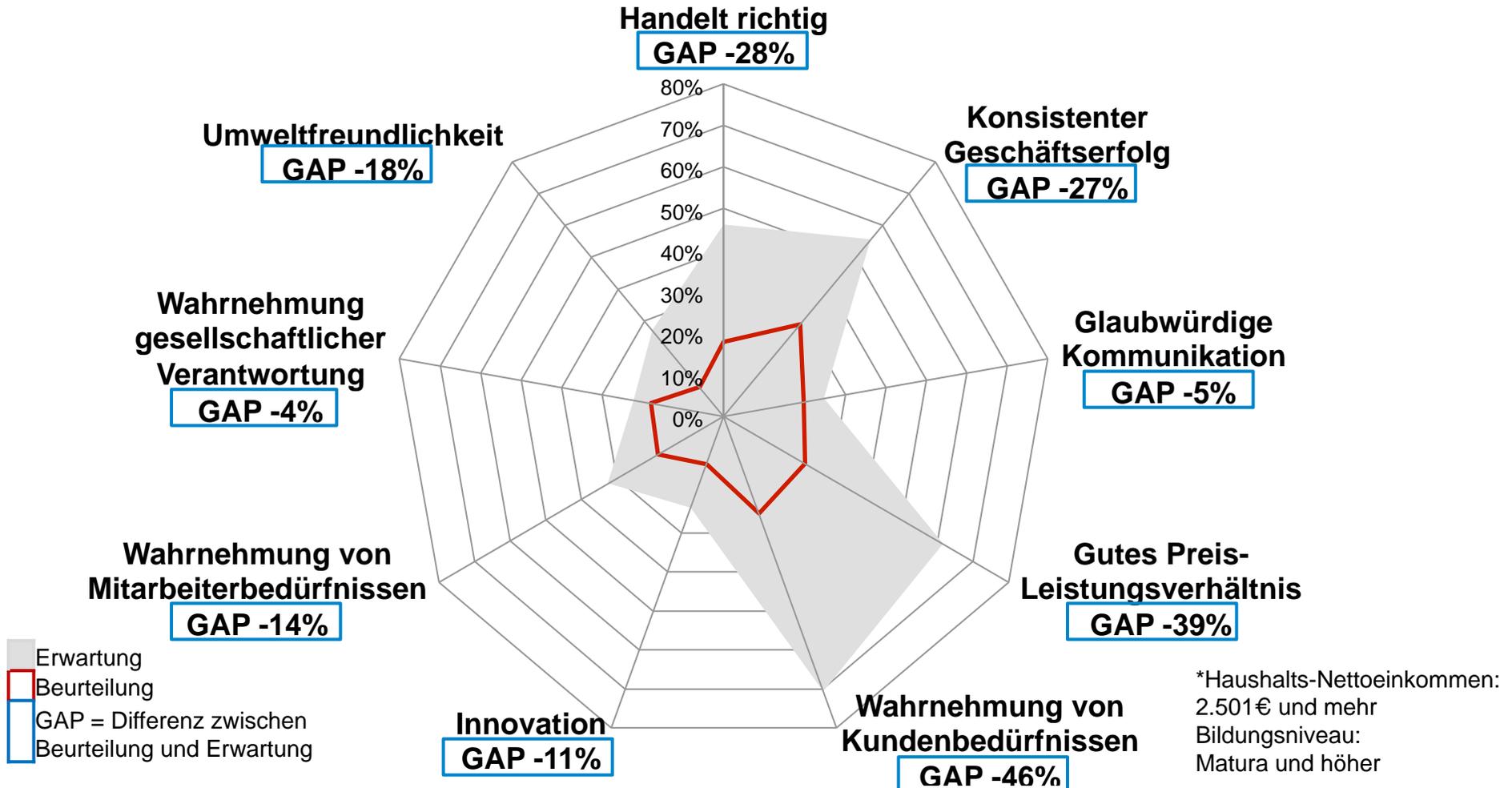


Beispiel „Reputation Gap“ Banken in Österreich Branche gesamt

„Reputation Gap“: Branche Banken Österreich



„Reputation Gap“: Branche Banken bei Top-Verdienern*





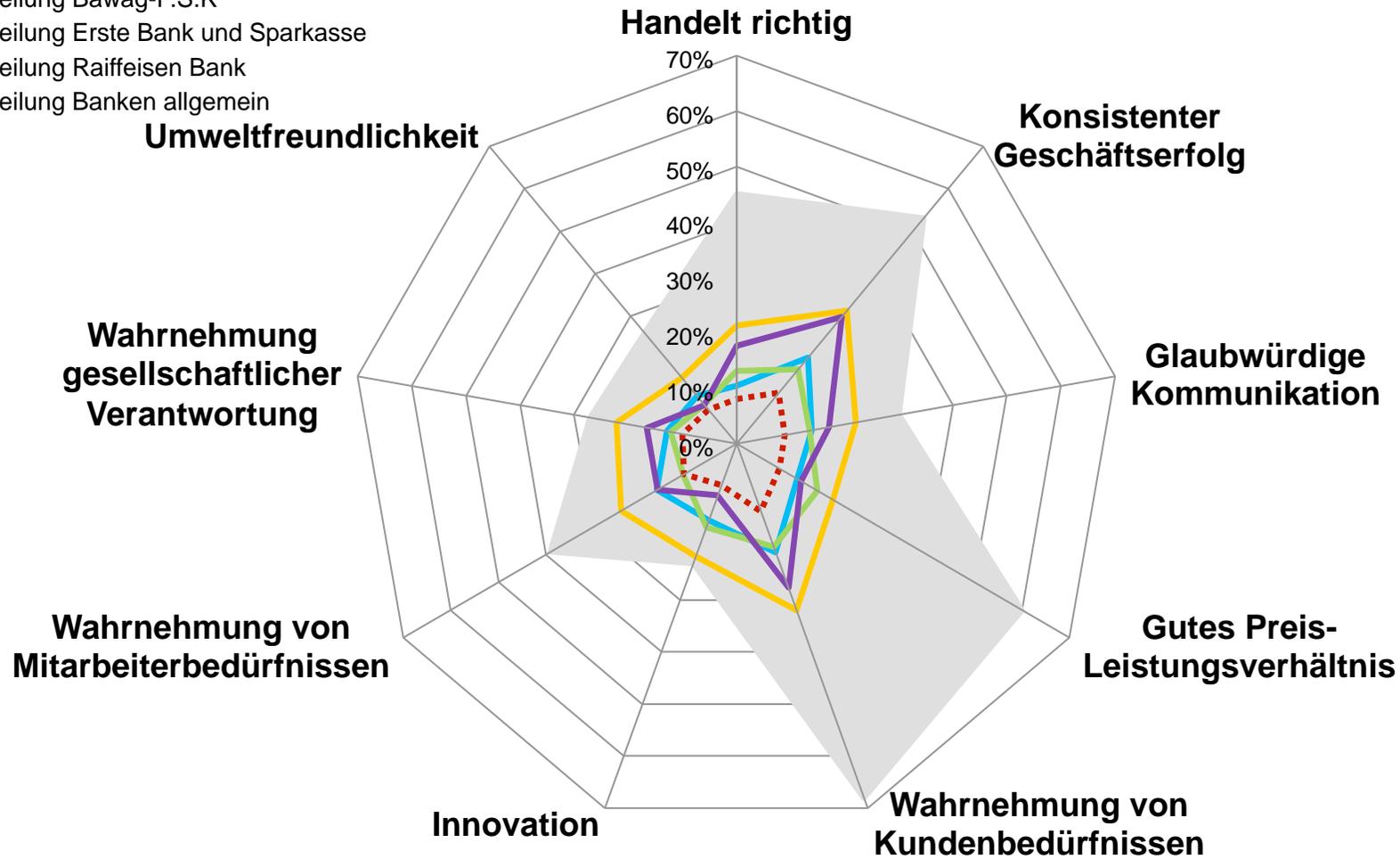
Beispiel „Reputation Gap“ Banken in Österreich Anbieter Details

Individualergebnisse Banken

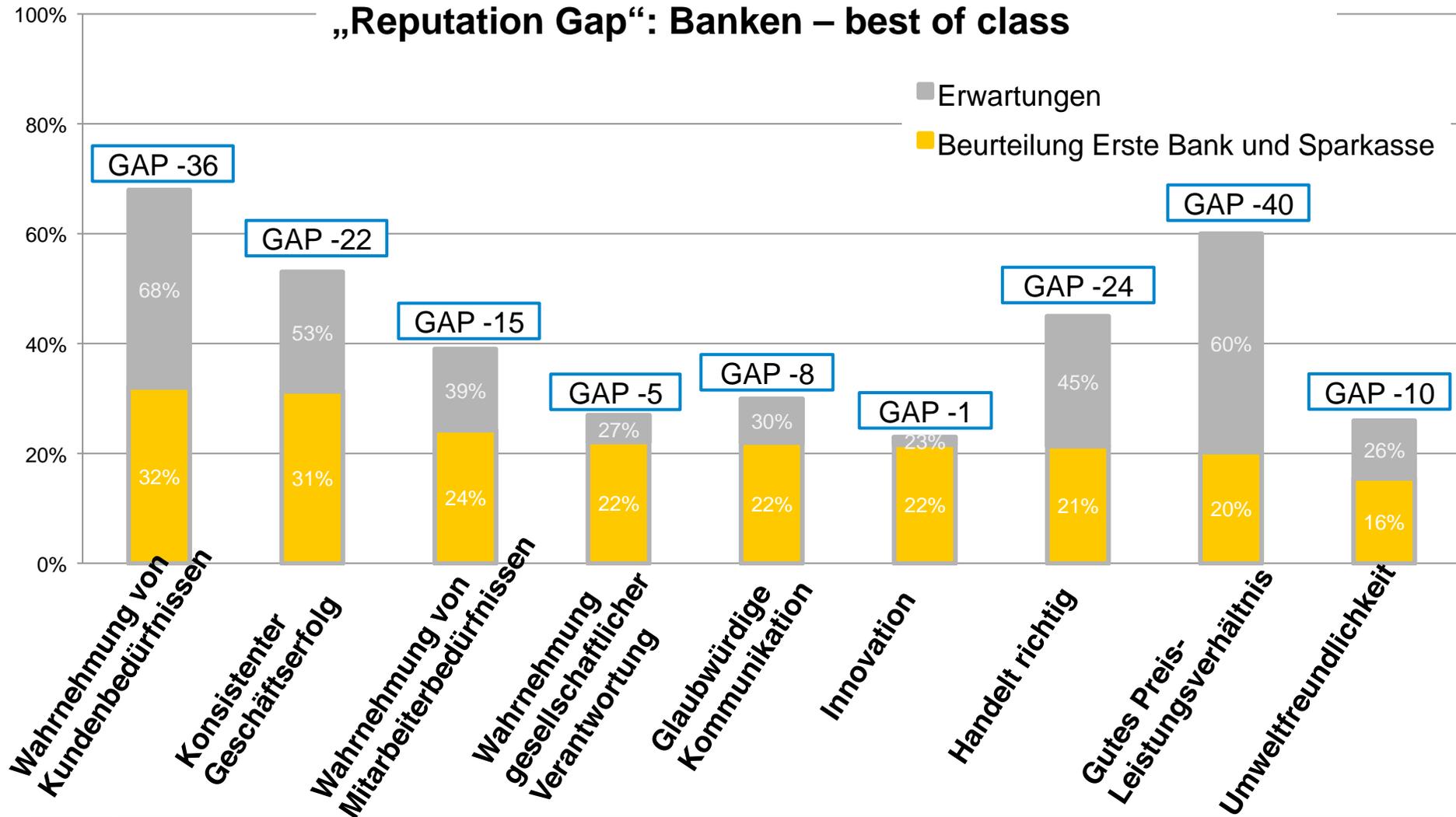


„Reputation Gap“: Banken Detailvergleich

- Erwartungen
- Beurteilung Bank Austria
- Beurteilung Bawag-P.S.K
- Beurteilung Erste Bank und Sparkasse
- Beurteilung Raiffeisen Bank
- Beurteilung Banken allgemein



„Reputation Gap“: Banken – best of class



Individualergebnisse Banken

- Negative Bewertungen...

Wenig Kundenorientierung

Nur an eigenem Gewinn interessiert

Schlechte Kundenbetreuung

Banken betrügen / handeln gesetzeswidrig

Mangelnde Transparenz

Zu geringe Zinsen

Tätigkeiten im Ausland

Zu viele / hohe Gebühren

Spekuliert zu viel

Individuelle schlechte Erfahrungen gemacht

Ist selbst bankrott / im Minus

Vergibt wenig/keine Kredite



Summary

Reputation bei Kunden: Online-Shops vor Mobilfunkanbietern und Banken

- **Österreichische Banken** haben von den drei untersuchten Branchen und in allen Bereichen die schlechteste Reputation und geringste Erwartungserfüllung ihrer Kunden
- **Mobilfunkanbieter** schneiden bei der Erfüllung der Kundenerwartungen etwas besser ab, aber PR-Prioritäten werden falsch gesetzt (z. B. Technik / Innovation)
- **Online-Shops** erfüllen als jüngste Branche die Erwartungen ihre Kunden zwar am besten, dennoch Handlungsbedarf gegeben

Österreichische Kunden vermissen Service, Kundenorientierung; sind besonders preissensibel

- Geringster **Kommunikationsbedarf** bei „Umweltfreundlichkeit“ und „Wahrnehmung gesellschaftlicher Verantwortung“
- Höchster **Handlungsbedarf** bei Service und „Wahrnehmung von Kundenbedürfnissen“ und bei „Preis-Leistungsverhältnis“
- Österreicher im internationalen Vergleich (USA, UK, CAN, D, NL, PL, CHN) bisher die anspruchsvollsten, kritischsten und unzufriedensten Studienteilnehmer

„Reputation Gap“: Neues, wissenschaftlich fundiertes Analysetool ab sofort verfügbar

- **The Skills Group und meinungsraum.at bieten „Reputation Gap“-Messungen ab sofort an**
 - Einführung in Österreich für alle Branchen
 - Analyse pro Unternehmen ab 5.000 Euro, pro Branche ab 15.000 Euro
 - Umsetzbar innerhalb von drei Wochen pro Umfrage
- **„Reputation Gap“ steht Unternehmen direkt und auch anderen PR-Agenturen / Beratungsunternehmen zur Verfügung**
- **Ziel: Marktstandard für strategische PR-Planung und Messung schaffen – internationale Vergleichsmöglichkeit**

Vielen Dank.

Wir freuen uns auf Ihre Fragen!

Jürgen H. Gangoly

The Skills Group
Geschäftsführer, Partner
+43 1 505 26 25 13
+43 664 2000 260
gangoly@skills.at
www.skills.at

Herbert Kling

meinungsraum.at
Geschäftsführer, Studienleitung
+43 1 512 89 00 16
+43 650 33 90 275
herbert.kling@meinungsraum.at
www.meinungsraum.at