



Der Wettbewerb zwischen Unternehmen im B2B-Bereich um die besten Fachkräfte, die profitabelsten Kunden, die optimalsten Standorte und eine politische Unterstützung ist härter denn je – und die positive Wahrnehmung der eigenen Industriemarke, die Reputation eines Unternehmens, wird immer stärker durch kollektive Urteile im Internet gebildet. Über Jahre und Jahrzehnte hinweg aufgebaut, kann sie im schlimmsten Fall innerhalb von Tagen verloren gehen. Unternehmen, die auf eine nachhaltige Unternehmensführung, die Einhaltung hoher sozialer Standards, die Förderung einer inklusiven Führungskultur oder die Herstellung hochwertiger Produkte setzen, können darauf zählen, dass immer dann, wenn über die Besten einer Branche gesprochen wird,

zuverlässig ihr Name fällt. Das ist auch das Ergebnis des mittlerweile dritten Industry Reputation -Reports, den das INDUSTRIEMAGAZIN gemeinsam mit dem IMWF, dem Institut für Management- und Wirtschaftsforschung, durchgeführt hat. Jedenfalls liest sich das Ranking der 439 beliebtesten Unternehmen Österreichs in elf vom IMWF erhobenen Branchen wie das Who-is-Who der großen Player am österreichischen Markt: Von Andritz über AT&S bis hin zu FACC sind alle vertreten.

Exklusive Einblicke. Auch wenn das Reputationsmanagement, also der Aufbau und die Pflege – sowie gegebenenfalls die Steuerung und Kontrolle – der öffentlichen Wahrnehmung von Industriebetrieben noch in den Kinderschuhen steckt: Die heimischen Industriebetriebe stün-

den in der öffentlichen Wahrnehmung gar nicht so schlecht da, sagt Studienautor Axel Maireder vom IMWF. Im Verlauf der letzten zwölf Monate hat das IMWF eine umfassende Datenerhebung durchgeführt, bei der sämtliche öffentlich zugänglichen Online-Erwähnungen zu den 439 größten österreichischen Industrieunternehmen erfasst wurden – erstmals auch in Deutschland: von journalistischen Artikeln auf Nachrichtenseiten bis hin zu Social-Media-Posts, Blogs und diversen Branchen- sowie Technologie-Foren. Die enormen Datenmengen – mehr als 720.000 Online-Äußerungen – wurden mithilfe einer KI-unterstützten Textanalyse auf semantischer Ebene ausgewertet, wobei ein eigens dafür trainierter Algorithmus zum Einsatz kam. „Die Resultate dieser umfangreichen Datenerfassung und -analyse dienen nicht nur

Reputation-Report 2023

Es ist eine wertvolle Währung, die schnell ins Wanken geraten kann: Reputation. Im Auftrag des INDUSTRIEMAGAZIN hat das Institut für Management- und Wirtschaftsforschung (IMWF) heuer die nunmehr dritte umfassende Image-Studie der 439 beliebtesten Unternehmen durchgeführt. Welche Unternehmen überzeugen?

Von Tom Arnold

als Grundlage für den Reputation-Report, sondern bieten den Unternehmen auch wertvolle Einblicke in die öffentliche Wahrnehmung. Dies ermöglicht es den Unternehmen, gezieltere Maßnahmen zur Verbesserung ihres Rufs und zur Stärkung ihrer Position in der Branche zu ergreifen. Darüber hinaus trägt diese Vorgehensweise dazu bei, Trends und Entwicklungen in der Industrielandschaft Österreichs besser zu verstehen und fundierte strategische Entscheidungen zu treffen“, so der Geschäftsführer des IMWF und Studienautor Axel Maireder.

Guter Ruf? Die Datenauswertung erfolgte in sechs thematischen Kategorien, nämlich „Produkte“, „Wirtschaftlichkeit“, „Nachhaltigkeit“, „Management“, „Arbeitgeber“ und „Innovation“. Der eigens entwickelte Algorithmus bewertete dabei, ob

es sich bei den Online-Erwähnungen in diesen Kategorien um positive oder negative Einschätzungen handelte. Die Ergebnisse wurden statistisch gewichtet und flossen in die Berechnung eines Gesamtscores ein. Dieser Gesamtscore wurde auf einer Skala von 1 bis 10 dargestellt, wobei die 10 den höchsten theoretisch erreichbaren Wert repräsentiert. Spannend sind aber nicht nur die Platzierungen, sondern dass der Report sehr detailliert nachzeichnet, was Unternehmen mit besonders guter Reputation besser machen als ihre Wettbewerber. So wird im Ranking sichtbar gemacht, in welchen Bereichen Unternehmen tatsächlich Reputation aufbauen und einen guten Ruf genießen. Möglich werde dies durch die Kontextanalyse des Algorithmus, der in der Lage sei, auch Zwischentöne in Kommentaren und Beiträgen zu erfassen. Darin unter-

scheide sich das Reputationsranking laut Maireder von anderen Image-Rankings, die auf einer abgefragten Notenskala basieren würden und bei denen schwer nachvollziehbar sei, warum welche Note vergeben worden sei.



Web-Tipp

Der Reputation-Report hat in diesem Jahr knapp 198.000 Online-Äußerungen in Österreich und über 530.000 Äußerungen in Deutschland zu den 439 wichtigsten Unternehmen Österreichs erfasst. Alle Resultate, Details und Analysen finden Sie hier: <https://industriemagazin.at/rankings-2/das-sind-oesterreichs-staerkste-unternehmen/> Oder scannen Sie den QR-Code.

INDUSTRY REPUTATION REPORT

Die Branchenbesten der produzierenden Wirtschaft

Die Top 10

	Produkte	Wirtschaftlichkeit	Nachhaltigkeit	Management	Arbeitgeber	Innovation
1 AT&S	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★
2 Palfinger	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★
3 Voestalpine	★★★	★★★	★★★	★★★	★★	★★★
4 FACC	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★
5 Fronius	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★
6 Alpla	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★
7 Andritz	★★★	★★★	★★★	★★★	★	★★★
8 AMAG	★★★	★★★	★★★	★★★	★	★★★
9 Doppelmayr	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★	★★★
10 Borealis	★★★	★★★	★★★	★★	★★★	★★★

Drei Fragen an Axel Maireder

INDUSTRIEMAGAZIN: Wie wichtig ist der Ruf für ein Unternehmen, Herr Maireder?

Axel Maireder: Die Reputation eines Unternehmens ist ein wertvolles Gut. Durch negative Vorfälle – Skandale oder Fehlverhalten – kann der Ruf eines Unternehmens jedoch leicht beschädigt werden. Der Corporate Reputation Score 2018 hat ermittelt, dass Reputation für bis zu ein Drittel des von einem Unternehmen erwirtschafteten Gewinns verantwortlich sein kann. Unternehmen mit einem guten Ruf finden zudem einfacher gute Mitarbeiter – und haben damit natürlich gegenüber Mitbewerbern einen Vorteil.

Wie hat sich der Stellenwert der Reputation im digitalen Zeitalter gewandelt?

Maireder: Der Ruf eines Unternehmens im Internet hängt nicht nur von den

eigenen Bemühungen ab, sondern auch von den Meinungen, Bewertungen und Äußerungen Dritter. Das Management der eigenen Online-Reputation erfordert daher eine proaktive Herangehensweise, die Überwachung von Online-Aktivitäten, das Reagieren auf Feedback und die Schaffung positiver Inhalte. Im analogen Zeitalter war es möglich, den einen oder anderen Makel zu verstecken oder einfach zu hoffen, dass er nicht bemerkt wird. In der digitalisierten Welt hingegen ist die Reputation etwas, an dem die Unternehmen durch eine offensive Kommunikation nach außen ständig arbeiten müssen.

Welche Rolle spielt Reputation in der Industrie?

Maireder: Eine positive Reputation in der Industrie kann die Chancen auf langfristige Geschäftsbeziehungen erhöhen, neue Geschäftsmöglichkeiten



Studienleiter Axel Maireder

eröffnen und das Wachstum fördern. Daher ist die sorgfältige Pflege und der Aufbau eines guten Rufs durch die Förderung kundenorientierter Ansätze, ethischer Geschäftspraktiken und eines exzellenten Kundendienstes auch für Industrieunternehmen im B2B-Bereich von entscheidender Bedeutung.

ADOBEE STOCK



Anlagenbau

	Produkte	Wirtschaftlichkeit	Nachhaltigkeit	Management	Arbeitgeber	Innovation	Score
1 Andritz	***	***	***	***	**	***	10,0
2 Doppelmayr	***	***	***	***	***	***	9,1
3 TGW	**	*	*	***	***	**	7,2

Automatisierung

1 Keba	***	***	***	***	**	***	10,0
2 B&R	***	***	*	***	***	***	9,1
3 DS Automotion	**	***	-	***	***	**	6,8

Maschinenbau

1 Palfinger	***	***	***	***	***	***	10,0
2 Innio Jenbacher	***	*	***	**	**	**	7,4
3 Trodat Trotec	***	*	**	*	***	**	7,3

Automotive/ Zulieferindustrie

1 FACC	***	***	***	***	***	***	10,0
2 Miba	***	***	***	***	*	***	9,0
3 AVL List	***	*	***	***	***	***	8,9

Metallbearbeitungs- industrie

1 Julius Blum	***	***	***	***	***	***	10,0
2 Salzburger Aluminium Group	***	**	**	**	**	***	8,1
3 Hammerer	***	*	***	**	***	***	8,1

Was ist Reputation?

Spricht man von der Reputation eines Unternehmens, so ist in der Regel das kollektive Urteil über dieses Unternehmen gemeint. Die Reputation eines Unternehmens ist also die Summe der Meinungen aller, die mit ihm zu tun haben: Kunden, Geschäftspartner, Mitarbeiter, Wettbewerber. Der

Erfolg und die langfristige Nachhaltigkeit eines Unternehmens können wesentlich von seiner Reputation beeinflusst werden. Letztlich entscheidet die mediale Vermittlung der Urteile über ein Unternehmen darüber, ob es einen guten oder schlechten Ruf hat.