

Notizbuch

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Wohnen**

Band (Jahr): **85 (2010)**

Heft 9

PDF erstellt am: **18.09.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



Reputation der Genossenschaften steigt

Migros, Coop und Raiffeisen finden sich gemäss Ranking des Marktforschungsinstituts GfK im Ansehen der Bevölkerung unter den «Top Ten» der 50 führenden Schweizer Unternehmen. Die Migros liegt erstmals an der Spitze, Raiffeisen und Coop belegen neu die Ränge vier und sieben. Die Wirtschaftskrise hat das Ansehen der genossenschaftlich organisierten Firmen gefördert. Davon können auch Wohnbaugenossenschaften profitieren.

Von Stephan Schwitter

Der Begriff Reputation kommt vom lateinischen Verb *reputare* (berechnen, erwägen, überlegen, bedenken) und dem entsprechenden Hauptwort *reputatio* (Erwägung, Betrachtung). Reputation bedeutet in unserem Zusammenhang der gute Ruf, das Ansehen. Bekannte Synonyme sind Renommee, Image, Leumund, Achtung, Anerkennung, Wertschätzung, Hochachtung oder Nimbus.

GfK ist das grösste Marktforschungsinstitut der Schweiz. Es gehört seit 1999 zur GfK-Gruppe mit Hauptsitz in Nürnberg, die ihrerseits zu den fünf grössten Marktfor-

schungsgesellschaften der Welt zählt. GfK Switzerland führt in Zusammenarbeit mit der Schweizer Gesellschaft für Marketing und der Universität Zürich jährlich im Frühling eine repräsentative Umfrage mit über 3400 Befragungen in der Schweiz durch. Daraus resultiert seit über zwanzig Jahren jeweils der «GfK BusinessReflector», ein wichtiger Seismograph in der Schweizer Unternehmenslandschaft. In dieser Studie werden unter anderem Aspekten wie Image, Bekanntheit, Qualität, Innovation, emotionale Komponenten und Nachhaltigkeit der Schweizer Firmen untersucht.

Ausschlaggebend für das hervorragende Ranking der Genossenschaftsgruppen im kürzlich publizierten «GfK BusinessReflector 2010» waren ihre ausgesprochen regionale oder nationale Verankerung, die allgemeine Rückbesinnung auf das Überschaubare nach den globalen Verwerfungen der Finanzkrise, die Verkörperung traditioneller Schweizer Werte dieser Unternehmen und das Vertrauen ihrer Kunden in föderale und genossenschaftliche Strukturen. Diese Beurteilungskriterien treffen ziemlich genau auch auf die gemeinnützigen Wohnbaugenossenschaften zu, auch wenn sie nicht zu den befragten kommerzi-

ellen Firmen gehören. Wohnbaugenossenschaften sollten deshalb den Trend der positiven Reputation anderer Genossenschaftsbranchen aktiv nutzen für die Verbesserung des eigenen Renommées. Dies wird vielerorts auch vorbildlich gemacht, aber leider noch lange nicht überall.

Zum Ansehen der gemeinnützigen Wohnbaugenossenschaften gehört nicht nur das Angebot von preiswertem Wohnraum von guter Qualität, sondern auch ihr ganz besonderer Wettbewerbsvorteil in der Branche: die Förderung der Gemeinschaft und der Mitbestimmung der Bewohnerinnen und Bewohner. Der SVW und seine Regionalverbände sind bestrebt, ihre Mitglieder in beiderlei Hinsicht tatkräftig zu unterstützen und bieten zu diesem Zweck eine vielfältige Palette von Dienstleistungen an. Und zusammen mit den beiden kleineren Dachorganisationen des gemeinnützigen Wohnungsbaus sind wir bemüht, mit dem Forum der Schweizer Wohnbaugenossenschaften und weiteren Veranstaltungen in der Öffentlichkeit und von den politischen Institutionen als bedeutende Kraft wahrgenommen zu werden. Dies gelingt uns nur mit Ihrer Beteiligung: Gemeinsam sind wir stark!

Anzeigen

www.schaub-maler.ch

Maler-Service

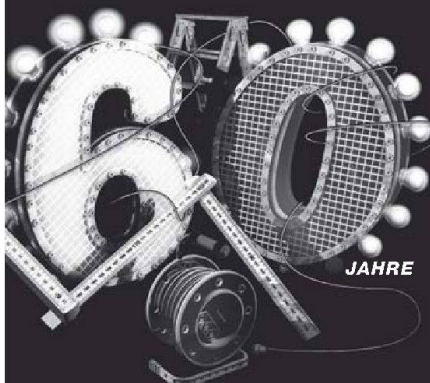
Unsere Kundenmaler zeichnen sich durch Selbständigkeit, Flexibilität und Kundenfreundlichkeit aus.

 **Schaub Maler AG**

Hofackerstrasse 33, 8032 Zürich
Tel. 044 381 33 33, Fax 044 381 33 34
info@schaub-maler.ch

WIR INSTALLIEREN ZUKUNFT

www.elektro-compagnoni.ch



JAHRE

ELEKTRO COMPAGNONI