



Dr. Doebelin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH

Fact Sheet

Titel	Das Image von Unternehmensführern bei Wirtschaftsjournalisten
Studien-Kürzel	WJ2015CEO
Zielgruppe	Wirtschaftsjournalisten von Tages- und Wochenzeitungen, Wirtschaftsmagazinen, Presseagenturen, Funk- und Fernsehredaktionen, Online-Redaktionen sowie freie Journalisten (bundesweit)
Stichprobe	88 Wirtschaftsjournalisten
Methode	Online-Umfrage
Zeitraum der Befragung	9. – 17. Juni 2015
Erhobene Image-Indikatoren der CEOs	<ul style="list-style-type: none">– Zugänglichkeit und Offenheit gegenüber der Presse– Sympathie <i>plus O-Töne der Journalisten</i>– Kompetenz und Persönlichkeit– Neue strategische Konzepte <i>plus O-Töne der Journalisten</i>
Zusätzliche Inhalte	Informationsbedürfnisse und Einstellungen der Journalisten
Berücksichtigte Unternehmensführer	CEOs aller DAX-Gesellschaften
Preis	735,- € pro Studie plus 19 % MwSt.
Bericht	Digitaler Management-Report mit Rankings, O-Tönen und kundenbezogener Zusammenfassung
Zahlungsbed.	Nach Erhalt der Studie