



Dr. Doeblin  
Gesellschaft für  
Wirtschaftsforschung mbH

## Studienprospekt

---

Die Kommunikationswirkung  
von Unternehmen und Verbänden  
bei Wirtschaftsjournalisten in Bayern

Dezember 2015

Dr. Doeblin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung mbH  
10557 Berlin, Helgoländer Ufer 7 b  
Tel. 030-58856710, Fax 030-91550648  
doeblyn@wp-online.de  
www.wp-online.de

© Dr. Doeblin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung mbH 2015-16

## Evaluierung des Images Ihres Unternehmens/Verbandes

Seit 25 Jahren untersucht unser Institut die Wirkung von Pressearbeit bei Wirtschaftsjournalisten. In unserer aktuellen Umfrage analysieren wir, wie Wirtschaftsjournalisten von Medien in Bayern die Pressearbeit und das Image ausgewählter Unternehmen und Verbände des Freistaates beurteilen.

Unsere Studie leistet einen Beitrag zur Analyse von Stärken und Schwächen der eigenen Kommunikation, in der Gegenüberstellung mit den Ergebnissen anderer Unternehmen und Verbände.

### Die Kommunikationsindikatoren der Studie:

#### *Image der Pressearbeit*

- Professionalität der Pressearbeit  
(Plus: Schriftliche O-Töne der Wirtschaftsjournalisten zu Pressestellen mit herausragender Pressearbeit)
- Kompetenz der Gesprächspartner der Journalisten in den Unternehmen/Verbänden

#### *Image des Unternehmens/Verbandes*

- Sympathiewert
- Lebendiger und innovativer öffentlicher Auftritt

#### *Image der Führungspersönlichkeiten*

- Kompetenz und Persönlichkeit  
(Plus: Schriftliche O-Töne der Wirtschaftsjournalisten zu Führungspersönlichkeiten mit hoher Kompetenz und Persönlichkeit)

### Weitere Themen der Umfrage

*Einstellungen zu wirtschaftspolitischen Fragen*

*Informationsbedürfnisse nach Themen*

*Beurteilung ausgewählter Landespolitiker*

## Technische Daten der Umfrage

- Zielgruppe:** Wirtschaftsjournalisten von Medien in Bayern
- Teilnahme:** 38 Wirtschaftsjournalisten beteiligten sich an der Umfrage (automatischer Umfragestopp durch das Institut).
- Zeitraum der Befragung:** 11. bis 21. Dezember 2015
- Erhebungsform:** Online-Umfrage  
Die Journalisten wurden mit einer E-Mail gebeten, an der Umfrage teilzunehmen. Ein individualisierter Zugang mit Passwortschutz stellte sicher, dass nur eingeladene Journalisten teilnehmen konnten.
- Incentive:** Die Journalisten erhielten für ihre Teilnahme nach eigener Wahl eine Flasche Wein, Lebkuchen oder einen Tankgutschein. Sie konnten sich auch für eine Spende an eine gemeinnützige Organisation entscheiden.
- Preis:** 390,- Euro + 19 % Mehrwertsteuer
- Zahlungsbedingungen:** Rechnungsstellung und Zahlung nach Vorlage der Studie

## Leistungen

Lieferung eines digitalen Management-Reports mit Kommentaren, Tabellen und O-Tönen sowie einer individuellen Zusammenfassung Ihres Ergebnisses.

## In der Studie berücksichtigte Unternehmen/Verbände und ihre Vorsitzenden

### Auto/Autozulieferer

Jürgen Otto, Brose  
Klaus Rosenfeld, Schaeffler

### Luftverkehrswirtschaft

Michael Kerkloh, Flughafen München  
Reiner Winkler, MTU Aero Engines

### Elektronik/Elektrotechnik/IT

Thomas Diehl, Diehl  
Walter Schlebusch, Giesecke & Devrient  
Mark Hüsges, Loewe  
Olaf Bertien, Osram

### Finanzen

Jochen Thiel, Bayerische Börse  
Johannes-Jörg Riegler, BayernLB  
Theodor Weimer,  
HypoVereinsbank/UniCredit Bank  
Otto Beierl, LfA Förderbank Bayern  
Armin Zitzmann, Nürnberger Versicherungs-  
gruppe  
Frank Walthes, Versicherungskammer Bayern

### Konsumgüter/Handel

Klaus Josef Lutz, BayWa  
Björn Gulden, Puma  
Nicole Stocker, Ludwig Stocker Hopfisterei

### Sonstige Dienstleistungen

Dieter Kempf, Datev  
Klaus Dittrich, Messe München  
Axel Stepken, TÜV Süd

### Verbände/Institutionen

Alfred Gaffal, Arbeitgeberverbände der  
Metall- u. Elektroindustrie Bayern  
Matthias Jena, DGB Bayern  
Jürgen Wechsler, IG Metall Bayern  
Ulrich Netzer, Sparkassenverband Bayern  
Alfred Gaffal, vbw – Vereinigung der Bay.  
Wirtschaft

Wir weisen bei den einzelnen Kommunikationsindikatoren jeweils die Ergebnisse der besten Unternehmen/Verbände aus sowie – in jedem Falle – Ihr Ergebnis in Ihrem Studienband.