



Dr. Doeblin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH

Studienprospekt

Die Kommunikationswirkung von
Unternehmen und Verbänden bei
Wirtschaftsjournalisten in Bayern

März 2013

D-90562 Heroldsberg
Großgeschaidt 179

Telefon 09126-8433
Fax 09126-8005

doeblin@wp-online.de
www.wp-online.de

© Dr. Doeblin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung mbH 2013

Wirtschaftsjournalisten aus Bayern beurteilen das Image Ihrer Pressearbeit und Ihres Unternehmens/Verbandes

Wir freuen uns, Ihnen die Ergebnisse einer jährlichen Umfrage unter Wirtschaftsjournalisten relevanter Medien in Bayern vorlegen zu können – mit neuen Inhalten und Zitaten. In unserer aktuellen Studie analysieren wir wieder, wie die Wirtschaftsjournalisten die Pressearbeit und das Image ausgewählter Unternehmen/Verbände und ihrer Vorsitzenden bewerten.

Die Teilnehmer der Umfrage stufen die Unternehmen/Verbände nach wesentlichen Indikatoren ein und ergänzen ihr Urteil mit O-Tönen.

In der Verbindung von Rankings und Zitaten erhalten Sie eine interpretationsstarke Darstellung der Imageposition Ihres Unternehmens bzw. Verbandes aus der Sicht von Wirtschaftsjournalisten, im Benchmark mit den Ergebnissen anderer Unternehmen und Verbände.

Auf der Basis unserer mehr als 20-jährigen Erfahrung mit Journalistenumfragen sind wir bestrebt, unseren Kunden Informationen mit hohem Nutzwert für die Optimierung ihrer Kommunikation zu liefern.

Technische Daten der Umfrage

Grundgesamtheit: Wirtschaftsjournalisten von Tages- und Wochenzeitungen, Wirtschaftsmagazinen, Fachzeitschriften, Presseagenturen, Rundfunk/TV, Online-Medien sowie freie Journalisten in Bayern

Stichprobengröße: 45 Wirtschaftsjournalisten

Zeitraum
der Befragung: 21. bis 25. März 2013

Erhebungsform: Online-Umfrage
(Passwort-basierter personalisierter Zugang zum Fragebogen)

Preis: auf Anfrage

Leistungen

Lieferung eines Management-Reports mit Benchmark-Rankings, O-Tönen, Kommentaren und grafischen Darstellungen.



Die Inhalte der Umfrage

Image-Indikatoren

(Die Liste der bei den Image-Indikatoren bewerteten Unternehmen und Verbände finden Sie auf Seite 4 dieses Prospektes.)

Ranking: Professionalität der Pressearbeit

Welche Unternehmen bzw. Verbände betreiben eine professionelle Pressearbeit?

plus O-Töne der Journalisten zu Ihrem Unternehmen bzw. Verband

Ranking: Nützlichkeit der Internet-Angebote

Welche Informationsangebote von Pressestellen im Internet finden die Journalisten für ihre Arbeit als nützlich?

Ranking: Sympathiewert

Welche Unternehmen bzw. Verbände genießen bei Journalisten einen großen Sympathiewert?

plus O-Töne der Journalisten zu Ihrem Unternehmen bzw. Verband

Ranking: Innovative Ausstrahlung

Welche Unternehmen bzw. Verbände treten in der Öffentlichkeit lebendig und innovativ auf?

Ranking: Kompetenz und Persönlichkeit von Führungspersönlichkeiten

Welche Unternehmens- bzw. Verbandsführer gehören aufgrund ihrer Kompetenz und Persönlichkeit zu den dominanten Führungspersonen in Bayern?

plus O-Töne der Journalisten zu Ihrem Unternehmen bzw. Verband

Defizite der Pressearbeit

Welche Defizite der Pressearbeit weisen Unternehmen bzw. Verbände auf?

Anonymisierte Auswertung – Ihre Ergebnisse stehen natürlich Ihnen als Auftraggeber zur exklusiven Verfügung. Externe erhalten keinen Einblick in Ihre Ergebnisse.

Weitere Themen der Umfrage

- ▷ Einschätzung der wirtschaftlichen Lage in Bayern.
- ▷ Welche Bundesländer werden nach Ansicht der Journalisten eine überdurchschnittliche/eine unterdurchschnittliche Wirtschaftsentwicklung nehmen?
- ▷ Welche Regierung erwarten die Journalisten in Bayern als Ergebnis der nächsten Landtagswahlen?
- ▷ Wirtschafts- und Finanzkompetenz von Top-Politikern in Bayern.



In der Studie ausgewiesene Unternehmen und Unternehmensführer

Auto/Autozulieferer

Jürgen Otto, Brose
Lorenz Zwingmann, Knorr-Bremse
Klaus Probst, Leoni
Jürgen M. Geißinger, Schaeffler

Luftverkehrswirtschaft

Thomas Enders, EADS
Michael Kerkloh, Flughafen München
Egon Behle, MTU Aero Engines

Elektronik/Elektrotechnik/IT

Thomas Diehl, Diehl
Karsten Ottenberg, Giesecke & Devrient
Matthias Harsch, Loewe
Wolfgang Dehen, Osram
René Schuster, Telefónica Deutschland

Sonstige Industrie

Anton Wolfgang Graf Faber-Castell, Faber-Castell
Jan Siebert, KraussMaffei

Finanzen

Jochen Thiel, Bayerische Börse
Gerd Häusler, BayernLB
Theodor Weimer, HypoVereinsbank/UniCredit Bank
Otto Beierl, LfA Förderbank Bayern
Armin Zitzmann, Nürnberger Versicherungsgruppe
Frank Walthes, Versicherungskammer Bayern

Konsumgüter/Handel

Klaus Josef Lutz, BayWa
Branislav Knezevic, McDonald's
Horst Norberg, Media-Saturn
Franz Koch, Puma
Nicole Stocker, Ludwig Stocker Hopffisterei

Sonstige Dienstleistungen

Dieter Kempf, Datev
Klaus Dittrich, Messe München
Brian Sullivan, Sky Deutschland
Axel Stepken, TÜV Süd

In der Studie ausgewiesene Verbände und Verbandsvorsitzende

Alfred Gaffal, Arbeitgeberverbände der Metall- u. Elektroindustrie Bayern (bayme vbm)
Hans-Peter Hubmann, Bay. Apothekerverband
Heinrich Traublinger, Bay. Handwerkstag
Matthias Jena, DGB Bayern
Stephan Götzl, Genossenschaftsverband Bayern
Jürgen Wechsler, IG Metall Bayern
Theo Zellner, Sparkassenverband Bayern
Günter von Au, VBCI Verein der Bayerischen Chemischen Industrie
vbw - Vereinigung der Bay. Wirtschaft (*identischer Vorsitzender wie bei bayme vbm*)

