



Dr. Doeblin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH

Studienprospekt

Die Kommunikationswirkung von
Unternehmen und Verbänden bei
Wirtschaftsjournalisten in
Nordrhein-Westfalen

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 Nordrhein-Westfalen beurteilen das Image Ihrer Pressearbeit und Ihres Unternehmens/Verbandes

Wir freuen uns, Ihnen die Ergebnisse einer jährlichen Umfrage unter Wirtschaftsjournalisten relevanter Medien in Nordrhein-Westfalen 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 Nordrhein-Westfalen

Stichprobengröße: 40 Wirtschaftsjournalisten

Zeitraum
der Befragung: 20. 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 Nordrhein-Westfalen?

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



In der Studie ausgewiesene Unternehmen und Unternehmensführer

Auto/Autozulieferer/Logistik

Bernhard Mattes, Ford
Gerd Kleinert, KSPG (Kolbenschmidt Pierburg)
Klemens Rethmann, Rhenus

Finanzen

Paul-Otto Faßbender, ARAG
Dirk Elberskirch, Börse Düsseldorf
Torsten Oletzky, Ergo Versicherungsgruppe
Gerhard Schlangen, LBS Westdt. Landesbauspark.
Gerhard Horrion, Roland Rechtsschutz
Franz Josef Nick, Targobank
Werner Böhnke, WGZ Bank

Chemie

Klaus Engel, Evonik

Energie

Michael Schmidt, BP
Bernd Tönjes, RAG
Dieter Steinkamp, RheinEnergie

Telekommunikation

Thorsten Dirks, E-Plus
Jens Schulte-Bockum, Vodafone

Sonstige Dienstleistungen/Industrie

Thomas Rabe, Bertelsmann
Christoph Blume, Flughafen Düsseldorf
Michael Garvens, Flughafen Köln/Bonn
Stephan Gemkow, Haniel
Gerald Böse, KölnMesse
Werner Matthias Dornscheidt, Messe Düsseldorf
Manfred Bayerlein, TÜV Rheinland

Maschinen-/Anlagenbau/Stahl

Rüdiger Kapitza, Gildemeister
Armin Papperger, Rheinmetall
Heinrich Weiss, SMS Group

Konsumgüter/Handel

Heinrich Otto Deichmann, Deichmann
Henning Kreke, Douglas
Olaf Koch, Metro
Carsten Voigtländer, Vaillant

In der Studie ausgewiesene Verbände und Verbandsvorsitzende

Andreas Meyer-Lauber, DGB Bezirk NRW
Gesamtverband Steinkohle (*identischer Vorsitzender wie bei RAG*)
Horst-Werner Maier-Hunke, Landesvereinigung der Unternehmensverb. NRW
Michael Breuer, Rheinischer Sparkassen- und Giroverband (RSGV)
Ralf W. Barkey, Rheinisch-Westfälischer Genossenschaftsverband
Rolf Gerlach, Sparkassenverband Westfalen-Lippe

