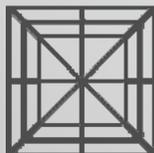


München, 22. September 2017

Beste Wirtschaftskommunikation

Präsentation der Ergebnisse paralleler Umfragen im Juni 2017 bei Wirtschaftsjournalisten und in der Bevölkerung



Copyright Dr. Doebelin Gesellschaft
für Wirtschaftsforschung mbH

Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten

Die Präsentation bezieht sich auf

- eine Online-Umfrage bei Wirtschaftsjournalisten
(seit 1988)
Stichprobe: 225
Zeitraum: 21. bis 28. Juni 2017
- eine Online-Bevölkerungsumfrage
Stichprobe: 1030
Zeitraum: 21. bis 28. Juni 2017



Strukturdaten

(Umfrage unter Wirtschaftsjournalisten)



Beruflicher Status

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Freier/Fester Freier	29 %	26 %	30 %	18 %	25 %	23 %
Leitende Funktion*	42 %	39 %	43 %	47 %	43 %	44 %
Sonstiger Festangestellter	27 %	35 %	28 %	34 %	33 %	34 %

*Leitende Funktion: Chefredakteur, Leiter der Wirtschaftsredaktion, Leitender Redakteur, Chef vom Dienst



Schwerpunkte der eigenen Berichterstattung

	2014	2015	2016	2017
Auto	51 %	47 %	48 %	44 %
Comp./TK	33 %	27 %	28 %	31 %
Chemie/Pharma	22 %	18 %	25 %	20 %
Banken/ Versicherungen	51 %	54 %	54 %	51 %
Energie	47 %	34 %	42 %	32 %



Medientyp

	2015	2016	2017
Tageszeitung	39 %	39 %	32%
Wochenzeitung	4 %	3 %	4 %
Fachzeitschrift	13 %	9 %	20 %
Wirtschaftsmagazin	9 %	12 %	11 %
Illustrierte/Publikumszeitschrift	1 %	3 %	2 %
Hörfunk/Fernsehen	16 %	21 %	16 %
Presseagentur	6 %	6 %	5 %
Online-Medium	10 %	8 %	10 %



Informationsbedürfnisse



Bei welchen der folgenden Themen würden Sie sagen,

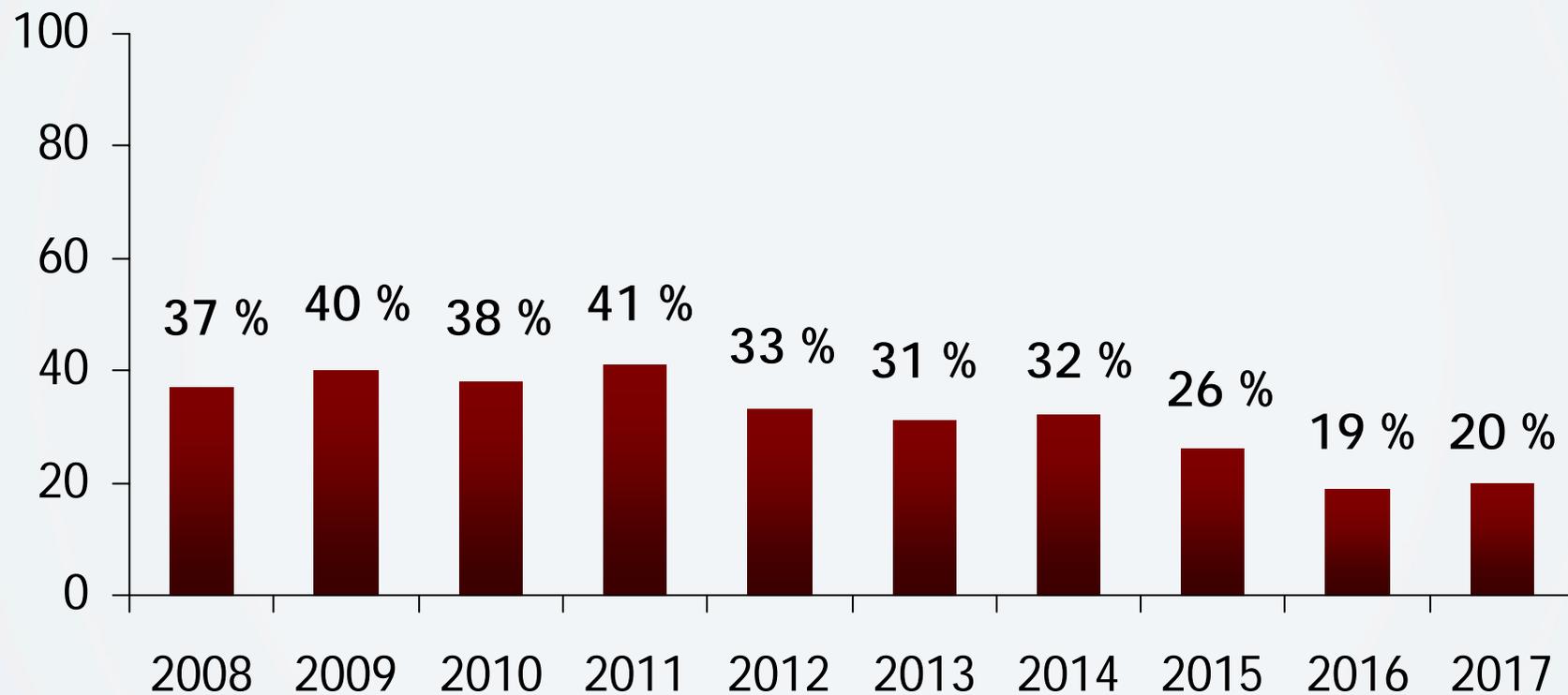
- a) darüber erhalte ich von der Wirtschaft **recht viele Informationen,**
- b) dafür **interessiere ich mich ziemlich stark?**

Informationsbedürfnisse

	Erhalte viele Infos	Interessiert mich stark
Elektromobilität	60 %	52 %
Verkehr der Zukunft	50 %	54 %
Digitalisierung der Wirtschaft	64 %	55 %
Corporate Governance	14 %	16 %
CSR	26 %	20 %

Wirtschaftsjournalisten-Umfrage Juni 2017

Interesse an CSR: Bleibt niedrig



Informationsbedürfnisse

	Erhalte viele Infos	Interessiert mich stark
Energieversorgung der Zukunft	34 %	45 %
Virtuelle Währungen, z.B. Bitcoin	6 %	23 %
Angemessenheit von Vorstandsvergütungen	26 %	61 %

Einstellungen



Wirtschaftsjournalisten-Umfrage Juni 2017

Deutschland wird in den nächsten zehn Jahren im internationalen Wettbewerb seinen Rang als erstklassiger Standort erhalten.

	2005	2015	2016	2017
	58 %	71 %	72 %	73 %



Autos: Vertrauen in deutsche Hersteller

Auch in zehn Jahren werden die meisten in Deutschland verkauften Autos in Deutschland hergestellt sein.

	1997	2007	2017
	53 %	36 %	53 %

Elektroautos: Deutliches Wachstum

In wenigen Jahren werden auf Deutschlands Straßen deutlich mehr Elektroautos fahren.

63 %

Vergleich Wirtschaftsjournalisten vs. Bevölkerung

Wirtschaftsstandort, Elektroautos: Wirtschaftsjournalisten optimistischer als Bürger

	WJ	Bev.
Deutschland wird in den nächsten 10 Jahren im internationalen Wettbewerb seinen Rang als erstklassiger Wirtschaftsstandort erhalten.	73 %	33 %
In wenigen Jahren werden in Deutschland deutlich mehr Elektroautos fahren.	63 %	39 %

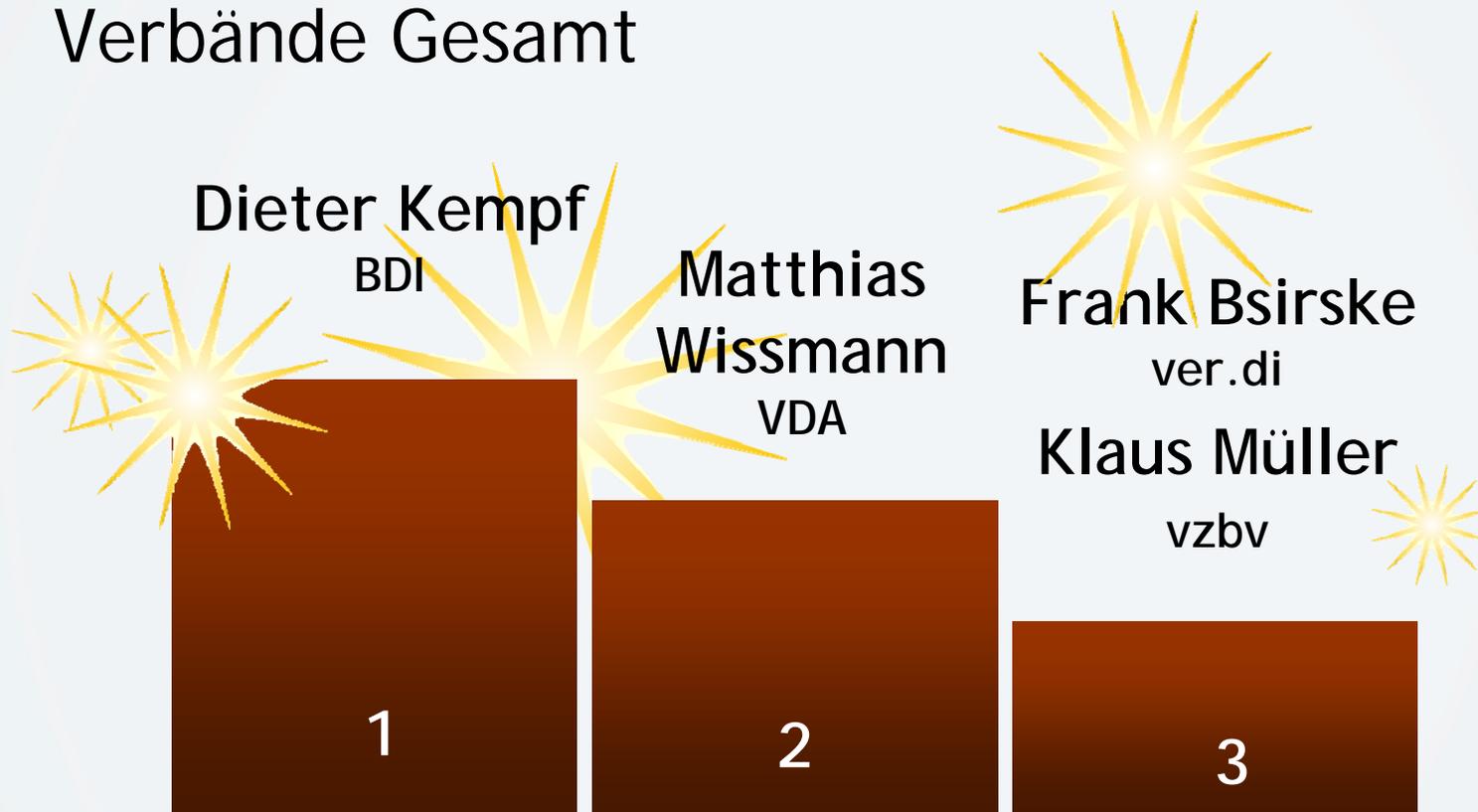


Reputation von Verbandsvorsitzenden



Reputation von Verbandsvorsitzenden

Kompetenz und Persönlichkeit - 2017 Verbände Gesamt



Kompetenz und Persönlichkeit Verbände gesamt

Zugewinne Dez. 2016 / Juni 2017

- Ingo Kramer/(BDA)
- Klaus Müller/vzbv
- Rainer Holznagel/BdSt

Reputation von Verbandsvorsitzenden

Offener Umgang mit den Medien - 2017 Verbände Gesamt



Reputation von Verbandsvorsitzenden

Offener Umgang mit den Medien - 2017 Wirtschaftsverbände



Offener Umgang mit den Medien Verbände gesamt

Zugewinne Dez. 2016 / Juni 2017

- Ingo Kramer/BDA
- Matthias Wissmann/VDA
- Rainer Holznagel/BdSt

O-Töne der Journalisten zu Dieter Kempf:

„Profiliert den BDI mit klaren Standpunkten“

„Guter, erfahrener Mann, bringt den BDI in die richtige Richtung voran“

„Stratege mit Weitblick“



O-Töne der Journalisten zu Frank Bsirske:

„Charismatisch, sympathisch, wichtig“

„Widmet sich seiner Aufgabe mit großem Ernst - das kommt 'rüber“

„Extrem durchsetzungsstark, ein Leadertyp, scheut keinen Konflikt“

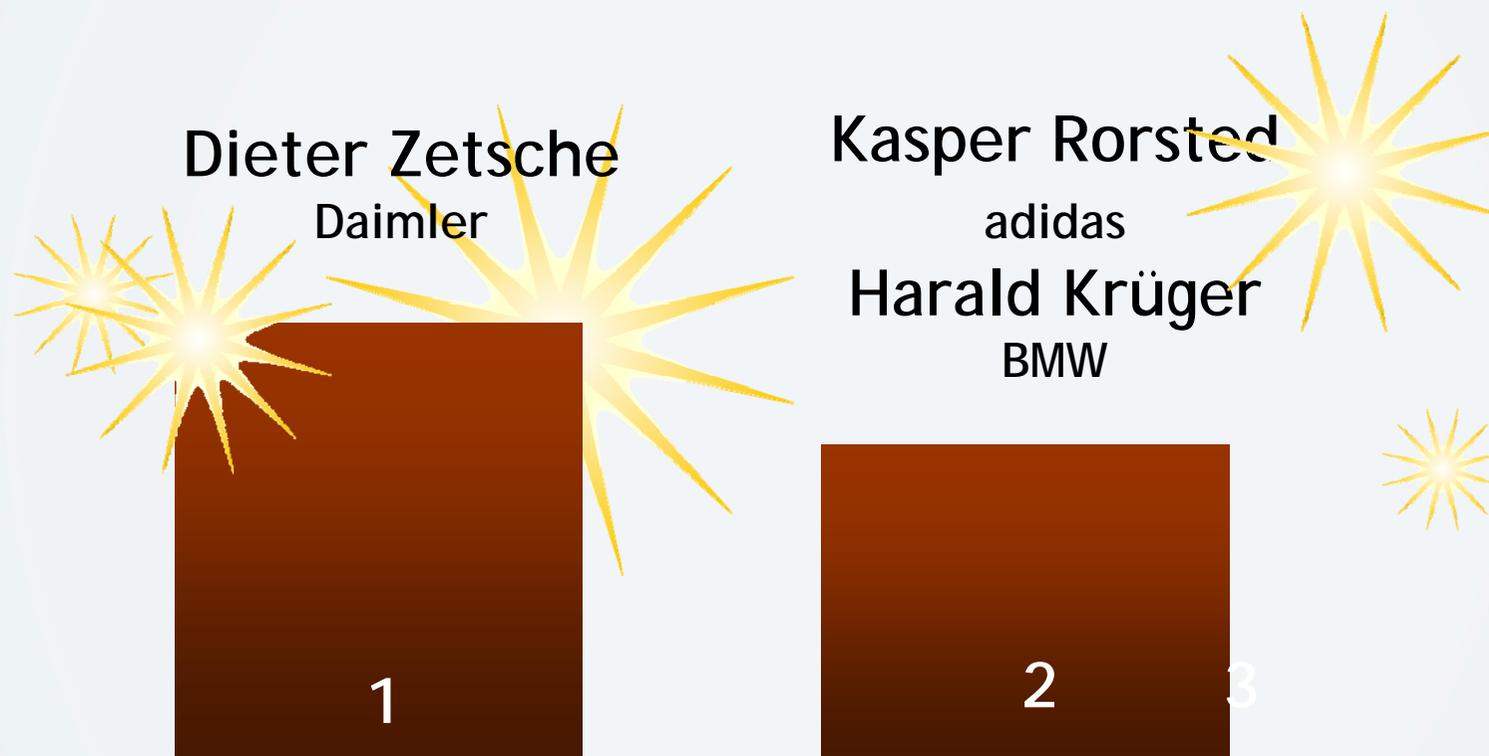


Reputation von DAX-CEOs



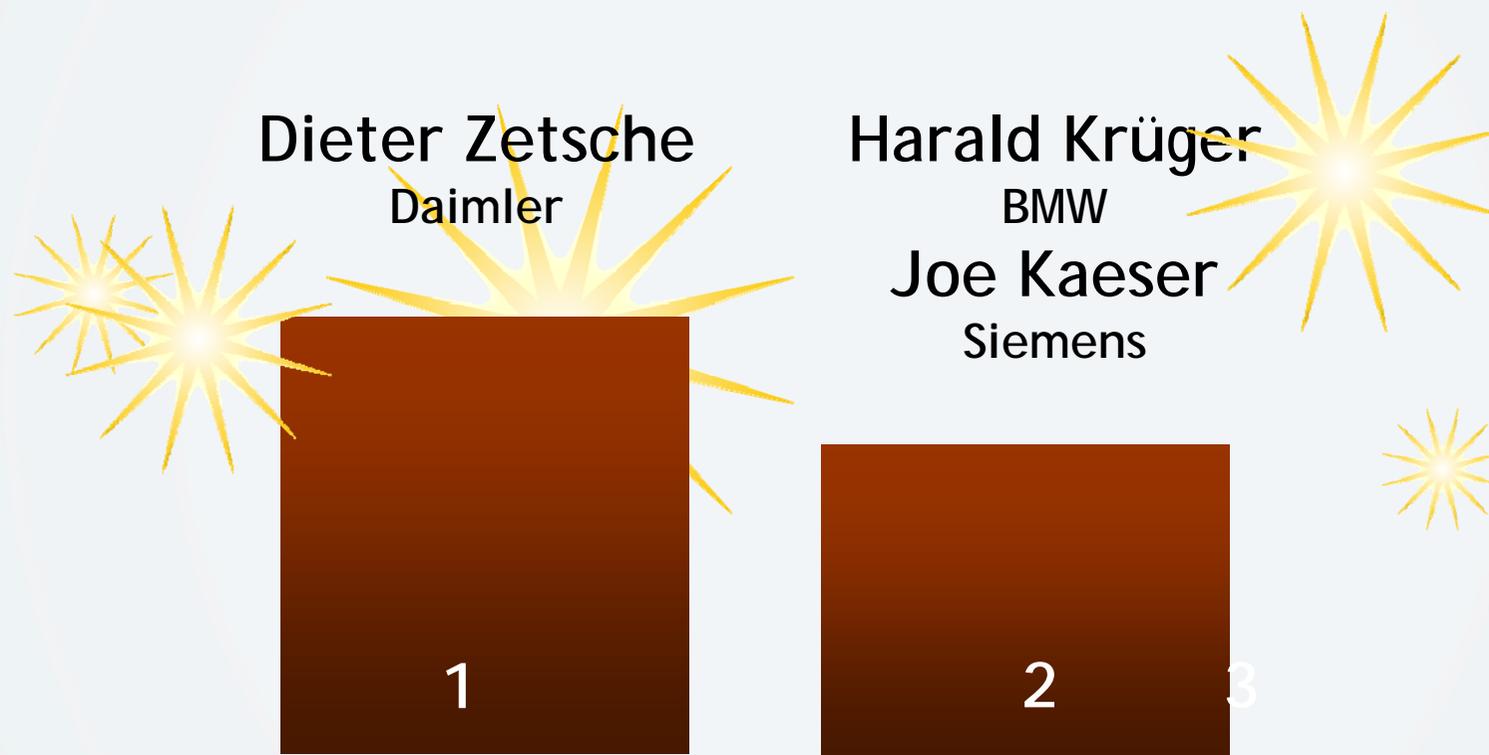
Reputation von Vorstandsvorsitzenden

Offener Umgang mit den Medien - 2017 Dax-CEOs



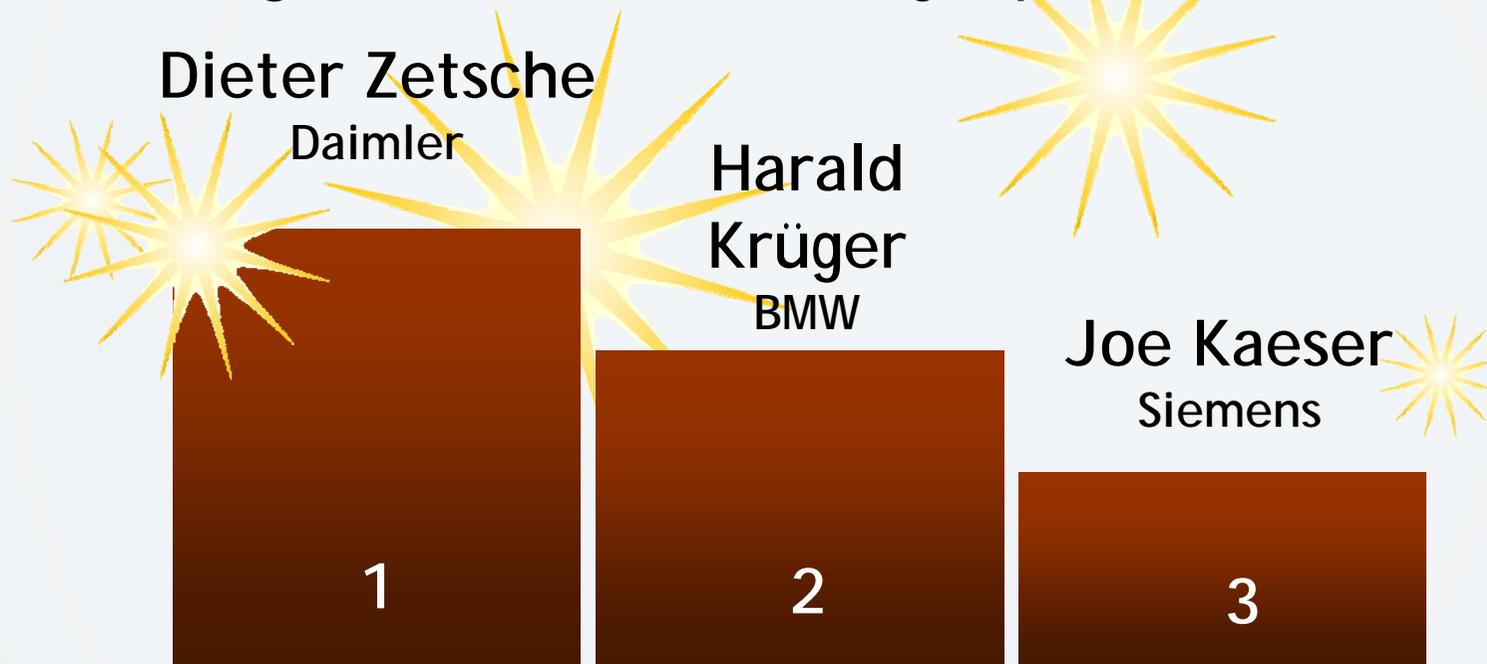
Reputation von Vorstandsvorsitzenden

Kompetenz und Persönlichkeit - 2017 Dax-CEOs



Reputation von Vorstandsvorsitzenden

Gesamtreputation 2017: Offener Umgang mit den Medien, Kompetenz und Persönlichkeit, Strategischer Weitblick, Sympathie



Gesamtreputation Dax-CEOs

Zugewinne Dez. 2016 / Juni 2017

- Joe Kaeser/Siemens
- Carsten Spohr/Lufthansa
- Frank Appel/Deutsche Post
- John Cryan/Deutsche Bank
- Kurt W. Bock/BASF

O-Töne der Journalisten zu Dieter Zetsche:

„Charismatisch, erfolgreich, hervorragender Stratege“

„Die Modernisierung von Marke und Ruf und Produktpalette sind ganz wesentlich sein Verdienst - und wurden von ihm auch entsprechend angekündigt und nun umgesetzt.“

„Herausragend, was den Erfahrungsschatz, den Vernetzungsgrad und Begeisterungsfähigkeit/Charisma angeht. Außerdem zeichnet ihn eine ganz außergewöhnliche Souveränität in schwierigen Situationen sowie eine bemerkenswerte Führungsstärke aus.“

O-Töne der Journalisten zu Harald Krüger:

„Äußerst beherrscht und diszipliniert, verlangt hohe Leistungsbereitschaft und Durchsetzungsfähigkeit“

„Ein großer Ingenieur und dazu ein Spitzenmanager, der Vertrauen weckt. Hat Visionen, die die ganze Branche braucht.“

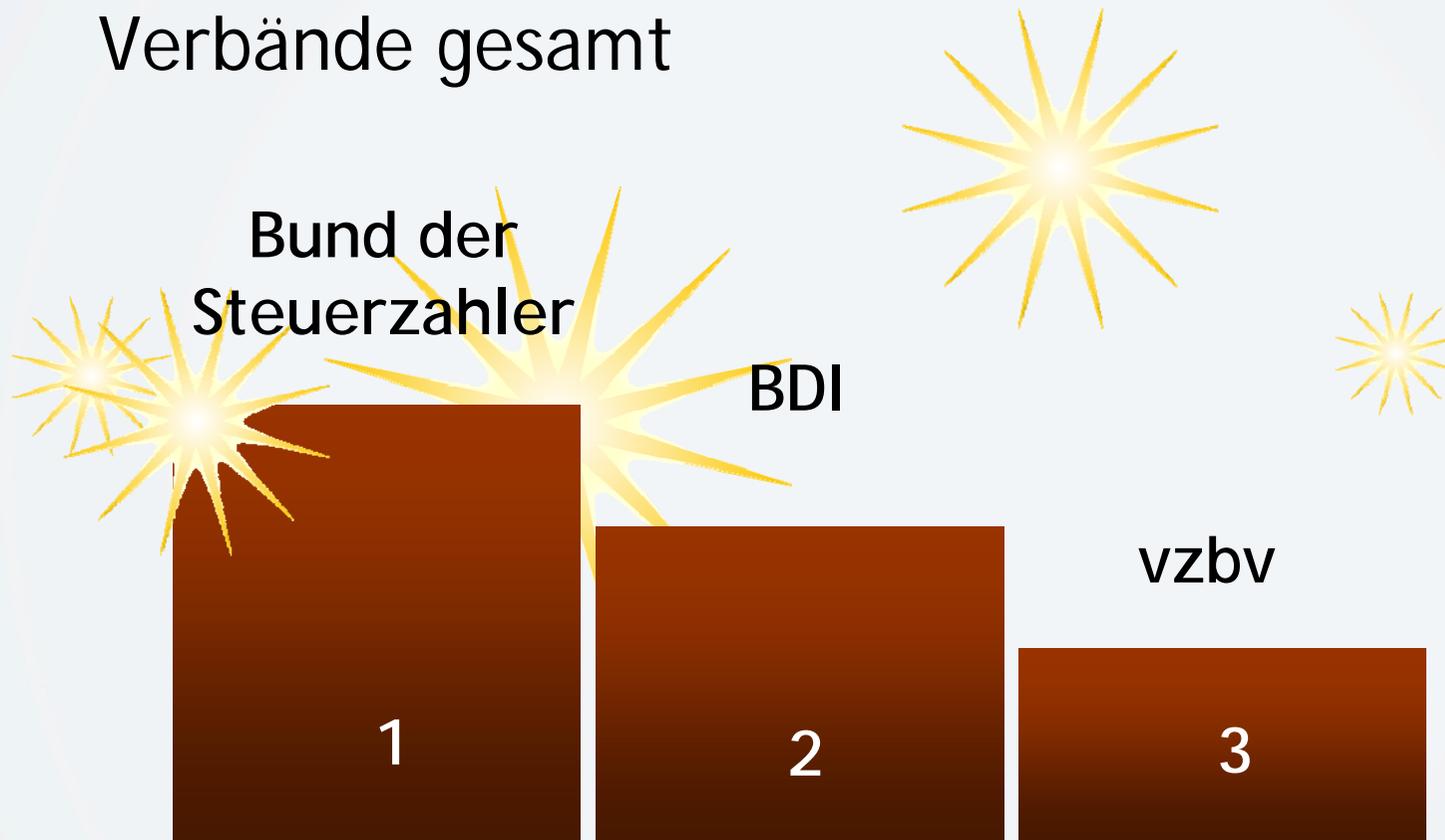
„Offen, charismatisch, kreativ tolle Ausstrahlung, sehr freundlicher Umgang, geduldig“

Pressearbeit Verbände



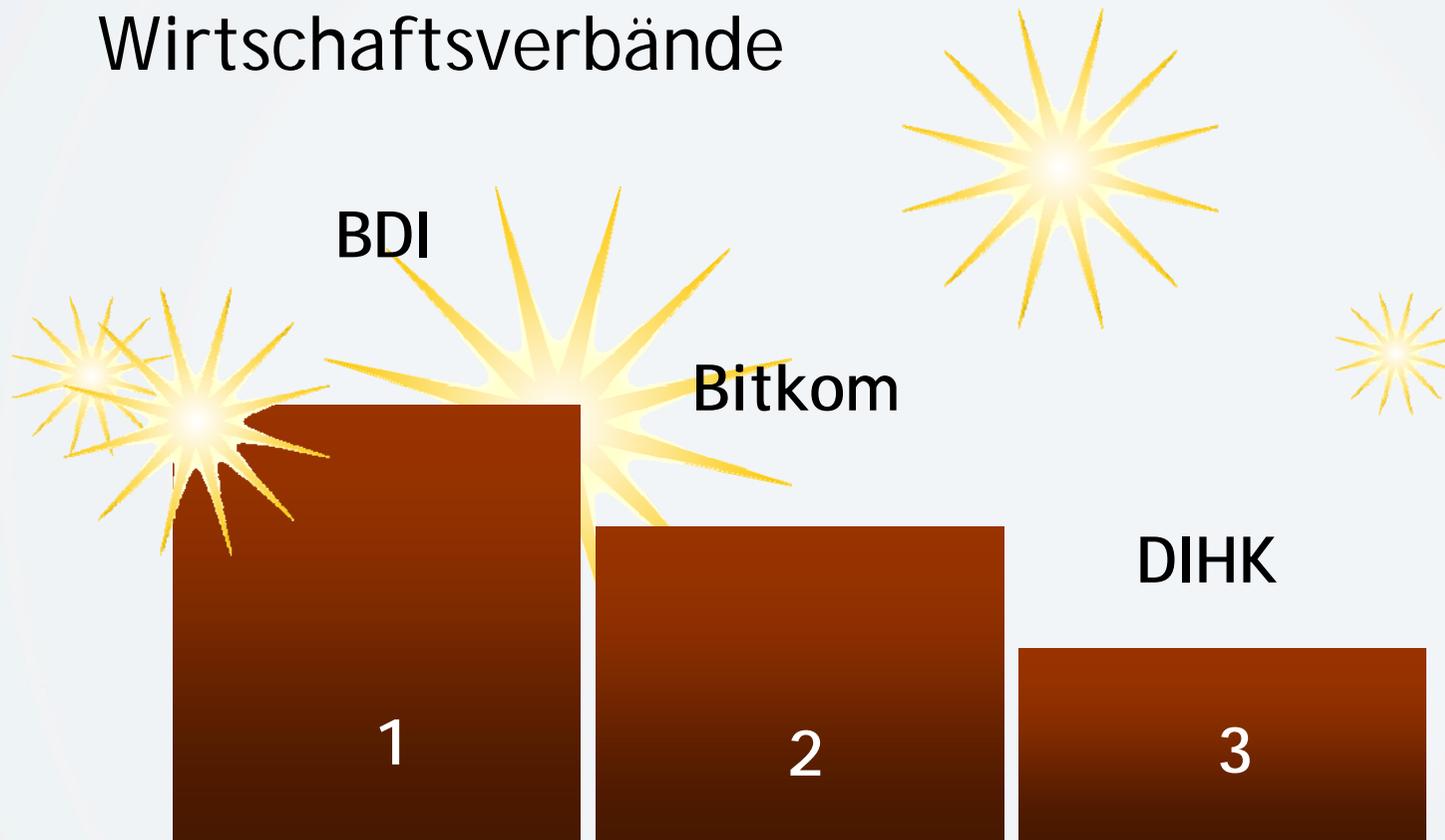
Evaluierung von Pressearbeit

Kompetente Gesprächspartner - 2017 Verbände gesamt



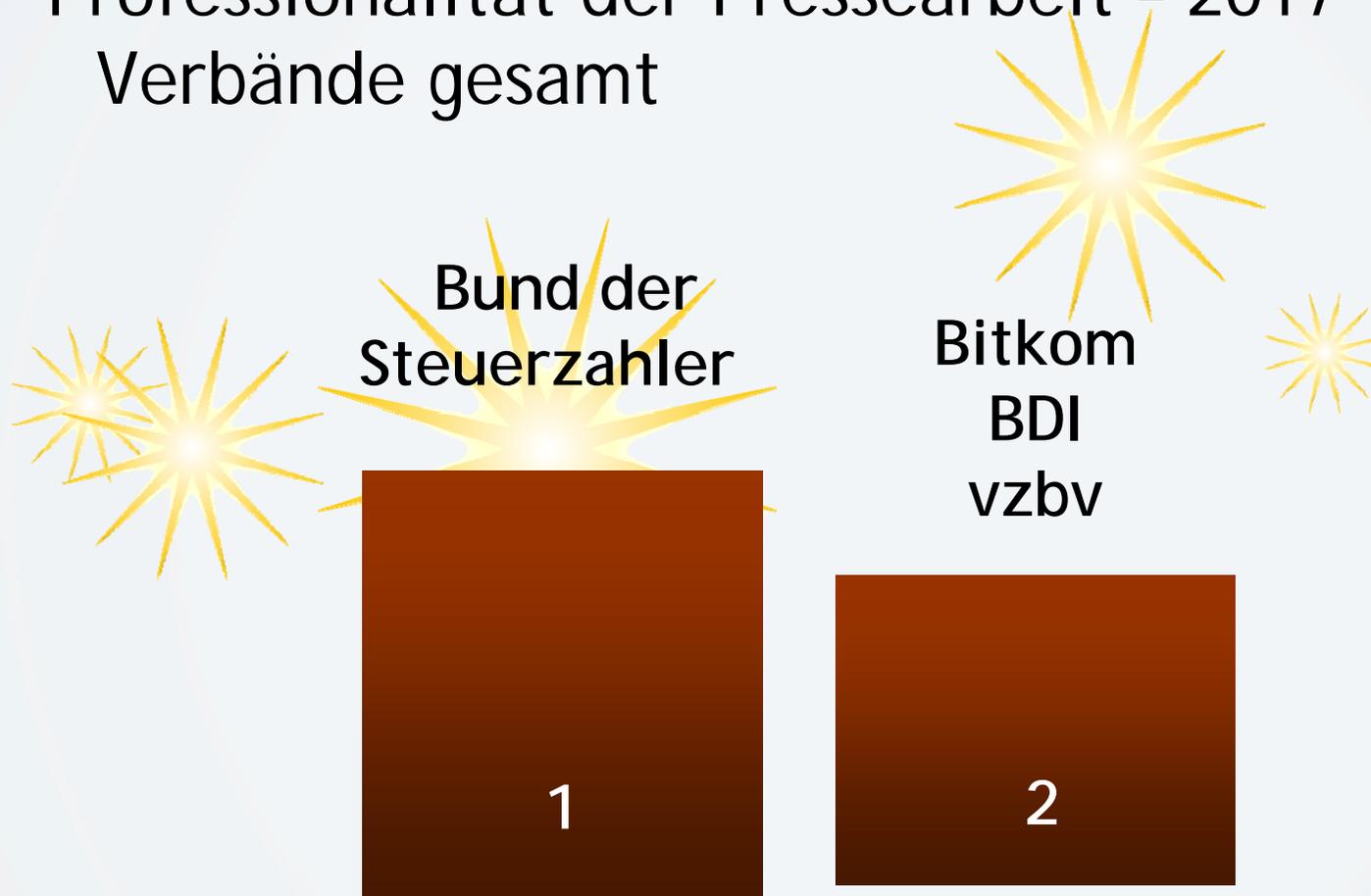
Evaluierung von Pressearbeit

Kompetente Gesprächspartner - 2017 Wirtschaftsverbände



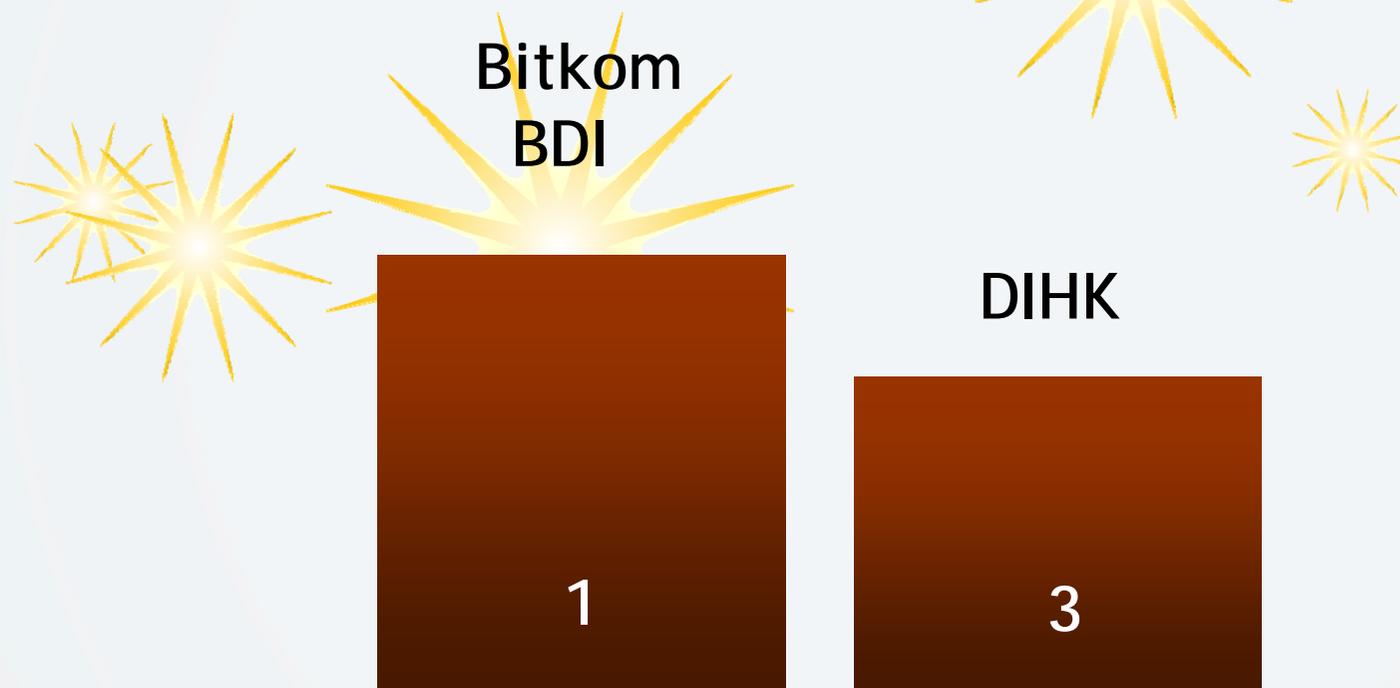
Evaluierung von Pressearbeit

Professionalität der Pressearbeit - 2017 Verbände gesamt



Evaluierung von Pressearbeit

Professionalität der Pressearbeit - 2017 Wirtschaftsverbände



Professionalität der Pressearbeit Verbände gesamt

Zugewinne Dez. 2016 / Juni 2017

- ADAC
- vzbv
- BdSt

O-Töne der Journalisten zum Bitkom:

„Sehr detaillierte, bedrafsgerechte Informationen ohne Schnörkel“

„Häufige Wortmeldungen, sachkundig, immer neue Ideen“

„Gute Themenwahl - modern präsentiert“



O-Töne der Journalisten zum BDI:

„Sehr gute Pressearbeit, eines BDI angemessen und würdig“

„Weiß, wann er wirklich etwas zu kommunizieren hat; vermittelt gute Gesprächspartner“

„Aktiv, gute Erreichbarkeit, verstehen ihren Job/die Medien und wissen bei Anfragen schnell zu helfen“

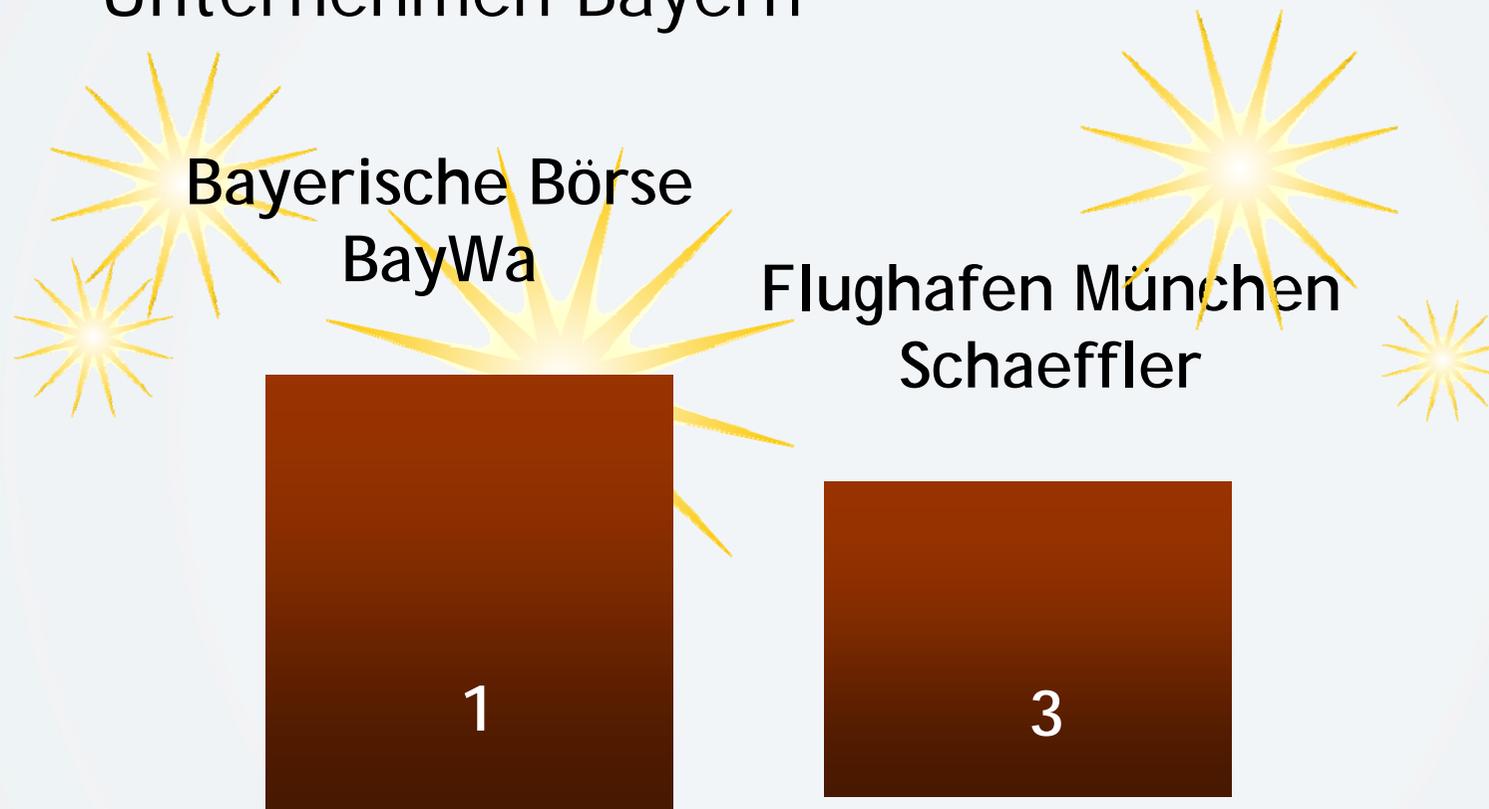


Pressearbeit Unternehmen Bayern



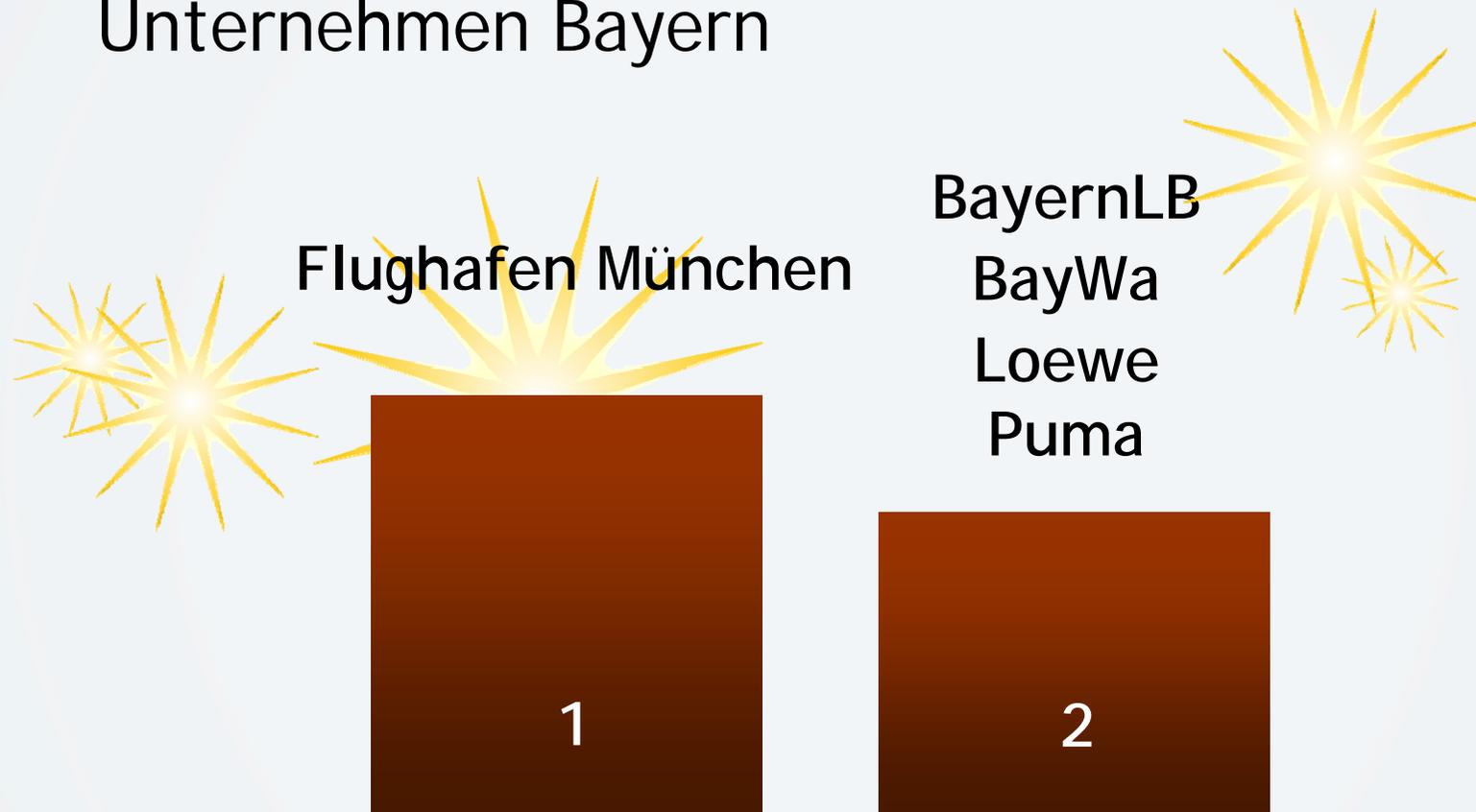
Evaluierung von Pressearbeit

Kompetente Gesprächspartner - 2017 Unternehmen Bayern



Evaluierung von Pressearbeit

Professionalität der Pressearbeit - 2017 Unternehmen Bayern



O-Töne der Journalisten zum Flughafen München:

„Immer eine sehr schnelle Antwort auf Anfragen. Sehr kompetent und unkompliziert!!“

„Viele Hintergrundgespräche, da, wenn man sie braucht“

„Tolles Team und mit kompetenten und freundlichen Mitarbeitern“



O-Töne der Journalisten zur Bayerischen Börse:

„Sehr kompetent, von wegen kleine unbedeutende Börse! “

„Auch offen für schwierigere Themen“

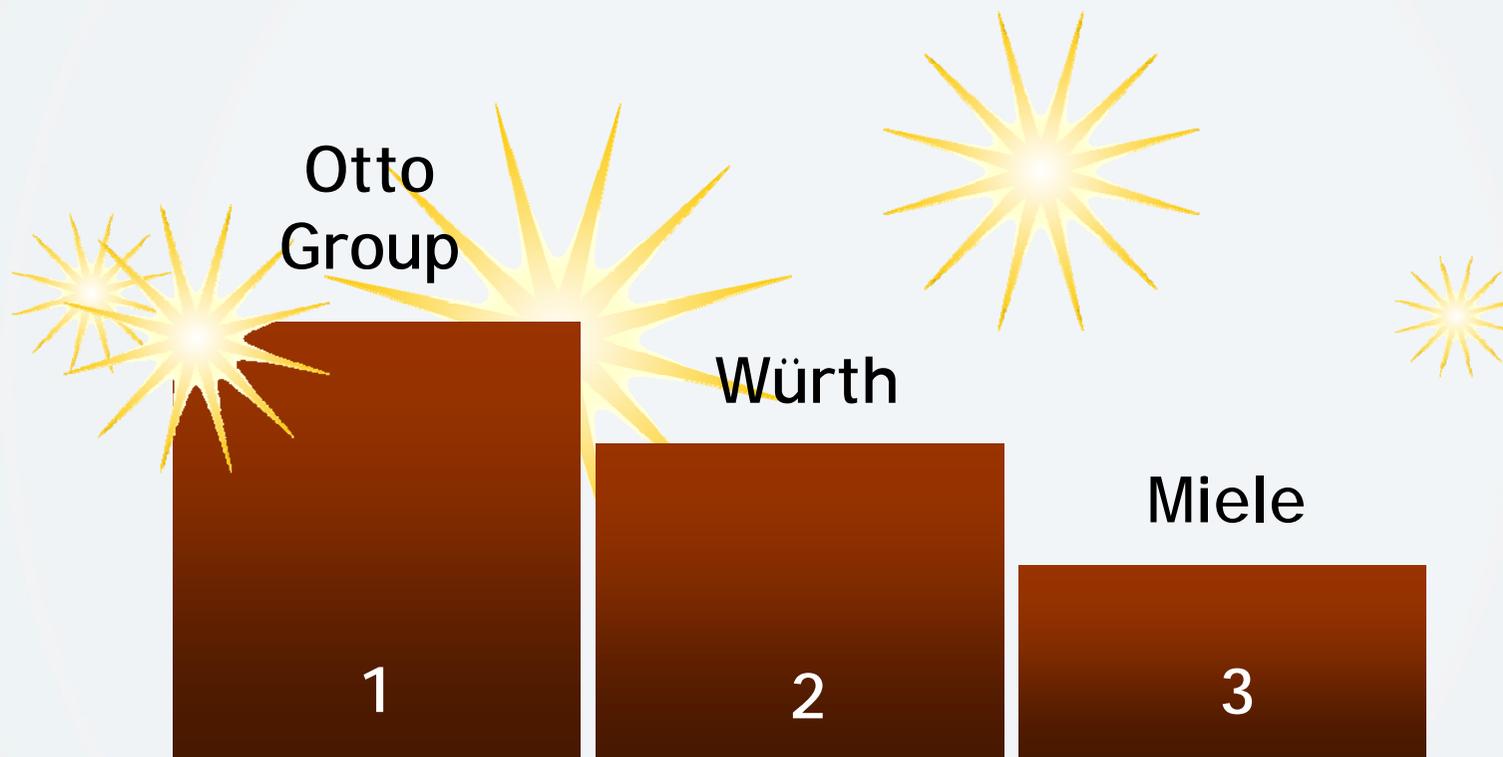
„Gute Unterstützung der Journalisten“

Pressearbeit Familienunternehmen



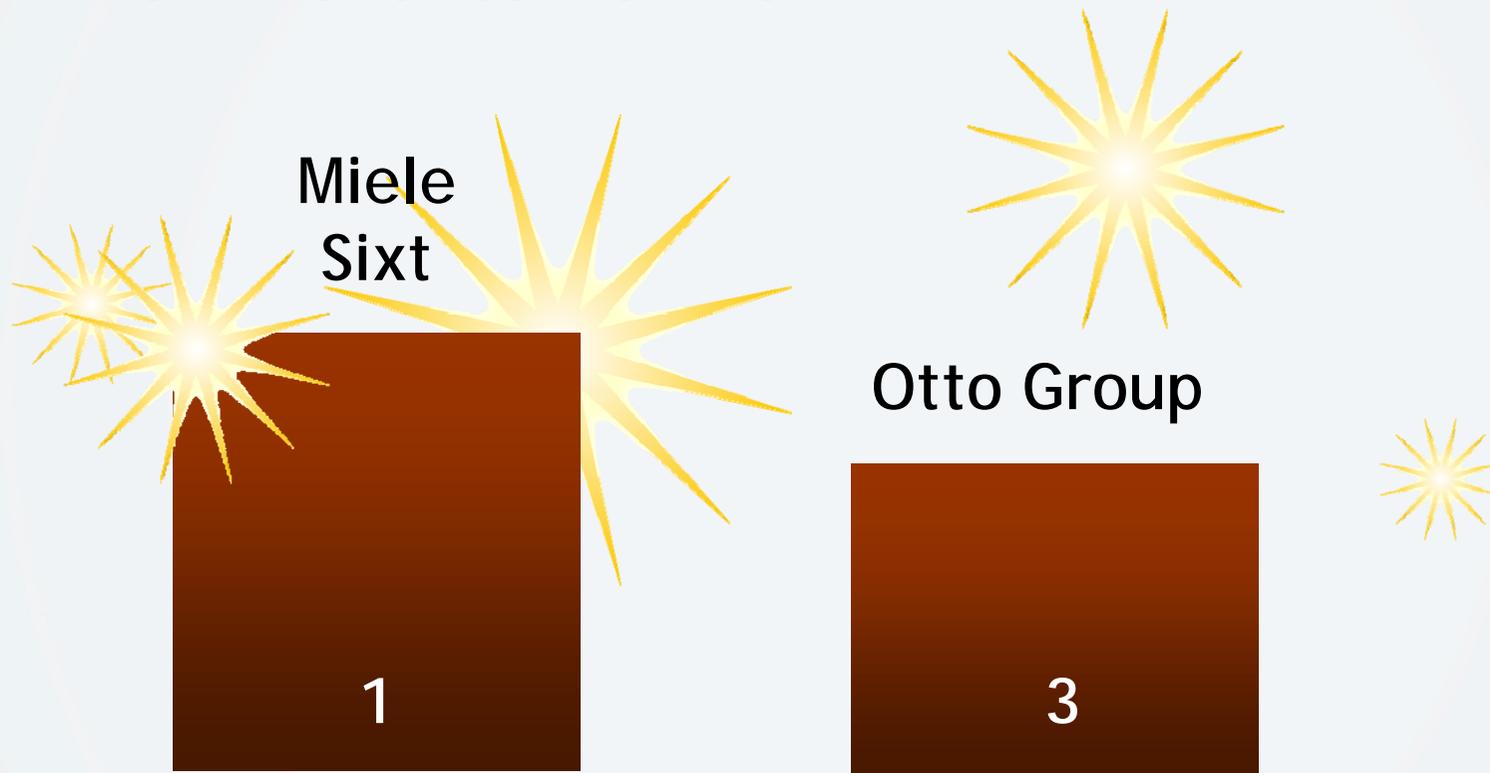
Evaluierung von Pressearbeit

Kompetente Gesprächspartner - 2017 Familienunternehmen



Evaluierung von Pressearbeit

Professionalität der Pressearbeit - 2017 Familienunternehmen



Wirtschaftsjournalisten-Umfrage Juni 2017

O-Töne der Journalisten zu Miele:

„Gute Pressemitteilungen, zielgenauer Versand, Hinweis auf Ansprechpartner“

„Versendet interessante Pressemitteilungen, kompetente Beantwortung von Anfragen“

„Tolle Pressearbeit, gut erreichbar, machen beispielsweise auf Messen sehr kurzfristig einiges möglich und stellen gute Gesprächspartner“



Wirtschaftsjournalisten-Umfrage Juni 2017

O-Töne der Journalisten zu Otto Group:

„Hat sich an die Digitalisierung angepasst, modern und kompetent“

„Gute , offene Pressearbeit, gute Gesprächspartner, Drehs häufig möglich“

„Sehr in Sachen Nachhaltigkeit unterwegs“



Wirtschaftsjournalisten-Umfrage Juni 2017

O-Töne der Journalisten zu Sixt:

„Schnell erreichbar, engagiert“

„Spaß, Emotion, weckt Interesse“

„Sehr gute, brauchbare Pressemitteilungen“

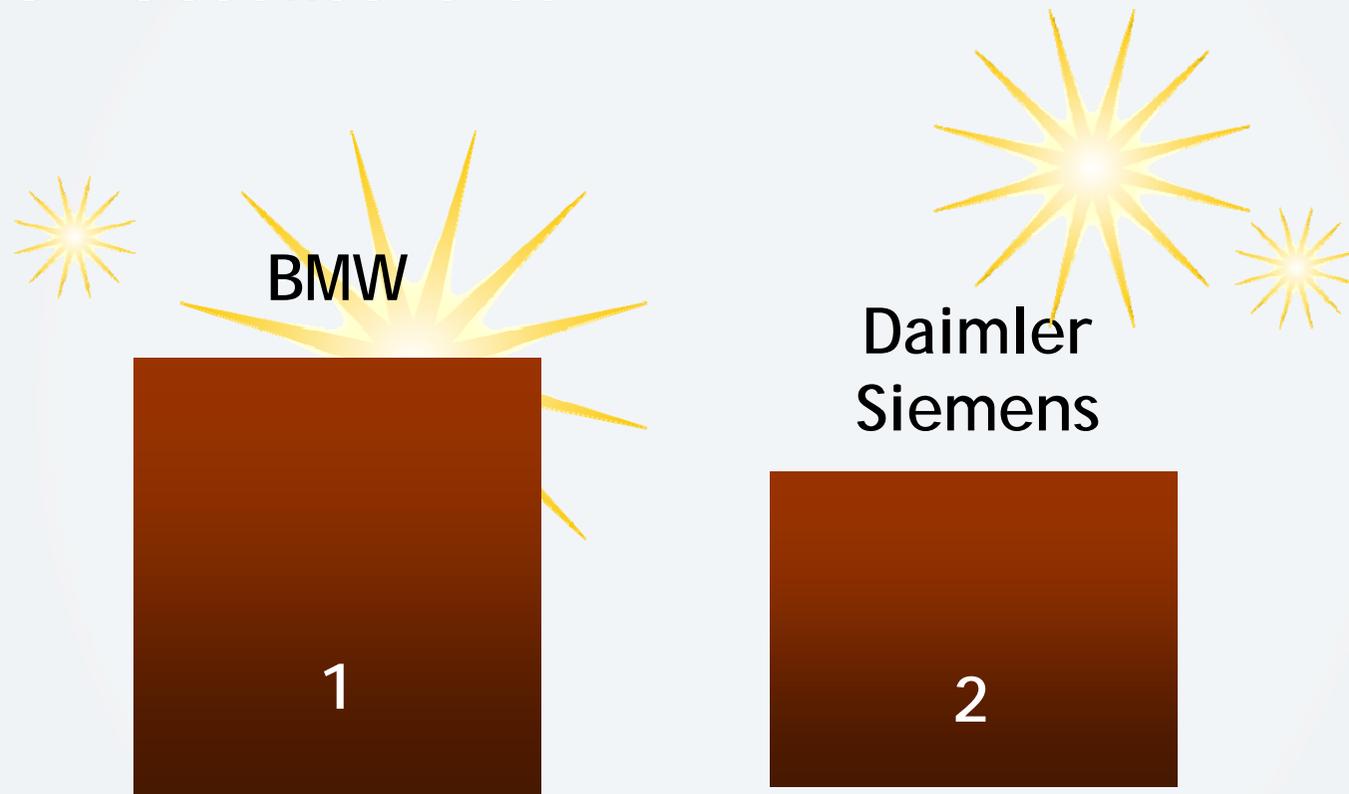


Pressearbeit DAX-Gesellschaften



Evaluierung von Pressearbeit

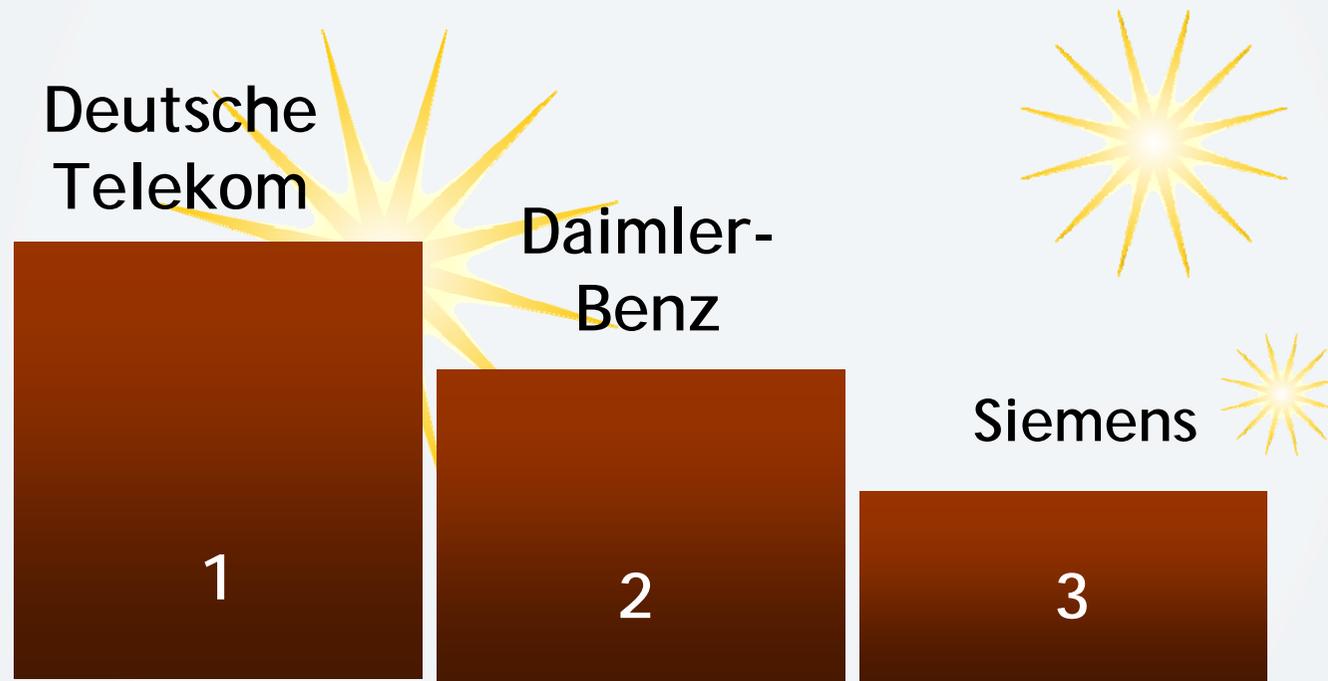
Kompetenz der Mitarbeiter - 2017
Dax-Gesellschaften



Evaluierung von Pressearbeit

Der Blick in die Vergangenheit:

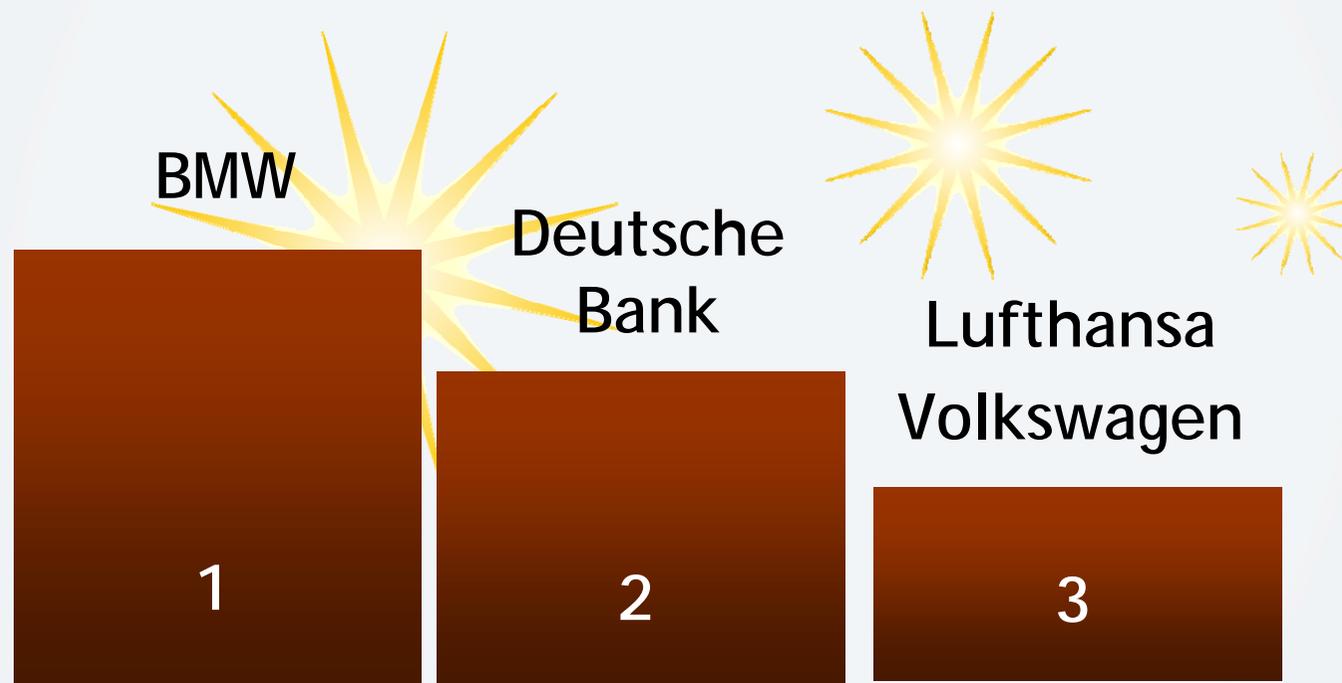
Professionalität der Pressearbeit - **1997**



Evaluierung von Pressearbeit

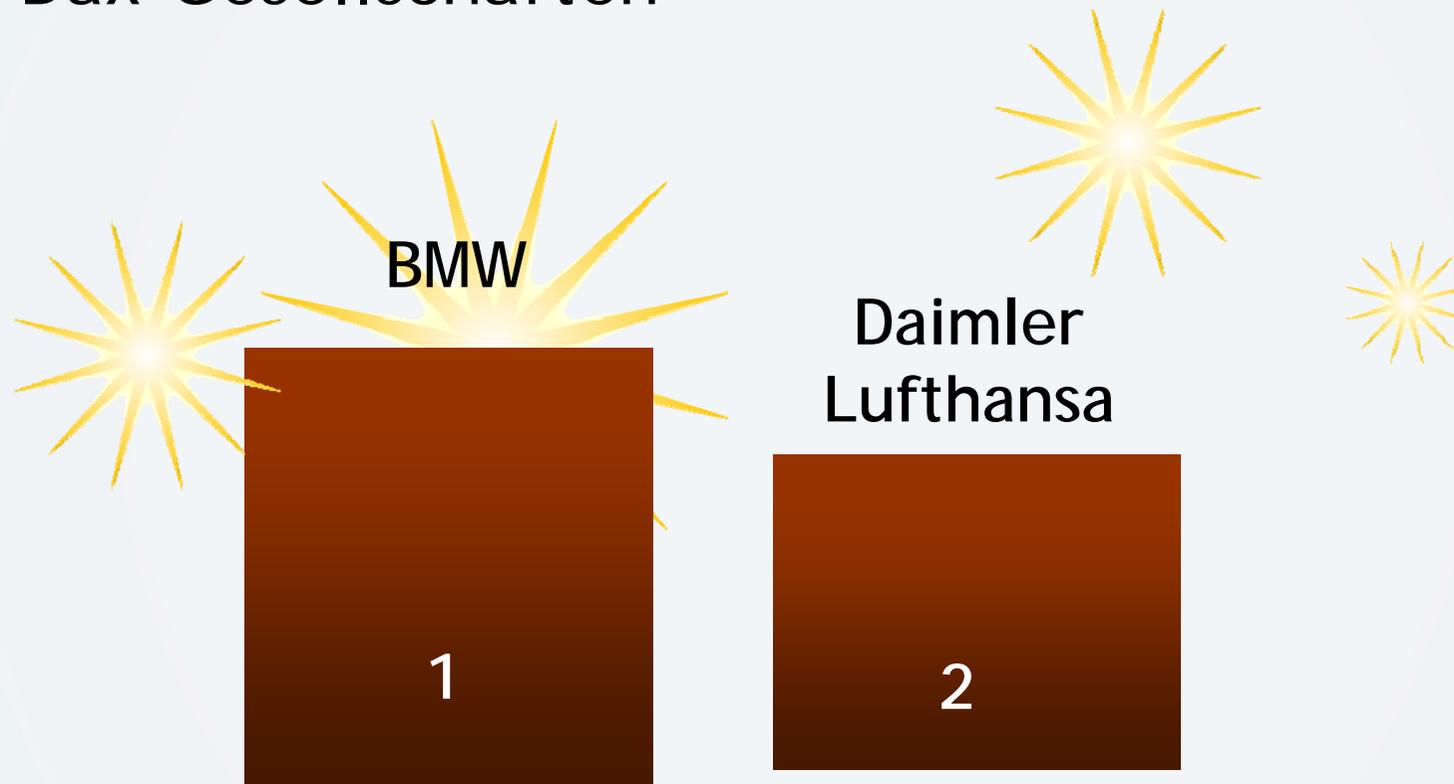
Der Blick in die Vergangenheit:

Professionalität der Pressearbeit - **2007**



Evaluierung von Pressearbeit

Professionalität der Pressearbeit - 2017 Dax-Gesellschaften



Professionalität der Pressearbeit Dax-Gesellschaften

Zugewinne Juni 2016 / Juni 2017

- Lufthansa
- Deutsche Post
- Siemens
- Volkswagen
- Henkel

Wirtschaftsjournalisten-Umfrage Juni 2017

O-Töne der Journalisten zu BMW:

„Gutes Pressematerial - gute Erreichbarkeit - zügige Bearbeitung von Anfragen“

„Fairer und professioneller Austausch mit Journalisten bei kritischen Recherchen“

„Infos über alle wichtigen Themen werden ausführlich geliefert, schnelle Reaktion bei Rückfragen und bei der Abstimmung von Interviews, engagierte Presseleute“



Wirtschaftsjournalisten-Umfrage Juni 2017

O-Töne der Journalisten zu Daimler:

„Anfragen werden an die richtige Stelle kanalisiert, viel Hintergrundinformationen zu wichtigen Themen, teilweise auch vorausschauend - daher sehr hilfreich“

„Außerordentlich aktive Pressestelle - verschickt viele Pressemitteilungen und stößt Redaktionen auf interessante Themen“

„Sehr proaktiv! Gehen auf die Journalisten zu, machen Vorschläge, Einladungen - ohne anschließend Druck auf die Berichterstattung auszuüben, auch immer engagiert, Hintergrundgespräche zu vermitteln. Vorbildlich! “



Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten

Die in dieser Präsentation vorgestellten Ergebnisse entstammen den folgenden Studien (*alle Juni/Juli 2017*):

- Die Kommunikationswirkung von **Dax-Gesellschaften** bei Wirtschaftsjournalisten
- Die Kommunikationswirkung von **Familienunternehmen** bei Wirtschaftsjournalisten
- Die Kommunikationswirkung von **Verbänden** bei Wirtschaftsjournalisten
- Das Image von **Unternehmensführern** bei Wirtschaftsjournalisten
- Das Image von **Verbandsvorsitzenden und Hauptgeschäftsführern** bei Wirtschaftsjournalisten
- **Reputationsmonitor Deutschland** (Bevölkerungsumfrage)



Unser aktuelles Umfrageangebot

Weitere Informationen (Inhalte, Bezugsbedingungen) zu den Studien im **Juni/Juli 2017** stellen wir unter

<http://alturl.com/9tx46> (Fact Sheets)

<http://alturl.com/efwat> (Bestellformular)

zur Verfügung.



Unser aktuelles Umfrageangebot

Im November/Dezember 2017 führen wir wieder Umfragen unter Wirtschaftsjournalisten sowie in der Bevölkerung durch. Gerne erheben wir auch Daten zu Ihrem Unternehmen bzw. Verband.

Über die Umfragen informieren wir unter

<http://alturl.com/hfthq> (Fact Sheets)

<http://alturl.com/5cxas> (Bestellformular)



Copyright 2017
Dr. Doeblin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung mbH
Helgoländer Ufer 7 b, 10557 Berlin
Tel. 030-58 85 67 10
doeblin@wp-online.de
www.wp-online.de

