

Puma verteidigt Spitzenposition im Ansehen

Sportartikelkonzern punktet mit „moderner, sportlicher Marke“ – Imagegewinn für Lufthansa-CEO Spohr

Börsen-Zeitung, 5.11.2020
po Frankfurt – Der Sportartikelanbieter Puma aus Herzogenaurach verfügt über einen hohen Bekanntheitsgrad, ohne in der wirtschaftlichen Bedeutung an Branchenriesen wie den US-Konzern Nike oder den heimischen Rivalen Adidas heranzukommen. Hin und wieder schafft es die Marke aber ins Rampenlicht, wie vor wenigen Wochen, als es Puma gelang, den bislang teuersten Profifußballer Neymar von Paris St. Germain langfristig als Werbeträger an sich zu binden.

Dass Puma in der jährlichen Bevölkerungsumfrage des Marktforschungsinstituts Dr. Doebelin im Ansehen unter den MDax-Werten die führende Position verteidigen konnte, überrascht wenig. Zwischen dem 16. und 22. September wurden 1 515 Personen online zur Reputation der 60 MDax-Unternehmen befragt. Dabei ging es um Indikatoren wie Bekanntheit, Sympathie, lebendiger Auftritt, finanzielle Solidität, gesellschaftliche Einbettung (Corporate Social Responsibility – CSR), die Rolle als guter Arbeitgeber sowie die Verbundenheit zum Standort Deutschland. In vier der sieben Indikatoren belegte Puma den Spitzenrang: Sympathie, finanzielle Solidität, CSR-Engagement und guter Arbeitgeber. Bezüglich des lebendigen Auftritts ist der Online-Versender Zalando Spitze, die aus dem Dax ab-

gestiegene Deutsche Lufthansa konnte mit ihrer Verbundenheit zum Standort Deutschland punkten.

Top Ten im MDax

Nach Reputationsrang

Gesellschaft	Sept. 2020	Okt. 2019
Puma	1	1
Lufthansa	2	–
Hugo Boss	3	3
Zalando	3	4
Commerzbank	5	6
ProSiebenSat.1	6	7
Metro	7	8
Shop Apotheke	8	2
Osram	9	9
Thyssenkrupp	10	10

Quelle: Dr. Doebelin Börsen-Zeitung

In der Top-Ten-Liste der angesehensten MDax-Werte konnte sich die Airline hinter Puma auf Platz 2 setzen (siehe Tabelle). Auf Rang 3 kamen gleichauf der Modekonzern Hugo Boss und Zalando. Als Erfolgskriterien von Puma wurden von den Befragten zwischen 16 und 65 Jahren „moderne, sportliche Marke“, die „coolen Klamotten“ und das Image als „hungriger Underdog aus Herzogenaurach, der immer um den 2. oder 3. Platz mitspielt“, genannt.

Die Corona-Pandemie hat nach Doebelin-Angaben, anders als in der entsprechenden Dax-Umfrage, kaum Spuren in der Reputation der MDax-Firmen hinterlassen. So seien hinsichtlich der Einschätzung der finanziellen Solidität kaum Ergebnisveränderungen festzustellen. Nur hinsichtlich der Bewertung als gute Arbeitgeber hätten Puma, Hugo Boss, ProSiebenSat.1 und Airbus im Jahresvergleich Einbußen hinnehmen müssen. Commerzbank, Siemens Healthineers und Evonik verbesserten sich in dem Thema.

„Flagge zeigen“

Mit deutlichem Abstand setzte sich in der Umfrage Lufthansa-Chef Carsten Spohr bezüglich der Reputation der MDax-Vorstandschefs an die Spitze. Das Spitzentrio wurde von Yves Müller/Hugo Boss und dem Noch-CEO der Commerzbank, Martin Zielke, abgerundet. „Wie bei den Dax-CEOs verfügen die MDax-CEOs nur über ein schwach ausgeprägtes Image-Profil in der Bevölkerung“, resümiert Projektleiter Jürgen Doebelin. Dabei sollte es im Eigeninteresse bedeutender Unternehmen liegen, gerade in der gegenwärtig schwierigen Phase „durch Präsenz ihrer Führungskräfte in der öffentlichen Diskussion Flagge zu zeigen“.