

## Imageverlust für die Deutsche Post

Von Walther Becker, Frankfurt

.....  
Börsen-Zeitung, 1.8.2015

VW und BMW haben in der Bevölkerung unter den 30 Dax-Gesellschaften das beste Ansehen. Dies ergibt eine repräsentative Umfrage des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doeblin im Juni 2015. Abschwächungen im Vergleich zur vorigen Befragung im November verzeichneten Deutsche Bank und Deutsche Post – in beiden Fällen bei den Indikatoren finanzielle Solidität sowie „guter“ Arbeitgeber. Bei der Post, die es im Ranking noch gerade unter die ersten zehn im Dax schafft, gab es einen wochenlangen Tarifstreit, wobei sich der Konzern mit seinem Vorhaben durchsetzte, in neu gegründeten Gesellschaften weniger Lohn zu zahlen. Unter den sechs den Befragten präsentierten Reputationsindikatoren belegt VW Rang 1 in der Sympathie, wegen des „lebendigen“ Auftretens und der Verbundenheit mit dem Standort Deutschland. BMW ist Spitzenreiter in puncto finanzieller Solidität und Arbeitgeberimage.

### VW, BMW und Adidas vorne

Nach VW, BMW und Adidas kann sich in der Gesamtreputation über alle sechs Indikatoren hinweg die Telekom vor Siemens, Daimler und der Lufthansa platzieren. Während VW und BMW herausragende Ergebnisse bei allen Indikatoren zeigen, gibt es bei anderen Dax-Emittenten starke Schwankungen. So ist die Reputation der Chemie- und Pharmawerte BASF und Bayer bei ökonomisch geprägten Indikatoren wie finanzielle Solidität und Arbeitgeber

überdurchschnittlich positiv, während beide in der Sympathiebewertung abfallen, was ihren wenig verbrauchernahen Produkten geschuldet sei. Henkel hingegen punktet auch in der Sympathie, enttäuscht aber beim lebendigen Auftreten und in puncto unternehmerischer Sozialverantwortung.

Daimler verpasst einen besseren Gesamtplatz wegen unterdurchschnittlicher Ergebnisse in Sympathiebewertung und der Lebendigkeit des Auftretens. Auch bei der Verbundenheit mit dem Standort D schneidet Daimler schwächer ab, VW und BMW laufen den Stuttgartern deutlich den Rang ab. Lufthansa verbucht ihr bestes Ergebnis in der Sympathiebewertung (Platz 4); dies mag auch ein Reflex auf die offensive Krisenkommunikation nach der Germanwings-Tragödie sein. Aber das Mitgefühl der Befragten endet in der Einschätzung der finanziellen Solidität (Platz 12). Laut Institutsleiter Jürgen Doeblin hängen finanzielle Reputation und Ansehen als Arbeitgeber eng zusammen: Diskussionen über die finanzielle Solidität verringerten die Attraktivität als Arbeitgeber; Beschädigungen des Ansehens als Arbeitgeber, etwa durch Planungen zur Auslagerung von Personal, dämpften das finanzielle Image.

.....  
DAS INSTITUT DR. DOEBLIN HAT DIE REPUTATION DER DAX-UNTERNEHMEN IN DER BEVÖLKERUNG BEFRAGT.  
.....