

PERSONEN

Daimler schließt zu BMW auf

po – Für die deutsche Autoindustrie läuft es wegen der anhaltenden Diskussion um Diesel-Schadstoffe und der zunehmenden Probleme an wichtigen Absatzmärkten nicht mehr so rund wie gewohnt. Auch die im September in Frankfurt wieder stattfindende Internationale Automobil-Ausstellung (IAA) hat zu kämpfen, weil immer mehr Hersteller auf eine Teilnahme verzichten.

Nach Ansicht der vom Marktforschungsinstitut Dr. Doebelin online befragten 158 Wirtschaftsjournalisten machen die Pressestellen der drei großen deutschen Hersteller trotz des schwierigen Umfelds einen guten Job. Zum mittlerweile zehnten Mal in Folge schnitt das Kommunikationsteam um Maximilian Schöberl von BMW wieder am besten ab. Auf den Spitzenplatz, den die Bayern im Vorjahr mit den Presseleuten der Deutschen Lufthansa teilen mussten, kam diesmal auch der Stuttgarter Daimler-Konzern. Daimler hat gerade den Führungswechsel hinter sich und musste die Gewinnerwartungen zurücknehmen. Trotzdem heimst die Truppe um Jörg Howe Bestnoten für ihre Arbeit ein. Gelobt werden die gezielten Informationen, die offensive, gute Pressear-

beit und hohe Professionalität. Howe selbst gilt als freundlich, uneitel und immer erreichbar, ein Presse-

Die besten Pressestellen

Dax-Unternehmen

Unternehmen	Rang	
	2019	2018
BMW	1	1
Daimler	1	4
Deutsche Lufthansa	3	1
Adidas	4	3
Siemens	5	4
Volkswagen	5	8
Deutsche Post	7	8
BASF	8	13
SAP	9	4
Deutsche Telekom	10	10

Quelle: Dr. Doebelin

Börsen-Zeitung

chef mit Durchhaltevermögen.

In Sachen Durchhaltevermögen steht Schöberl seinem Kollegen nicht nach. Der BMW-Kommunikator ist seit Jahren an Bord und ist dabei zugänglich, sehr effizient und kommunikativ geblieben. Als Pluspunkte gelten sein kurzer Draht zum Vorstand und die schnelle Reaktion auf journalistische Anfragen.

Die von Andreas Bartels geführte Lufthansa-Kommunikation wird wegen der Kompetenz der Ansprechpartner gelobt, Adidas platziert sich vorn auch wegen des offenen Eingehens auf Fragen. Siemens zeigt schnelle Reaktion bei Anfragen, und Volkswagen kommt mit verlässlicher Kommunikation weiter aus dem Tief.

Wie schon im Vorjahr ist allerdings das Verhältnis von Wirtschaftsjournalisten, die 2019 im Juni befragt wurden, und Pressestellen nicht frei von Spannungen. Auch im Dax erlauben sich Kommunikatoren noch immer lange Antwortfristen bei Anfragen, mitunter gepaart mit unzureichenden Informationen und unfreundlichem bis arrogantem Verhalten, wird moniert. Besonders unangenehm: „Der penetrante Versuch, Einfluss auf Beiträge vor deren Veröffentlichung zu nehmen.“ Institutsleiter Jürgen Doebelin weist darauf hin: „In der sich abzeichnenden Wirtschaftsflaute wird es eher mehr als weniger Konflikte in der Kommunikation der Unternehmen mit Wirtschaftsjournalisten geben.“

(Börsen-Zeitung, 13.8.2019)