

Dr. Doeblin  
Gesellschaft für  
Wirtschaftsforschung mbH

*Info Snippet 13/05*

## **Wirtschaftsjournalisten: Bestnoten für Pressearbeit von BMW / Siemens-CFO Joe Kaeser und VW-CFO Hans Dieter Pötsch mit bester Finanzkommunikation**

Pressearbeit von Heraeus und Dr. Oetker Spitze bei Familienunternehmen / ADAC und BITKOM Gewinner bei Verbänden / fischerAppelt mit bester Pressearbeit bei PR-Agenturen

BMW betreibt die beste Pressearbeit aller Dax-Gesellschaften. Dies ist das Ergebnis einer Befragung des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doeblin unter Wirtschaftsjournalisten aller Mediengattungen. Der Münchener Autohersteller wiederholt damit den Erfolg des Vorjahres. Auf den nächsten Rängen platzieren sich Volkswagen und die Allianz. Deutliche Rangreihenverbesserungen im Vorjahresvergleich erfahren Continental und die Münchener Rück.

An der Pressearbeit von BMW gefallen den Journalisten die hohe Qualität der Pressestelle, die „auch komplexe Zusammenhänge verständlich darstellt“ und „akribisch genaue Analysen“ liefert, sowie deren detaillierte Aussagen zur Strategie. Besondere Wertschätzung erfährt die Bereitschaft der BMW-Pressestelle, „Zahlen nicht schön zu reden“. Die Pressearbeit von VW beeindruckt die Journalisten durch die „exzellente Betreuung von Journalisten“, durch Schnelligkeit und Kompetenz und durch die Vermittlung geeigneter Interviewpartner. Gelobt wird auch, dass die VW-Pressestelle „seriöse Information“ und nicht nur „Product Placement“ liefert. Die Allianz erhält von den Journalisten Lob für „hohe Professionalität und schnelle Erreichbarkeit“, für die „Geduld, komplizierte Themen zu erläutern“ und das „gute Gefühl für Themen, die Journalisten interessieren könnten“.

Siemens-CFO Joe Kaeser und VW-CFO Hans Dieter Pötsch teilen sich den Spitzenplatz unter den DAX-Finanzvorständen. Geschätzt wird von den Wirtschaftsjournalisten bei Joe Kaeser „höchste Sachkompetenz mit guter Pressearbeit“, er gilt als „visionär“ und „umsetzungsstark“. An Hans Dieter Pötsch loben die Journalisten die Kompetenz, die „glasklare und glaubwürdige Kommunikation“ und die Fähigkeit, komplizierte Zusammenhänge verständlich darzustellen.

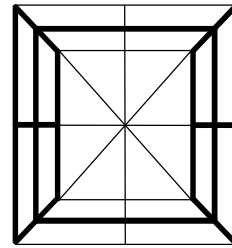
Bei den Familienunternehmen erfahren Heraeus und Dr. Oetker beste Beurteilungen für „nette Ansprechpartner mit viel Know-how“ (Heraeus) und für „zeitnahe Pressemeldungen mit Informationsgehalt“ (Dr. Oetker).

Die beste Pressearbeit unter den Verbänden leistet wie in den Vorjahren der ADAC. Die Wirtschaftsjournalisten preisen die ADAC-Pressestelle für „kompetente Ansprechpartner, sehr gute Erreichbarkeit und kooperativen Umgang“.

---

Geschäftsführer: Prof. Dr. Jürgen Doeblin  
Amtsgericht Fürth/Bay. HRB 7618  
St.-Nr. 216/124/80068  
Bankverbindung:  
Vereinigte Raiffeisenbanken  
Konto Nr. 64 480 46  
BLZ 770 694 61

90562 Heroldsberg  
Großgeschaidt 179  
Telefon 09126-84 33  
Fax 09126-80 05  
doeblin@wp-online.de  
<http://www.wp-online.de>



Bei den Wirtschaftsverbänden kann sich erstmals die Pressestelle von BITKOM, des Bundesverbandes Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien, an die Spitze setzen, vor den Presse-Kollegen des DIHK und des BDI. An der BITKOM-Kommunikation schätzen die Wirtschaftsjournalisten, dass sie „am Puls der Zeit“ ist und „immer wieder überraschende, kompetente Positionen zu Zukunftsthemen“ präsentiert.

Bei den PR-Agenturen heimst fischerAppelt erneut den ersten Platz ein, vor ergo und Ketchum Pleon.

Die Wirtschaftsjournalisten, so Studienleiter Prof. Jürgen Doebelin, „wissen die Arbeit der Pressestellen durchaus von den Leistungen der Unternehmensführungen zu unterscheiden“. Bei allem Lob für die Kommunikation der Unternehmen kritisiere die weit überwiegende Mehrheit der Wirtschaftsjournalisten eine „verstärkte Selbstbedienungsmentalität in Aufsichtsräten und Vorständen von Großunternehmen“. Vor diesem Hintergrund erkläre sich auch das in der Umfrage dokumentierte zunehmende Interesse der Wirtschaftsjournalisten an Fragen der Corporate Governance.

#### **Technische Daten der Umfrage:**

Zielgruppe: Wirtschaftsjournalisten von Tages- und Wochenzeitungen, Fachzeitschriften, Wirtschaftsmagazinen, Funk- und Fernsehredaktionen, Online-Medien sowie freie Journalisten

Stichprobe: 182 Wirtschaftsjournalisten

Methode: Online-Umfrage

Befragungszeitraum: 5. bis 17. Juni 2013

Link dieses Info Snippets: <http://www.wp-online.de/snippet/13/05.pdf>

*Copyright 2013 Dr. Doebelin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung mbH, Heroldsberg*