

Dr. Doeblin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH
16. Juli 2015

Snippet 15/07
Pressemitteilung

Führungskräfte-Image: Daimler-Chef Dieter Zetsche mit bester Reputation bei Wirtschaftsjournalisten / Carsten Spohr springt auf Rang 2

Dieter Zetsche/Daimler ist neuer Spitzenreiter in einer Wirtschaftsjournalisten-Umfrage des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doeblin im Juni 2015 zur Reputation des Führungspersonals großer Unternehmen, darunter alle Dax-Gesellschaften. Im Herbst 2014 hatte Dieter Zetsche noch gemeinsam mit dem inzwischen in den Aufsichtsrat gewählten BMW-Chef Norbert Reithofer Rang 1 belegt.

Zetsche besetzt jeweils den Spitzenplatz – zum Teil gemeinsam mit anderen CEOs – bei jedem der vier den Journalisten präsentierten Reputationsindikatoren (Neue strategische Konzepte, Kompetenz und Persönlichkeit, Offener Umgang mit den Medien, Sympathiewert).

Für das Spitzenergebnis von Dieter Zetsche ist auch sein sehr gutes Abschneiden beim Indikator „Neue strategische Konzepte“ verantwortlich. Frühere Umfragen spiegelten noch eine deutliche Zurückhaltung der Journalisten gegenüber seinen strategischen Fähigkeiten wider.

Instituts-Chef Jürgen Doeblin: „Dieter Zetsche heimst nun den Lohn für die vor Jahren von ihm begonnene Umsteuerung von Daimler ein. Nicht jedem CEO ist es vergönnt, die Ernte seiner Strategie noch im Amt einzufahren: Zetsche ist es gelungen.“

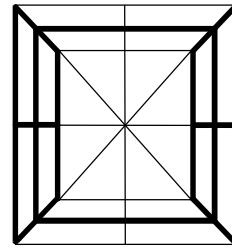
Die jahrelange Dominanz der Auto-CEOs auf den ersten Plätzen wird in der aktuellen Umfrage durch Carsten Spohr/Lufthansa aufgebrochen. Vor allem aufgrund seiner stark verbesserten Sympathie-Bewertung und seines „Offenen Umgangs mit den Medien“ gelingt Carsten Spohr der Sprung von Rang 9 im Herbst 2014 auf Rang 2. Die Journalisten zollen ihm vor allem Respekt für die schwierige Krisen-Kommunikation beim Germanwings-Unglück.

Martin Winterkorn/VW wiederholt seinen dritten Rang aus der Umfrage vom Herbst 2014. Vor allem seine „Kompetenz und Persönlichkeit“ beeindruckt die Journalisten. Allerdings sind die Bremsspuren der Auseinandersetzung mit dem früheren AR-Vorsitzenden Piëch in der verschlechterten Bewertung seiner Fähigkeit zu „Neuen strategischen Konzepten“ sichtbar.

Zu den Ergebnissen, mit denen man nicht unbedingt rechnen konnte, zählt das respektable Abschneiden von Herbert Hainer/Adidas und Martin Blessing/Commerzbank. In beiden Fällen dürfte die Rangplatz-Verbesserung mit der Erholung der Aktienkurse ihrer jeweiligen Unternehmen gegenüber dem zweiten Halbjahr 2014 (im Fall Hainer) bzw. Sommer 2013 (im Fall Blessing) zusammenhängen.

Geschäftsführer: Prof. Dr. Jürgen Doeblin
Amtsgericht Charlottenburg (Berlin) HRB 156417 B
St.-Nr. 29/535/01944
Bankverbindung:
Vereinigte Raiffeisenbanken
IBAN: DE82770694610006448046
BIC: GENODEF1GBF

Firmensitz: 10557 Berlin, Helgoländer Ufer 7 b
Betriebsstätte: 90562 Heroldsberg
Großgeschaidt 179
Telefon 09126-84 33
Fax 09126-80 05
doebli@wp-online.de
<http://www.wp-online.de>



Dr. Doeblin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH

Erwähnenswert auch die Platzierung von Rüdiger Grube/Deutsche Bahn in den Top 5 – er scheint persönlich die zum Zeitpunkt der Umfrage noch andauernden Tarif-Auseinandersetzungen mit den beiden Bahn-Gewerkschaften unbeschadet überstanden zu haben.

Für einen Neuling als CEO kann Harald Krüger/BMW mit Rang 8 in der Gesamt-Reputation über alle Indikatoren hinweg einen guten Start hinlegen.

Zu den CEOs mit hervorragender Platzierung bei *einzelnen* Indikatoren zählt u.a. Joe Kaeser/Siemens, der für seinen „Offenen Umgang mit den Medien“ und für „Kompetenz und Persönlichkeit“ in die Top 5 vorstoßen kann.

Zitate der Journalisten aus der Umfrage im Juni 2015:

Zu Dieter Zetsche

„Daimler sah vor ein paar Jahren nicht gut aus, Zetsche hat es geschafft, Daimler neu zu positionieren und wieder ganz an die Spitze der Innovation zu bringen.“

„Schafft es, das Unternehmen in verschiedenen Segmenten auf einer Spitzenposition zu halten, ausgewogener Modell-Mix.“

„Dieser Mann hat bei öffentlichen Auftritten einfach Charisma. Er bringt stets gut rüber, was er sagt.“

Zu Carsten Spohr

„Der Germanwings-Absturz war für den noch nicht lange im Amt befindlichen Spohr eine Herausforderung. Sein Krisenmanagement war hervorragend, er wirkte betroffen, offen und ehrlich.“

„Hat gigantischen Konzernumbau angestoßen. Hält dabei Kultur und Struktur im Auge. Schneidet alte Zöpfe ab.“

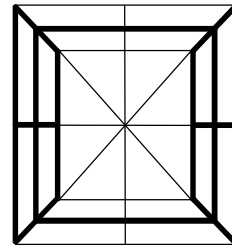
„Ruhig, gelassen, verlässlich, zuverlässig, Pilot durch und durch.“

Zu Martin Winterkorn

„Sympathischer Manager von altem Schrot und Korn. Fällt nicht mal dann um, wenn Herr Piëch mit voller Kraft bläst.“

„Führt den Riesen-Konzern souverän, trotz der Zukäufe wie MAN, Porsche, Ducati, und schafft eine leistungsfähige Konzernstruktur.“

„Hat "Benzin" im Blut, kann also technisch bestens beurteilen, welche Qualität er haben will und wie er das umsetzt.“



Dr. Doebelin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH

Rüdiger Grube/Deutsche Bahn

„Re-Fokussierung auf den Kunden, vernetzte Mobilität.“

„Weil er trotz aller Mängel ein überzeugender Bahnchef ist und sich sogar mal direkt bei Kunden meldet.“

„Wirkt immer volksnah und interessiert dem gegenüber, was man zur Bahn kritisch sagen zu müssen glaubt. Und bei aller Kritik: So schlecht steht die Bahn im internationalen Vergleich auch gar nicht da – da hat der Chef immer seinen Anteil.“

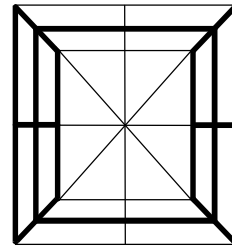
Herbert Hainer/Adidas

„Neugierig und weltoffen, humorvoll und selbstironisch.“

„Unternehmen im hart umkämpften Markt gut positioniert, geht nicht jeden Deal ein und dreht Fehler zurück.“

„Könnte bei keiner anderen Marke als Adidas arbeiten. Person und Marke passen sehr gut zusammen. Etwas flapsig ausgedrückt: Die personifizierte drei Streifen!“

(Gesamt-Ranking und Technische Erläuterungen siehe unten)



Dr. Doeblin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH

Anhang

Erhobene Indikatoren:

- ▷ Kompetenz und Persönlichkeit
- ▷ Sympathie
- ▷ Offener Umgang mit den Medien
- ▷ Neue strategische Konzepte

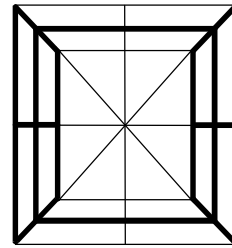
Gesamt-Ranking über vier Indikatoren: Top 10 / Frühjahr 2015

1	2	3	4
	Gesamt-Ranking Frühjahr 2015	Gesamt-Ranking Herbst 2014	Summe der Prozentwerte
Dieter Zetsche Daimler	1	2	171
Carsten Spohr Lufthansa	2	9	132*
Martin Winterkorn VW	3	3	125
Rüdiger Grube Deutsche Bahn	4	4	106
Herbert Hainer Adidas	5	7	82
Martin Blessing Commerzbank	6	**	73
Joe Kaeser Siemens	7	4	72
Harald Krüger BMW	8	**	63
Frank Appel Deutsche Post	9	6	57
Timotheus Höttges Deutsche Telekom	10	**	53

* *Starker prozentualer Zuwachs gegenüber Frühjahr 2014*

** *Herbst 2014 nicht in den Top 10*

Die Tabelle präsentiert ein Gesamt-Ranking, wobei wir uns auf die zehn CEOs mit den besten Ergebnissen konzentrieren. Das Verfahren ist denkbar einfach: Jeder von einem CEO bei einem Indikator erzielte Prozentwert geht mit seinem Zahlenwert in die Summierung ein; das Gesamt-Ranking in Spalte 2 basiert also auf der Summe der einzelnen Prozentwerte (Spalte 4). Spalte 3 weist zum Vergleich das Gesamt-Ranking in der Umfrage vom Herbst 2014 aus. (*Damals hatten wir – wie immer in unseren Herbst-Umfragen – anstelle der „Neuen strategischen Konzepte“ nach dem „Strategischen Weitblick“ gefragt.*)



Dr. Doeblin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH

Statistik / Technische Erläuterungen

Charakteristik der Umfrage

Zielgruppen der Befragung

Wirtschaftsjournalisten bei Tages- und Wochenzeitungen, Wirtschaftsmagazinen, Fachzeitschriften, Illustrierten/Publikumszeitschriften, Presseagenturen, Funk- und Fernsehredaktionen, Online-Medien sowie freie Journalisten

Stichprobengröße: 88 Wirtschaftsjournalisten

Methode: Online-Befragung

Zeitraum der Befragung: 9. - 17. Juni 2015

Struktur der Stichprobe

Beruflicher Status (in %)

	Frühjahr 2014	Juni 2015
<i>Freier Journalist</i>	22	10
<i>Fester freier Journalist</i>	8	8
<i>Leiter der Wirtschaftsredaktion</i>	9	6
<i>Leitender Redakteur</i>	18	25
<i>Chefredakteur</i>	11	12
<i>Chef vom Dienst</i>	4	4
<i>Sonstiger festangestellter Journalist</i>	28	34
<i>Herausgeber</i>	1	1

Medientyp (in %)

<i>Tageszeitung</i>	35	39
<i>Wochenzeitung</i>	3	4
<i>Fachzeitschrift</i>	21	13
<i>Wirtschaftsmagazin</i>	8	9
<i>Illustrierte/Publikumszeitschrift</i>	2	1
<i>Hörfunk/Fernsehen</i>	18	16
<i>Presseagentur</i>	7	6
<i>Online-Medium</i>	7	10

Copyright Dr. Doeblin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung mbH 2015