



Dr. Doeblin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH

Snippet 15/08

31. Juli 2015

Reputationsmonitor Deutschland: VW und BMW mit bester Reputation

Lufthansa verbucht Sympathie-Bonus

VW und BMW haben in der Bevölkerung unter den 30 Dax-Gesellschaften das beste Ansehen. Dies ergab eine repräsentative Bevölkerungsumfrage („Reputationsmonitor Deutschland“) des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doeblin im Juni 2015. Unter den sechs den Befragten präsentierten Reputations-Indikatoren belegt VW den ersten Rang bei der Sympathie-Bewertung, dem lebendigen Auftreten am Markt und der Verbundenheit mit dem Standort Deutschland. BMW ist Spitzenreiter bei der finanziellen Solidität und dem Image als guter Arbeitgeber, und Adidas erreicht Platz 1 beim CSR-Engagement.

Während VW und BMW jeweils herausragende Ergebnisse bei allen Reputations-Indikatoren erzielen, ergeben sich bei anderen Dax-Gesellschaften substantielle Schwankungen. So ist die Reputation der Chemie- und Pharma-Werte BASF und Bayer bei ökonomisch geprägten Indikatoren wie „Finanzielle Solidität“ und „Guter Arbeitgeber“ überdurchschnittlich positiv, während beide Unternehmen bei der Sympathie-Bewertung abfallen – was wohl ihren wenig verbrauchernahen Produkten geschuldet ist. Henkel hingegen punktet auch bei der Sympathie-Bewertung, enttäuscht aber beim lebendigen Auftreten und beim CSR-Engagement.

Daimler verpasst einen besseren Platz in der Gesamt-Reputation wegen unterdurchschnittlichen Ergebnissen bei der Sympathie-Bewertung und der Lebendigkeit des Auftritts. Auch bei der „Verbundenheit mit dem Standort Deutschland“ schneidet Daimler schwächer ab – VW und BMW laufen dem Stuttgarter Autobauer hier deutlich den Rang ab.

Vergleich mit November 2014

Beim Vergleich mit der letzten Erhebung des Reputationsmonitor Deutschland vom November 2014 fällt als stärkste Reputations-Verbesserung eines Unternehmens der Zuwachs der Lufthansa bei der Sympathie-Bewertung auf, was sicherlich das Mitgefühl der Befragten für die Germanwings-Tragödie widerspiegelt. Positive Veränderungen notieren auch die Deutsche Telekom (bei der Lebendigkeit des Auftritts), Daimler (bei der finanziellen Solidität) sowie SAP und BASF beim Image als guter Arbeitgeber.

(Gesamt-Ranking und Technische Erläuterungen siehe unten im Anhang)

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
doeblin@wp-online.de
<http://www.wp-online.de>



Dr. Doeblin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH

Anhang

Gesamt-Reputation der Dax-Gesellschaften

Berücksichtigte Reputations-Indikatoren:

- ▷ Sympathie
- ▷ Lebendiges Auftreten am Markt
- ▷ Finanzielle Solidität
- ▷ CSR-Engagement
- ▷ Guter Arbeitgeber
- ▷ Verbundenheit mit dem Standort Deutschland

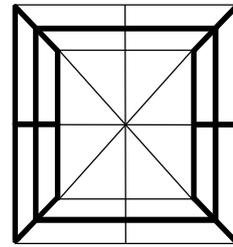
Top Ten der Dax-Gesellschaften über sechs Reputations-Indikatoren / Juni 2015

Rang	Gesamt-Reputation	Summierte Prozentwerte
1	VW	279
2	BMW	260
3	Adidas	199
4	anonymisiert*	181
5	anonymisiert*	156
6	anonymisiert*	153
7	anonymisiert*	149
8	anonymisiert*	132
9	anonymisiert*	130
10	anonymisiert*	129

* Die nicht anonymisierten Ergebnisse finden Sie im Ergebnisband des „Reputationsmonitor Deutschland“. Inhaltsbeschreibungen und Bezugsbedingungen halten wir im Prospekt unter http://wp-online.de/basics/pdfs/Reputationsmonitor_Deutschland_Juni_2015.pdf bereit.

Erläuterung: Die Tabelle präsentiert eine Auswahl aus der Top Ten-Liste der 30 Dax-Gesellschaften. Jeder von einem Unternehmen bei einem Indikator erzielte Prozentwert geht mit seinem Zahlenwert in die Summierung ein; das Gesamt-Ranking basiert also auf der Summe der Prozentwerte bei den einzelnen Reputations-Indikatoren.

(Statistik /Technische Erläuterungen s.u.)



Dr. Doeblin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH

Statistik / Technische Erläuterungen

Untersuchungsmethodik

Zielpersonen

Personen im Alter von 16 bis 65 Jahren in Deutschland aus dem Bevölkerungspanel „Valued Opinion Panel“ von Research Now. Zu den Rekrutierungsvorgaben und Merkmalen dieses Panels verweisen wir auf die Darstellung auf der Website von Research Now unter <http://www.researchnow.com/de-DE/Panels.aspx>.

Realisierte Stichprobe

Gesamt-Sample: 1011

Teil-Sample 1: 505

Teil-Sample 2: 506

Um die Belastung der Befragten zu minimieren, wurde jedem Befragten eine Liste mit 15 Dax-Gesellschaften zur Einstufung bei den Reputations-Indikatoren vorgelegt. Die Zuweisung eines Befragten zu einem Teil-Sample war randomisiert.

Jedes Unternehmen wurde also von ca. 500 Befragten beurteilt.

Zur möglichst nahen Anpassung der soziodemographischen Struktur der Samples an die Gesamtbevölkerung wurden für jedes Sample identisch die Merkmale Alter, Geschlecht und Region (Bundesland) als Quotenvorgaben eingesetzt. Beide Teil-Samples sind struktur-identisch in Bezug auf die genannten sozio-demographischen Merkmale.

Methodik

Die Umfrage wurde als Online-Umfrage bei den Mitgliedern des o.g. Panels von Research Now realisiert.

Befragungszeitraum

9. bis 17. Juni 2015

Befragungsfiler

Alle Fragen zur Reputation eines Unternehmens wurden nur jenen Befragten gestellt, die angaben, das Unternehmen zumindest dem Namen nach zu kennen.

Copyright Dr. Doeblin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung mbH 2015