

Dr. Doeblin  
Gesellschaft für  
Wirtschaftsforschung mbH

Snippet 19/08

19. September 2019

### **Dax-Pressarbeit: BMW und Daimler Spitzenreiter**

Wirtschaftsjournalisten beurteilen Pressearbeit von Dax-Gesellschaften / Lufthansa, adidas, Siemens und Volkswagen in der Spitzengruppe

BMW und Daimler betreiben nach einer Wirtschaftsjournalisten-Umfrage des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doeblin im Juni 2019 die beste Pressearbeit aller Dax-Gesellschaften. Während BMW schon seit Jahren in den jährlichen Umfragen des Instituts zur Qualität der Pressearbeit die Spitzenposition einnimmt, sonnt sich Daimler erstmals wieder seit 2003 auf dem Gipfel. In die erweiterte Spitzengruppe schaffen es die Lufthansa, adidas, Siemens und Volkswagen.

An der Pressearbeit von BMW loben die Wirtschaftsjournalisten die Kompetenz der Mitarbeiter („Offensive, gute Pressearbeit, enger Kontakt zu Journalisten“), die verständlichen und informativen Texte („Verständliches Ingenieurdeutsch ... Gut strukturiertes, aussagekräftiges Informationsmaterial“) sowie die schnelle Reaktionszeit auf Anfragen. Die BMW-Pressearbeit gilt als innovativ und modern. Kommunikations-Chef Maximilian Schöberl wird als „zugänglicher, sehr effizienter und kommunikativer Gesprächspartner“ geschätzt, der „seit Jahren an Bord“ und „nah am Vorstand“ ist.

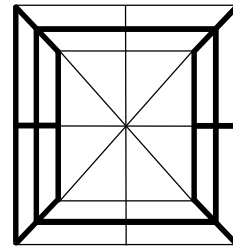
Auch Daimler erntet Lob für die Mitarbeiter-Kompetenz und die schnelle Reaktion auf Anfragen („Offensive, gute Pressearbeit, enger Kontakt zu Journalisten“); der professionellen Pressearbeit wird Respekt gezollt („Hilfsbereites Presseteam auch bei schwierigen Fragen und Zeitdruck ... Zahlreiche Themenvorschläge zur Berichterstattung ... Gezielte Information, man wird nicht überschwemmt mit Emails“). Jörg Howe wird als „freundlicher, uneitler, immer erreichbarer Pressechef mit Durchhaltevermögen“ beschrieben, als „strategischer Kommunikator“.

An der Pressearbeit der Dax-Gesellschaften in der erweiterten Spitzengruppe gefällt den Wirtschaftsjournalisten die Kompetenz der Ansprechpartner (Lufthansa), das offene Eingehen auf Fragen (adidas), die schnellen Reaktionszeiten (Siemens) und die verlässliche Kommunikation (VW).

---

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

10557 Berlin, Helgoländer Ufer 7 b  
Tel. 030-58 856 710  
doebelin@wp-online.de  
<http://www.wp-online.de>



## Klagen über Mängel

Nicht alles ist Sonnenschein in der Zusammenarbeit von Wirtschaftsjournalisten und Pressestellen. Die Journalisten beklagen lange Antwortfristen bei Anfragen, unzureichende Informationen und unfreundliches, arrogantes Verhalten. Beispiele: „Was gar nicht geht: Sich auf Anfrage am Morgen erst spät abends zurückzumelden und zwischendurch nichts von sich hören zu lassen ... Keine Rückmeldung trotz Hinweis auf die Dringlichkeit der Anfrage ... Ein besonderes Ärgernis ist immer, wenn Journalisten Fragen stellen, auf die sie nur ausweichende oder keine Antworten bekommen ... Schnelle und sehr hilfsbereite, aber inhaltlich völlig wertlose Antwort ... Zu viel PR Sprache, zu wenig echte Fakten ... Der penetrante Versuch, Einfluss auf Beiträge vor deren Veröffentlichung zu nehmen.“ (*Die Auflistung aller Zitate finden Sie unter [bit.ly/Kritik\\_Pressestellen\\_Juni2017](http://bit.ly/Kritik_Pressestellen_Juni2017)*).

Studienleiter Jürgen Doeblin: „In der sich abzeichnenden Wirtschaftsflaute wird es eher mehr als weniger Konflikte in der Kommunikation der Unternehmen mit Wirtschaftsjournalisten geben. Umso wichtiger ist eine Unternehmenskommunikation, die mit Anfragen von Journalisten schnell, sachlich und respektvoll umgeht.“

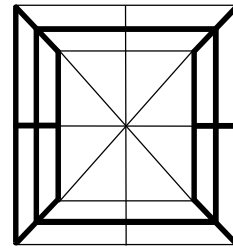
## Professionalität der Pressearbeit

*Fragentext:*

*Von welchen Unternehmen würden Sie sagen: die betreiben gute Pressearbeit, die haben ein professionelles Verständnis von Pressearbeit und erwecken deshalb in meiner Redaktion Aufmerksamkeit?*

	Rang 2019	Rang 2018
BMW	1	1
Daimler	1	4
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

*(Technische Erläuterungen siehe nächste Seite)*



## Technische Erläuterungen

Zielgruppe	Wirtschaftsjournalisten von Tages- und Wochenzeitungen, Wirtschaftsmagazinen, Fachzeitschriften, öffentlich-rechtlichen Funk- und Fernsehredaktionen, Online-Medien sowie freie Wirtschaftsjournalisten.
Stichprobe	158 Wirtschaftsjournalisten Die Verteilung der Journalisten auf Mediengattungen, die Position in der Redaktion und die thematische Zuständigkeit entspricht den Durchschnittsstrukturen unserer jahrelangen Wirtschaftsjournalistenbefragungen.
Methodik	Online-Umfrage
Zeitraum der Befragung	3. bis 21. Juni 2019

Copyright Dr. Doebelin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung mbH 2019