

Wie die Bevölkerung die Dax-Werte einschätzt

Umfrage: Rückschluss von Bekanntheit auf finanzielle Solidität – Marken liegen vorn

Börsen-Zeitung, 30.1.2015 ab Düsseldorf – Finanzielle Solidität hat nicht notwendigerweise etwas mit der Bekanntheit eines Unternehmens zu tun. Genau diesen Rückschluss zieht jedoch Otto Normalverbraucher, wie eine Umfrage der Dr. Doebelin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung ergab. Bei der Frage, welche Dax-Gesellschaften als „finanziell gesund“ angesehen werden, gab es teils gravierende Wahrnehmungsdifferenzen zwischen Wirtschaftsjournalisten auf der einen und einem Bevölkerungspanel auf der anderen Seite.

Während sich die Befragten beider Zielgruppen mit Blick auf die drei großen deutschen Automobilhersteller noch weitgehend einig waren – zumindest, was das Ranking angeht –, schnitten Großkonzerne wie Fresenius, Linde oder Münchener Rück in der breiten Bevölkerung deutlich schwächer ab. Keiner dieser Dax-Werte schaffte es in der Bevölkerungsgruppe auf einen Platz unter die Top 15. Nach Einschätzung der Wirtschaftsforscher liegt das daran, dass die Produkte und Dienstleistungen dieser Unternehmen für den Durchschnittsbürger wenig greifbar sind. Bei den Wirtschaftsjournalisten gelangte die Münchener Rück dagegen auf Platz 9, Linde erreichte Rang 12 gefolgt von Fresenius (Platz 13).

Umgekehrt waren Deutsche Bank (Platz 11) und Deutsche Lufthansa (Platz 14) in der Bevölkerungsumfrage unter den Adressen zu finden, denen eine hohe finanzielle Solidität beigemessen wird. Besonders weit

lag die Einschätzung auch beim Sportartikelhersteller Adidas auseinander, der im abgelaufenen Jahr

verweisen zur Begründung auf den hohen Sympathiewert, den die Marke in der Bevölkerung genießt. Zu-

Wahrnehmung der finanziellen Solidität ausgewählter Dax-Konzerne *

	Wirtschaftsjournalisten		Bevölkerung	
	Rang	Prozent	Rang	Prozent
BMW	1	86	1	64
Volkswagen	2	81	2	62
BASF	3	68	12	35
Bayer	4	67	4	44
Henkel	5	63	8	41
Daimler	6	61	4	44
SAP	6	61	13	31
Allianz	8	59	6	43
Deutsche Post	10	54	10	38
Siemens	11	52	9	40
Beiersdorf	14	40	15	27
Adidas	15	36	3	48
Deutsche Telekom	15	36	7	42

*) Eingegrenzt auf die Dax-Werte, die in beiden Panels zu den Top 15 zählen; Quelle: Dr. Doebelin Börsen-Zeitung

operativ in schwieriges Fahrwasser geraten war. Ungeachtet des Kurssturzes um fast 40 % gestand das Bevölkerungspanel Adidas Rang 3 hinter BMW und Volkswagen zu, während die befragten Wirtschaftsjournalisten dem Unternehmen hinsichtlich der finanziellen Verfasstheit lediglich Platz 15 zuwiesen.

Adidas wirbt mit Erfolg

Adidas sei es gelungen, das öffentliche Image erfolgreich von der finanziellen Realität zu entkoppeln, resümieren die Wirtschaftsforscher und

dem wird gemutmaßt, dass die optimistisch-dynamische Werbung des Unternehmens auf die Bewertung der Finanzstärke übertragen wird.

Zumindest in Teilen wurde mit der Umfrage die These widerlegt, dass die öffentliche Meinung äußerst eng mit der veröffentlichten Meinung korreliert ist. Anders lässt sich wohl auch kaum erklären, dass der weltgrößte Chemiekonzern BASF, den die Wirtschaftsjournalisten auf den dritten Platz hieften, im Bevölkerungspanel nur auf Platz 12 landete.