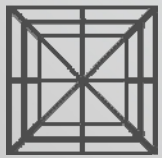
München, 22. September 2015

Beste Wirtschaftskommunikation

Präsentation der Ergebnisse der Jahresumfrage 2015
bei Wirtschaftsjournalisten



Copyright Dr. Doeblin Gesellschaft
für Wirtschaftsforschung mbH

Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten

Jährliche Umfrage bei Wirtschaftsjournalisten seit 1988

Stichprobe 2015: 212

Zeitraum der Befragung: Juni 2015

Online-Befragung bei Wirtschaftsjournalisten aller Mediengattungen

Strukturdaten

Beruflicher Status

	2011	2012	2013	2014	2015
Freier/Fester Freier	26 %	29 %	26 %	30 %	18 %
Leitende Funktion	41 %	42 %	39 %	43 %	47 %
Sonstiger Festangestellter	33 %	27 %	35 %	28 %	34 %

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Schwerpunkte der eigenen Berichterstattung

	2014	2015
Auto	51 %	47 %
Comp./TK	33 %	27 %
Chemie/Pharma	22 %	18 %
Banken/ Versicherungen	51 %	54 %
Energie	47 %	34 %

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Medientyp

	2014	2015
Tageszeitung	35 %	39 %
Wochenzeitung	3 %	4 %
Fachzeitschrift	21 %	13 %
Wirtschaftsmagazin	8 %	9 %
Illustrierte/Publikumszeitschrift	2 %	1 %
Hörfunk/Fernsehen	18 %	16 %
Presseagentur	7 %	6 %
Online-Medium	7 %	10 %

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten

Bei welchen der folgenden Themen würden Sie sagen,

a) darüber **erhalte** ich von der Wirtschaft **recht viele Informationen**,

b) dafür **interessiere** ich mich **ziemlich stark**?

© Dr. Doeblin GmbH 2015

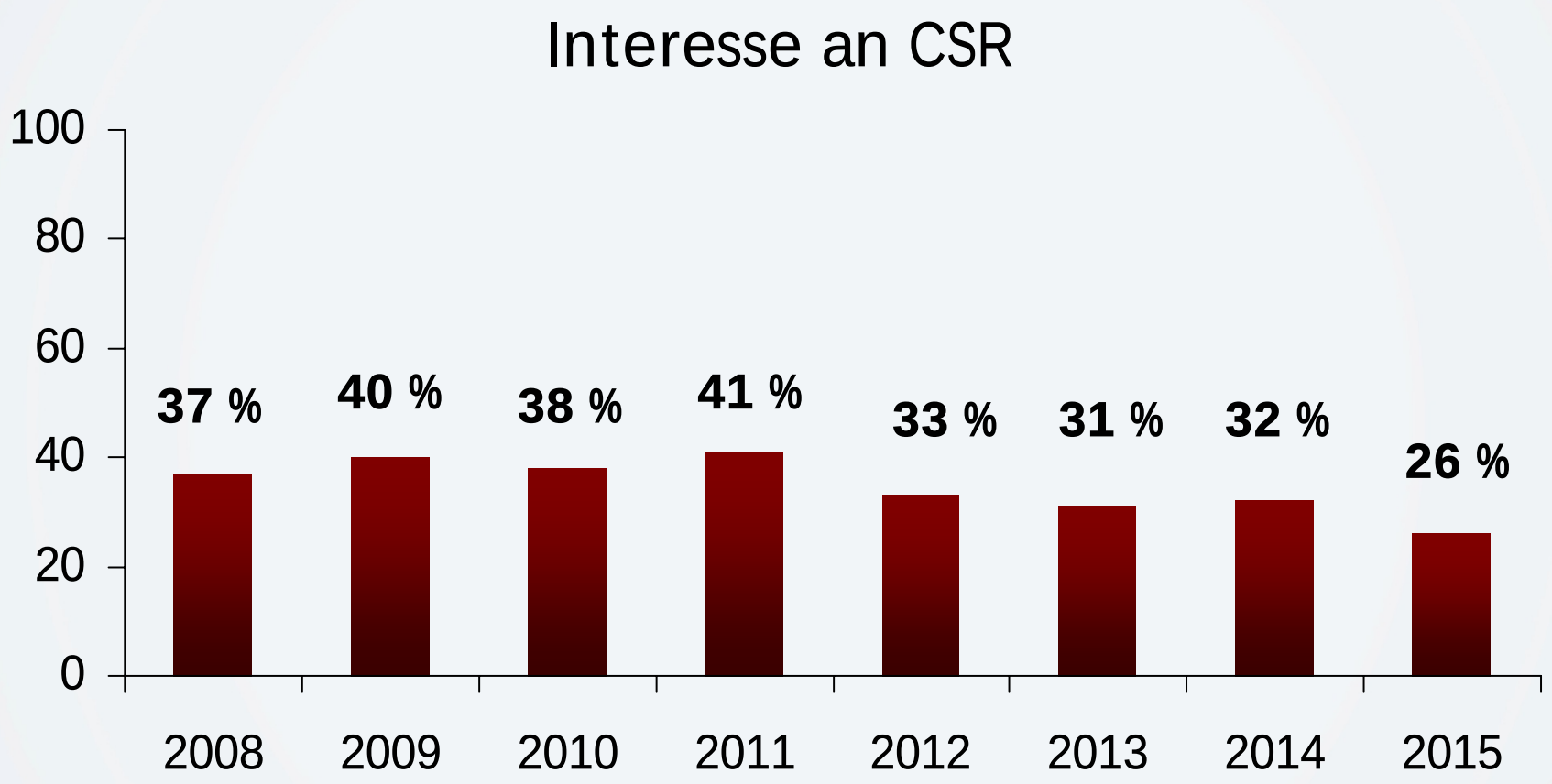
Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten

Informationsbedürfnisse

	Erhalte viele Infos	Interessiert mich stark
Senkung Kraftstoffverbrauch	25 %	37 %
Verkehr der Zukunft	49 %	58 %
Transatlantisches Freihandelsabkommen (TTIP)	44 %	56 %
Datenschutz im Internet	30 %	53 %
Angemessenheit von Vorstandsvergütungen	26 %	58 %

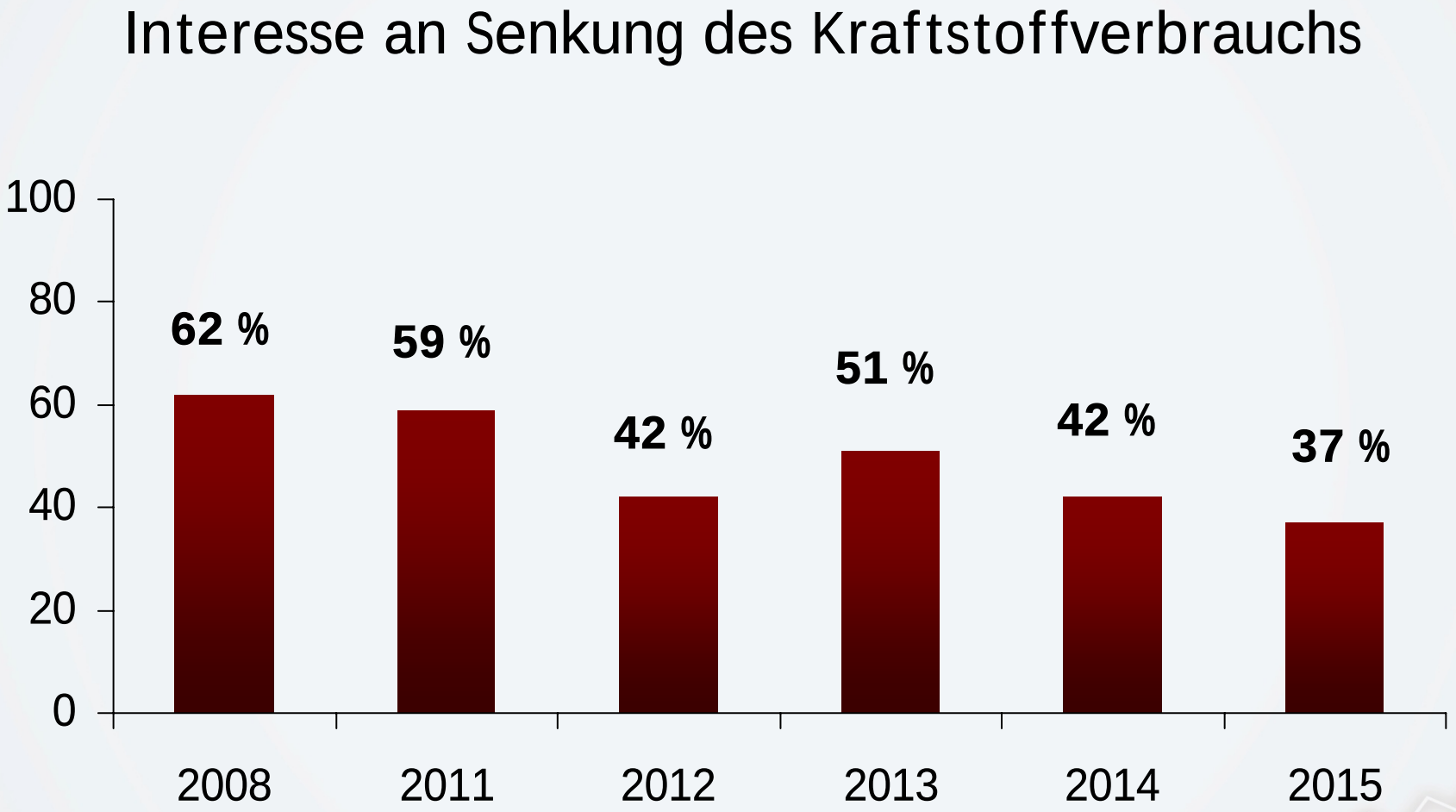
© Dr. Doeblin GmbH 2015

Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten



© Dr. Doeblin GmbH 2015

Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten



© Dr. Doeblin GmbH 2015

Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten

Fortbildungsbedarf Wirtschaftsjournalisten „Muss mich stärker fortbilden“

	2013	2014	2015
Bilanzanalyse	42 %	44 %	37 %
Mobile Kommunikationsgeräte	42 %	38 %	35 %
Social Media für Journalismus	55 %	47 %	47 %
Unternehmenssteuern	58 %	53 %	52 %

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten

Einstellungen 1

Die Informationsgesellschaft entwickelt sich in Deutschland zu langsam.	55 %
Das transatlantische Freihandelsabkommen (TTIP) zwischen der Europäischen Union und den USA liegt nicht in deutschem Interesse.	27 %
Griechenland wird langfristig in der Euro-Zone verbleiben.	30 %
Deutschland wird in den nächsten 10 Jahren im internationalen Wettbewerb seinen Rang als erstklassiger Wirtschaftsstandort erhalten.	71 %

Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten

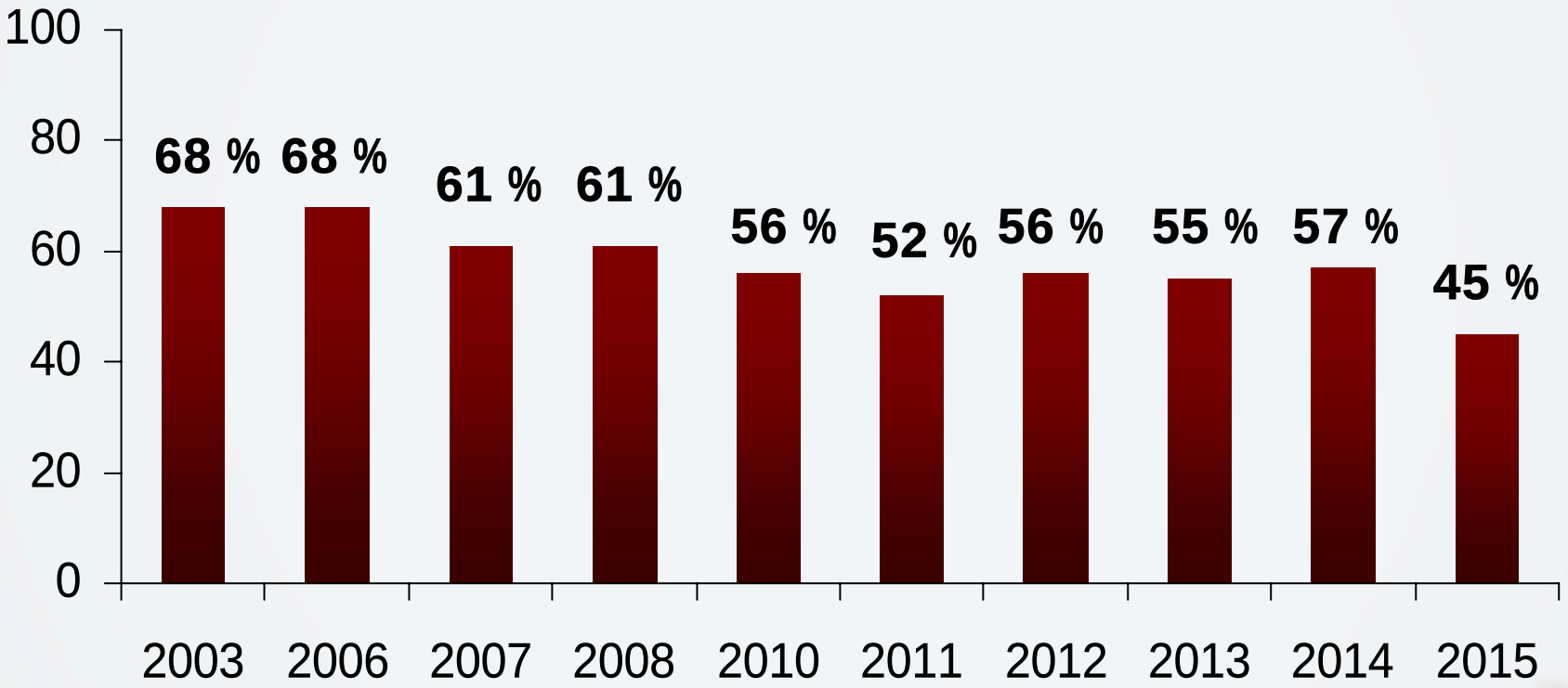
Einstellungen 2

Vorstandsvorsitzende sollten in der Regel nicht direkt auf den Aufsichtsratsvorsitz wechseln.	85 %
Kein Ausstieg aus der Kernkraft gewünscht	19 %
Der Abbau der „kalten Progression“ bei der Einkommensteuer sollte noch in 2015 stattfinden.	70 %

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten

„Die Benzinpreise werden von den Mineralölkonzernen oft durch verbotene **Preisabsprachen** im Gleichklang erhöht.“

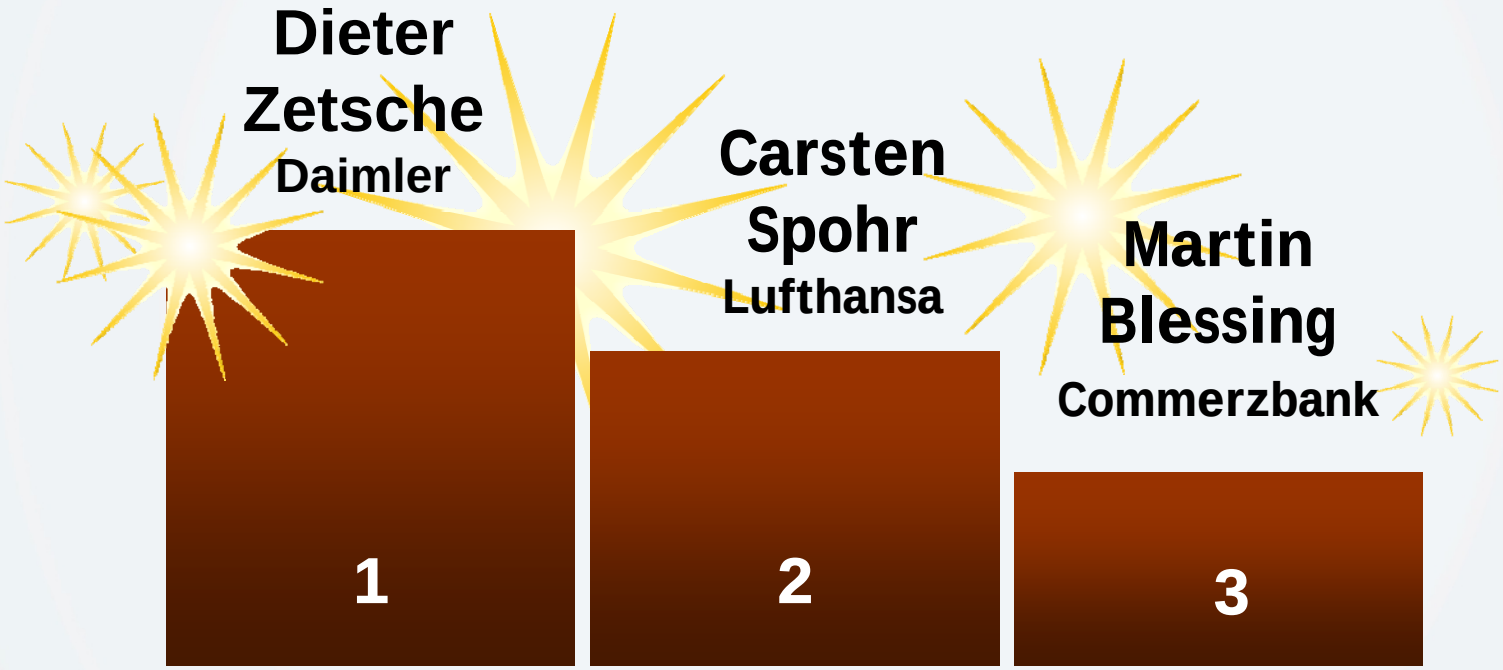


© Dr. Doeblin GmbH 2015

Reputation von Dax-CEOs

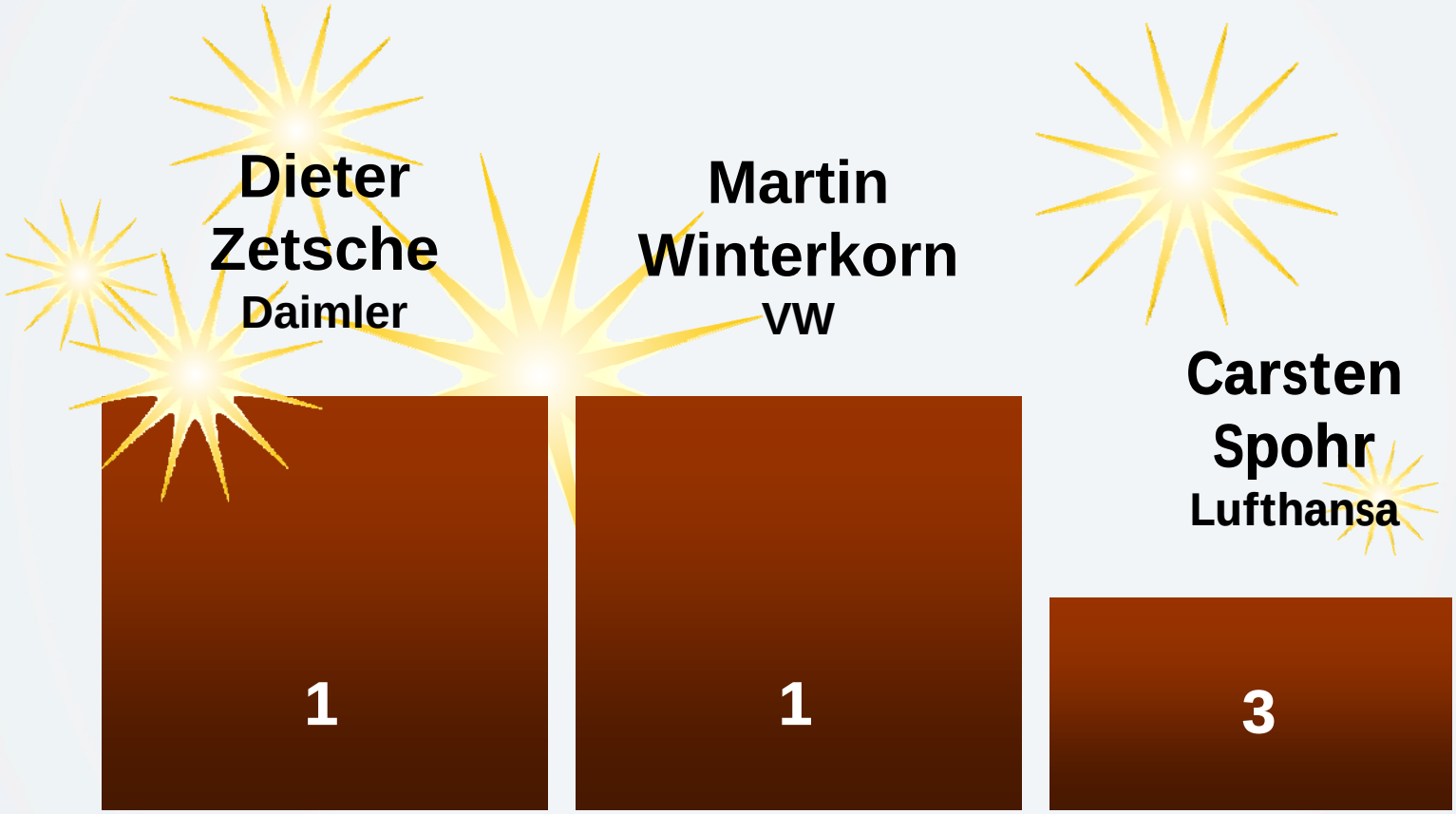
Reputation von Dax-CEOs

Offener Umgang mit den Medien – 2015



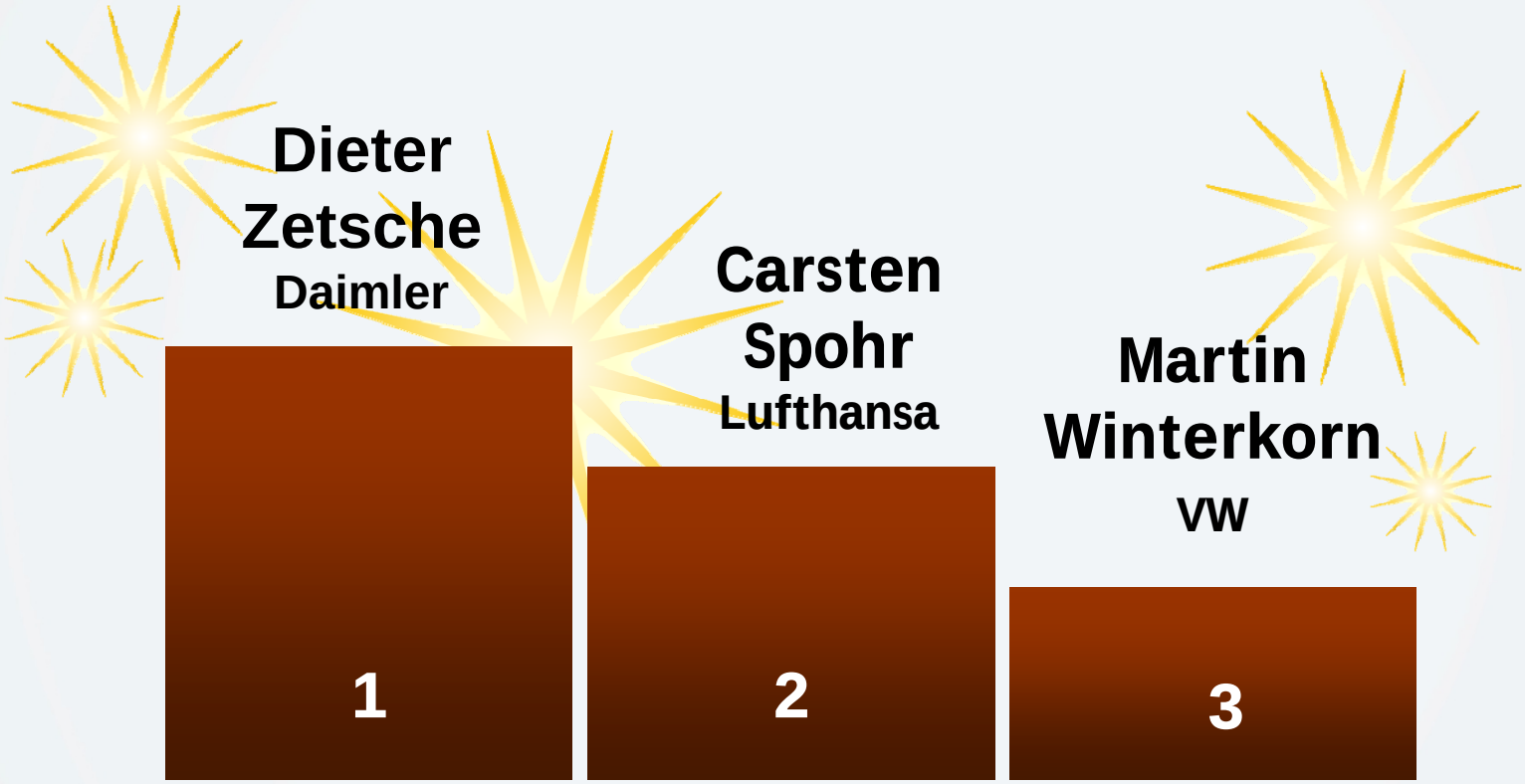
Reputation von Dax-CEOs

Kompetenz und Persönlichkeit – 2015



Reputation von Dax-CEOs

Gesamtbewertung über 4 Indikatoren – 2015



O-Töne der Journalisten zu Dieter Zetsche

„Hat einen wirklich nicht leichten Turnaround der Marke erfolgreich gemanagt.“

„Wirkt nach außen inzwischen wie Mister Mercedes. Gibt dem Unternehmen das Gesicht.“

„Ist bei Daimler schon seit ca. 1970, hat fast alle Positionen durchlaufen, kennt alles, auch die Fehler.“

© Dr. Doeblin GmbH 2015

O-Töne der Journalisten zu Carsten Spohr

„Bescheidenes, authentisches Auftreten nach der Germanwings-Katastrophe.“

„Hat gigantischen Konzernumbau angestoßen. Hält dabei Kultur und Struktur im Auge (Awareness für Change Management). Schneidet alte Zöpfe ab.“

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

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Was Wirtschaftsjournalisten bei Pressestellen schätzen

Zehn Faktoren für die erfolgreiche Pressearbeit – Die Sicht der Wirtschaftsjournalisten (I)

- Glaubwürdigkeit.
- Freundliche Pressesprecher, kompetente Gesprächspartner.
- Unkompliziert und hilfsbereit.
- Zuverlässig, kooperativ.
- Fachliche Kompetenz der Pressestelle, hohe Professionalität.

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Zehn Faktoren für die erfolgreiche Pressearbeit – Die Sicht der Wirtschaftsjournalisten (II)

— Gutes Gefühl für Themen, die Journalisten interessieren könnten.
— Storytelling.
— Sehr schnelle Information, Erreichbarkeit auch noch am Abend für Fragen.
— Gut sortierter Internetauftritt.
— Vermittlung hochkarätiger Gesprächspartner — bis auf Vorstandsebene.

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Beispielzitate über die Pressearbeit von Unternehmen

„Gute Informationen und Gesprächspartner.“ (Linde)

„Guter persönlicher Kontakt, schnelle Reaktion.“ (Linde)

„Schnell erreichbar, verlässlich.“ (Linde)

„Zugänglich und unkompliziert bei Dreharbeiten.“ Linde)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Beispielzitate über die Pressearbeit von Unternehmen

„Helfen schnell mit allem, was man braucht.“ (Münchener Rück)

„Jede Anfrage wird bearbeitet. Verlässliche Qualität der Gesprächspartner.“ (Münchener Rück)

„Seriös, liefern viel Hintergrund und Erklärungen.“ (Münchener Rück)

„Zügige Beantwortung von Presseanfragen, bleiben auch bei kritischen, unangenehmen Fragen höflich, rasche Vermittlung von Gesprächspartnern.“ (Münchener Rück)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Beispielzitate über die Pressearbeit von Unternehmen

„Auch am Wochenende gut erreichbar. Sehr gute Informationspolitik.“ (Siemens)

„Durch die großzügig besetzte Pressestelle gibt es immer schnell einen kompetenten Ansprechpartner.“ (Siemens)

„Gute, mir persönlich bekannte Ansprechpartner, die seit langer Zeit an Bord sind, Themen anbieten, Hintergründe liefern.“ (Siemens)

„In Deutschland ausgeprägte Regionalstruktur bei der Pressearbeit, das erleichtert vieles. Bereitschaft für Themen und Gesprächspartner groß.“ (Siemens)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Beispielzitate über die Pressearbeit von Unternehmen

„Kompetentes Team, kompetente Ansprechpartner werden schnell vermittelt.“ (ThyssenKrupp)

„Nach den Skandalen hat sich die Kommunikation dramatisch verbessert. Com-Chef Wilke hat mit Zimmermann einen sehr guten Menschen gefunden,der die externe Kommunikation macht.“ (ThyssenKrupp)

„Schnell, kompetent, freundlich, neuen Kommunikationsformen aufgeschlossen.“ (ThyssenKrupp)

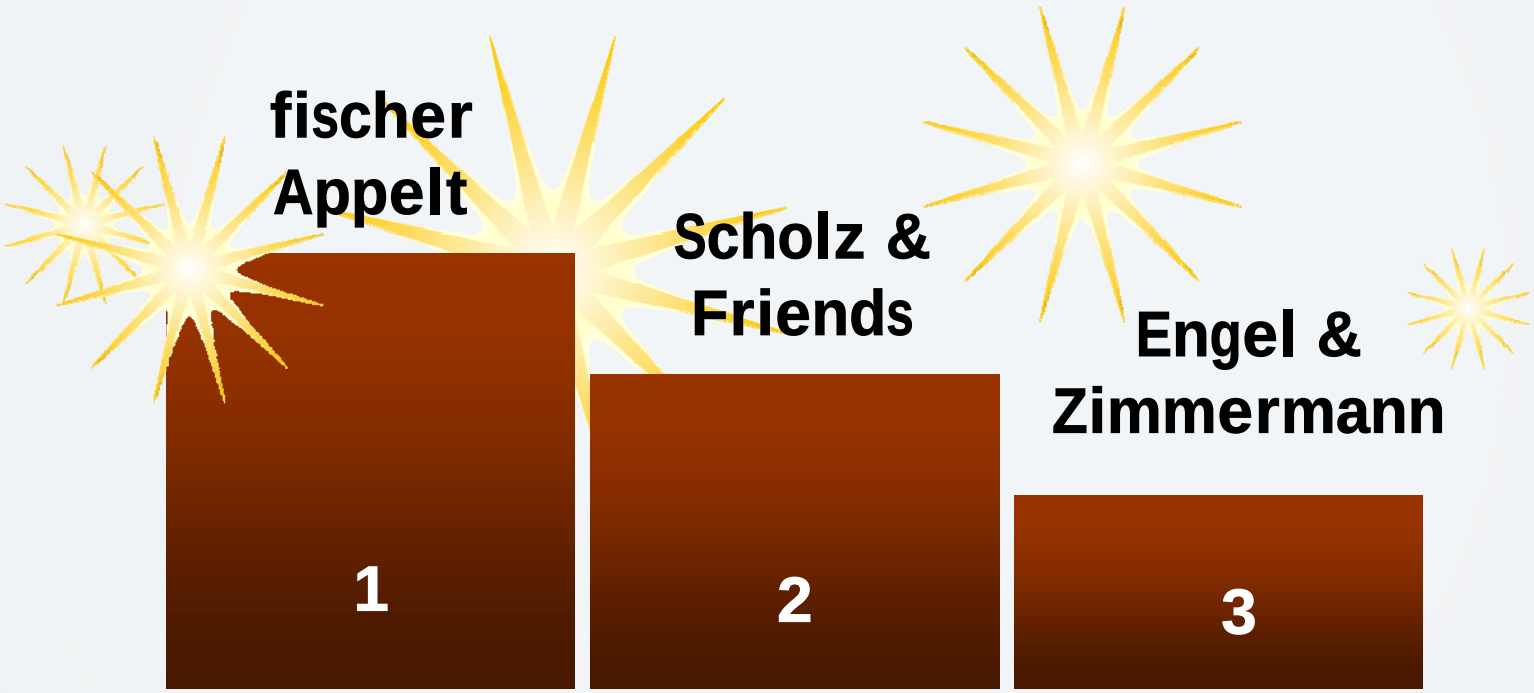
„Umfassende Informationen und schnelle Reaktion auf Anfragen und Interviewwünsche.“ (ThyssenKrupp)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Pressearbeit PR-Agenturen

Evaluierung von Pressearbeit

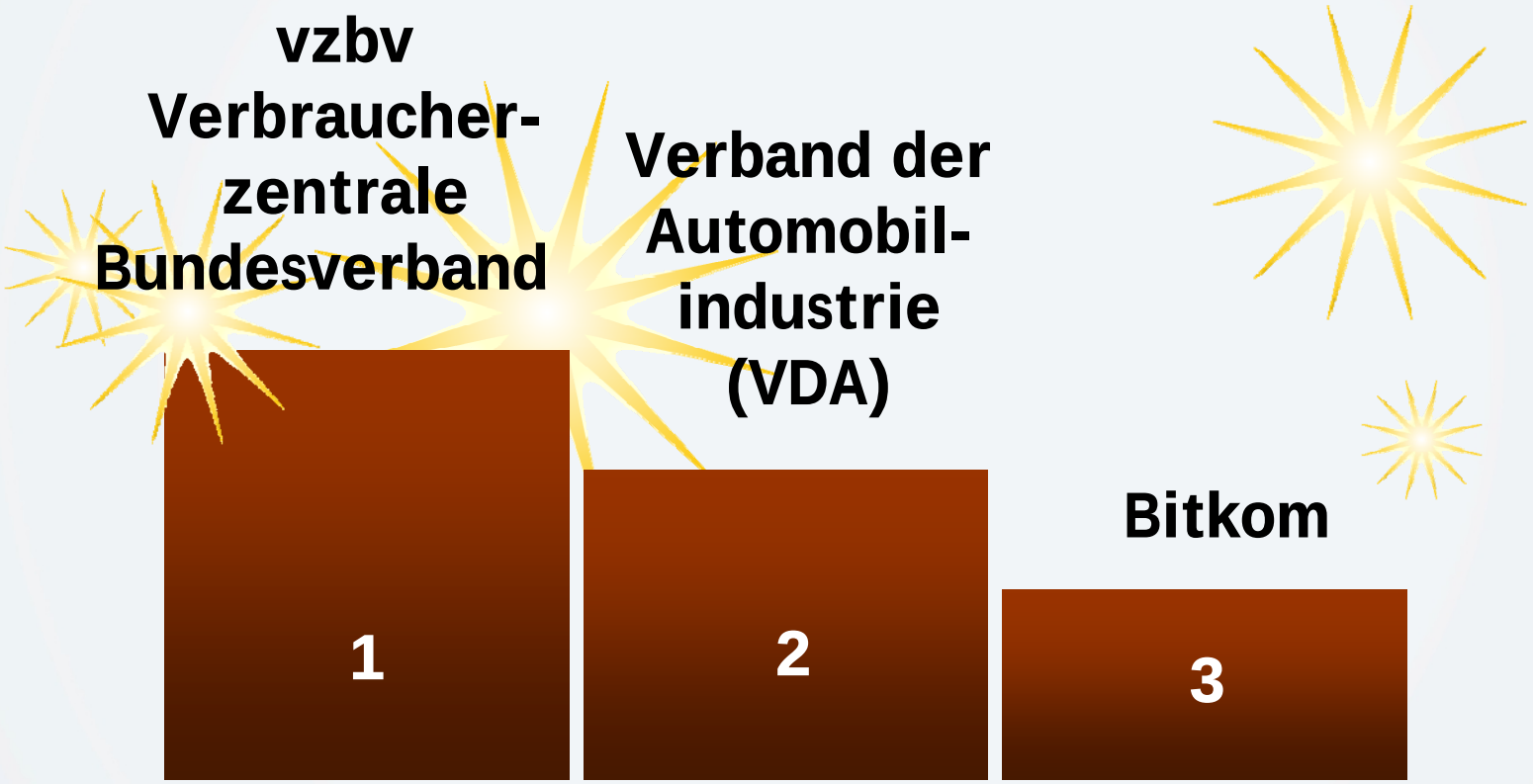
Professionalität der Pressearbeit – 2015
PR-Agenturen



Pressearbeit Verbände

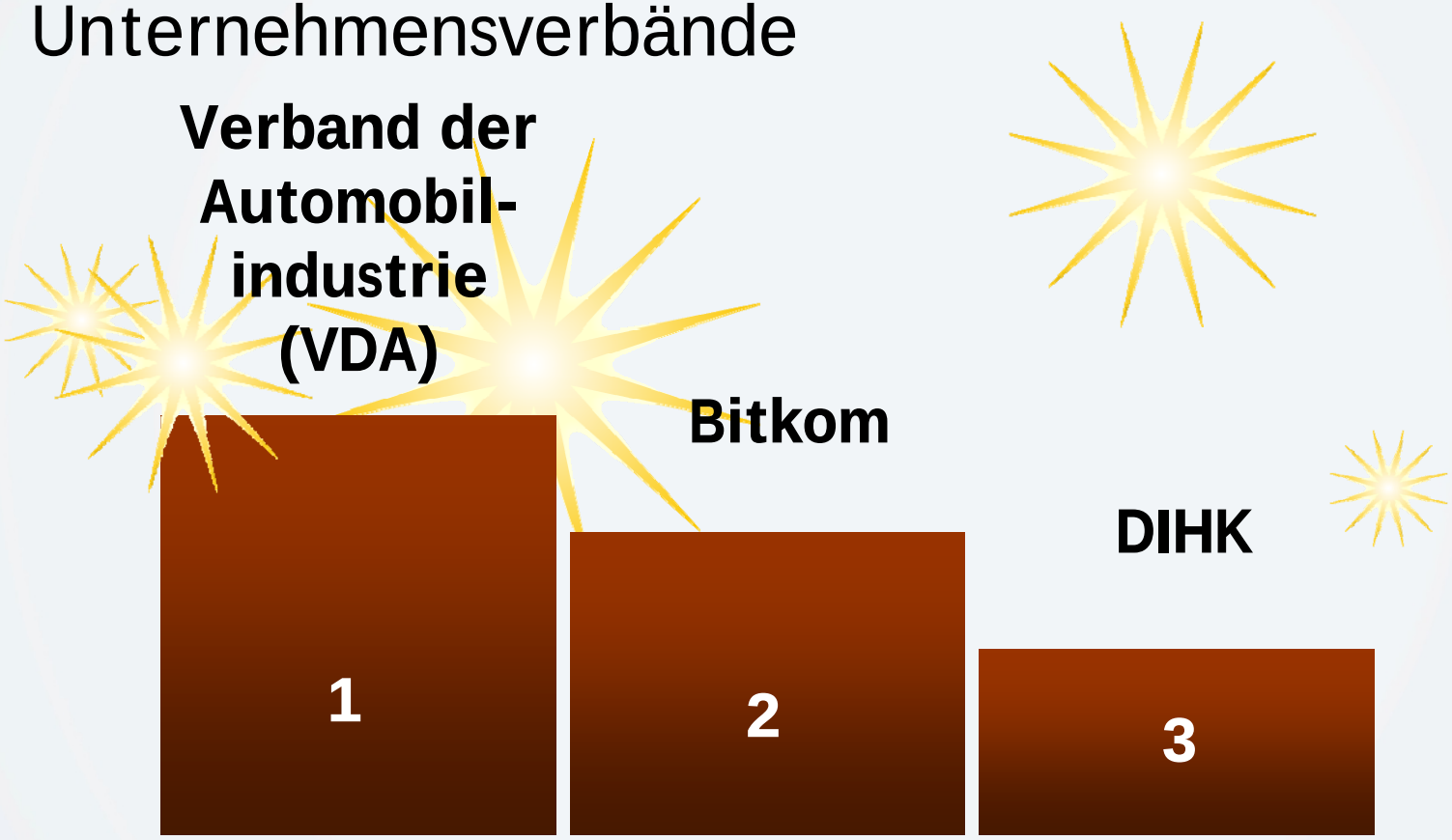
Evaluierung von Pressearbeit

Kompetenz der Mitarbeiter – 2015
Verbände gesamt



Evaluierung von Pressearbeit

Kompetenz der Mitarbeiter – 2015
Unternehmensverbände



Evaluierung von Pressearbeit

Kompetenz der Mitarbeiter
Verbände gesamt

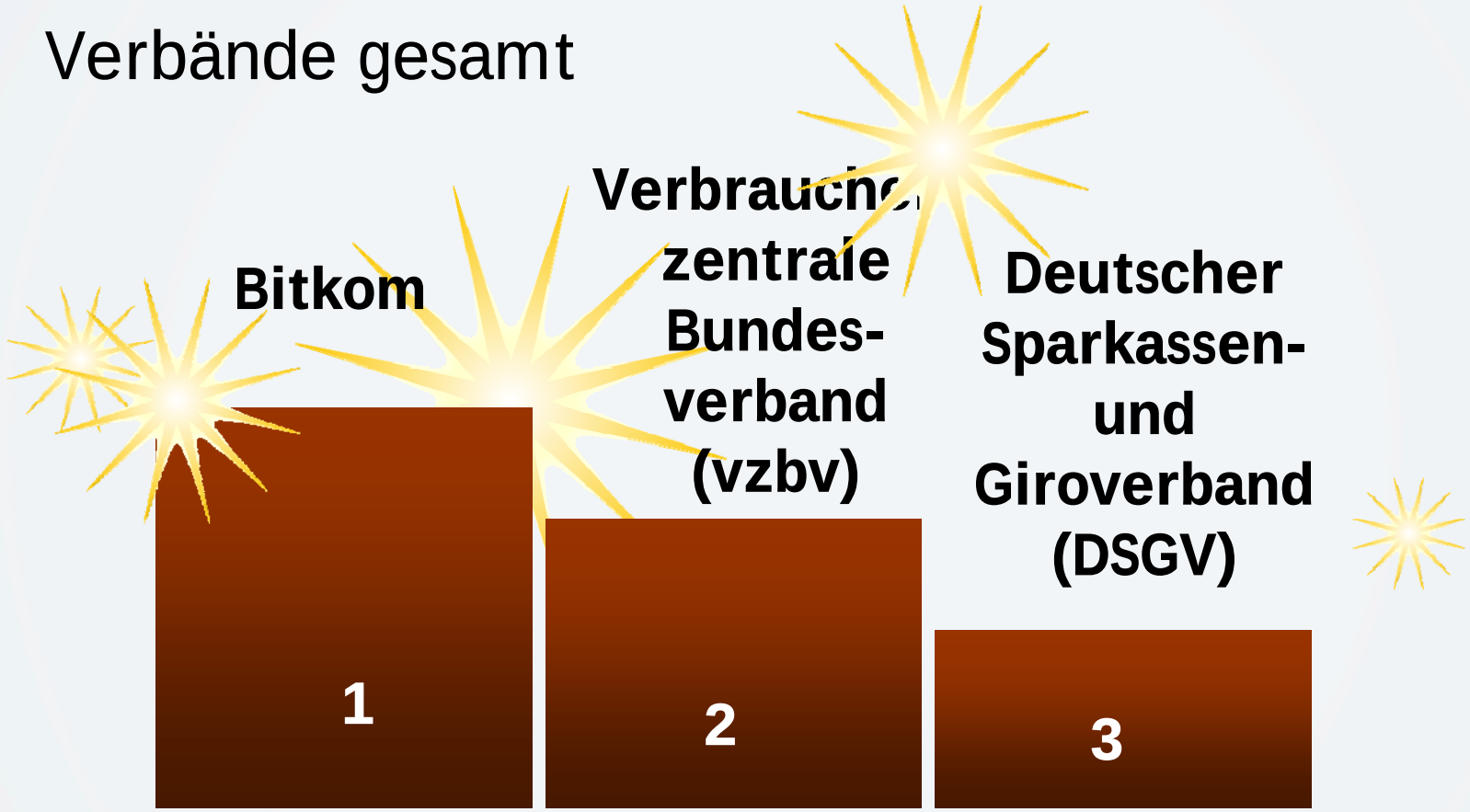
Rangverbesserungen 2014 / 2015

- ADAC (von Rang 15 auf 7)
- VDMA (von Rang 19 auf 11)
- BDA (von Rang 19 auf 13)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

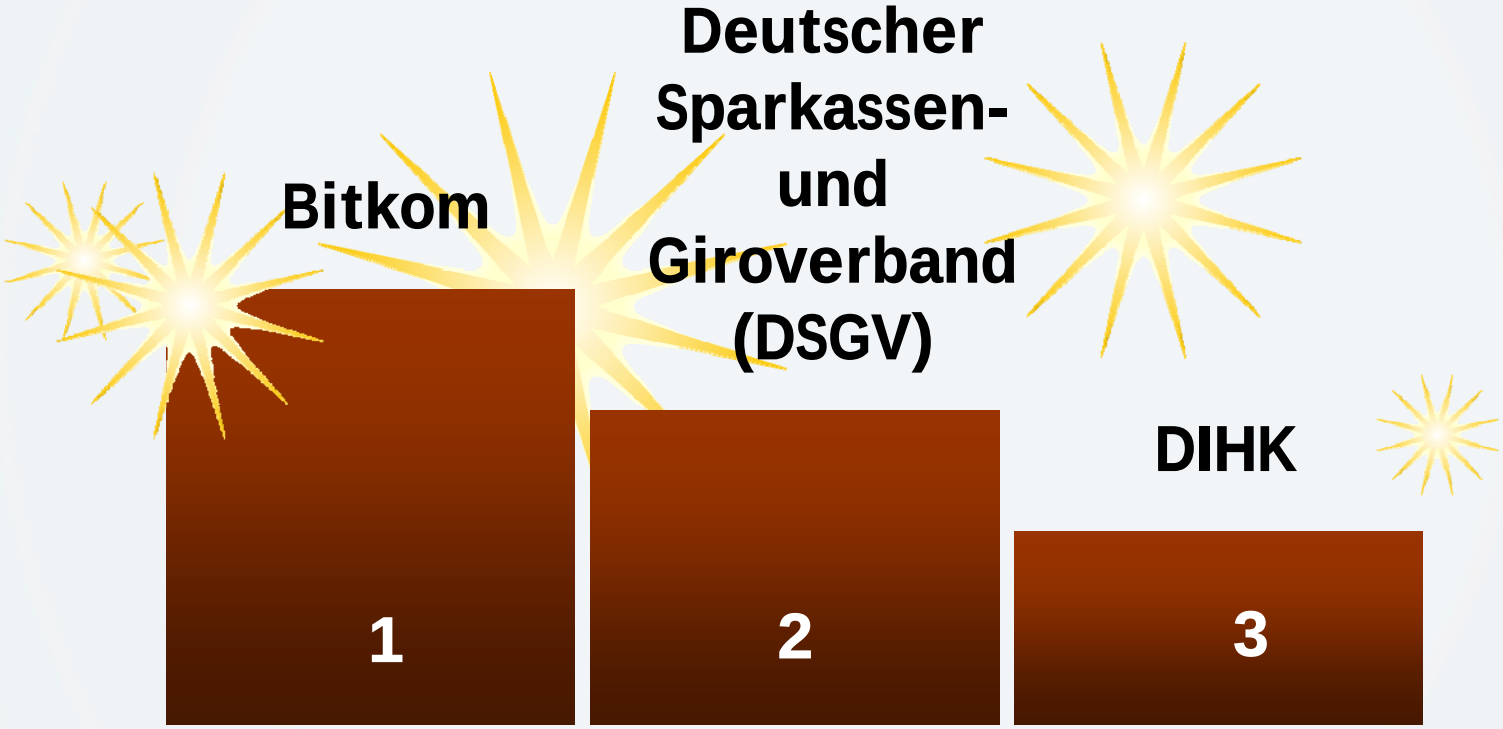
Evaluierung von Pressearbeit

Professionalität der Pressearbeit – 2015
Verbände gesamt



Evaluierung von Pressearbeit

Professionalität der Pressearbeit – 2015
Unternehmensverbände



Evaluierung von Pressearbeit

Professionalität der Pressearbeit Verbände gesamt

Rangverbesserungen 2014 / 2015

- VDMA (von Rang 19 auf Rang 7)
- ZVEI (von Rang 23 auf Rang 13)
- Die Familienunternehmen – ASU (von Rang 16 auf Rang 10)
- ADAC (von Rang 15 auf Rang 10)
- Deutscher Sparkassen- und Giroverband (DSGV) (von Rang 7 auf Rang 3)

Beispielzitate über die Pressearbeit von Verbänden

„Bieten viele Umfragen, Zahlen - Daten - Fakten, die sich für Hintergründe in Artikeln gut einsetzen lassen.“ (Bitkom)

„Kompetente, freundliche Ansprechpartner, langjährige Kontakte. Stets hilfreich.“ (Bitkom)

„Sehr gute Pressekonferenzen — z. B. auf der CeBIT. Innovative Themenvorschläge, sehr gute Vermittlung von Experten, Hintergrundwissen und Material. Besser geht es nicht.“ (Bitkom)

Beispielzitate über die Pressearbeit von Verbänden

„Haben zu allen Themen sehr kompetente Gesprächspartner, auch in den Landesverbänden.“ (vzbv Verbraucherzentrale Bundesverband)

„Kompetente Gesprächspartner - schnelle Vermittlung - garantierte Rückmeldung.“ (vzbv Verbraucherzentrale Bundesverband)

„Sehr offen, schneller, direkter Zugang zu Fachleuten, Pressestelle vermittelt direkt weiter.“ (vzbv Verbraucherzentrale Bundesverband)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Beispielzitate über die Pressearbeit von Verbänden

„Kennen die Bedürfnisse von Journalisten gut. Sehr gute Erreichbarkeit. Gutes Verständnis für unterschiedliche Medien (TV, Hörfunk).“ (VDA)

„Sehr engagierte Pressearbeit und immer hilfsbereit bei der Vermittlung von Gesprächspartnern und Gastbeiträgen.“ (VDA)

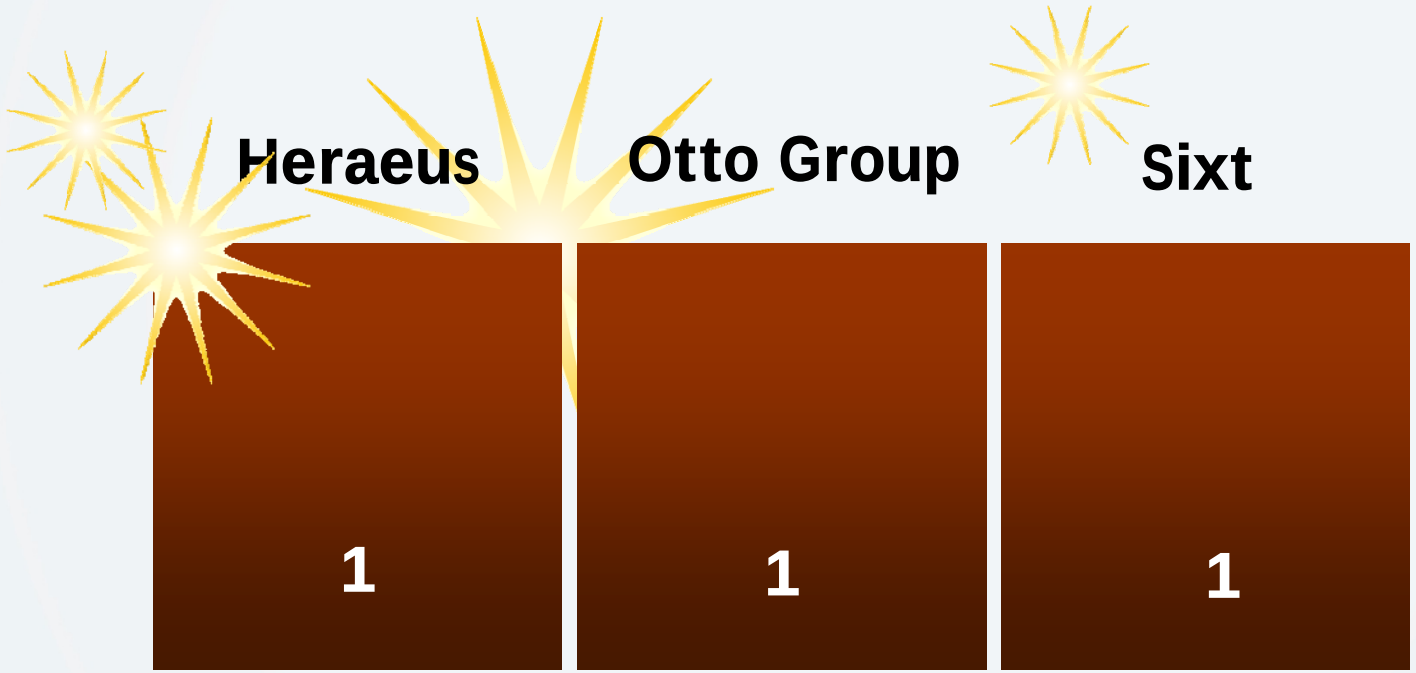
„Guter Hintergrund und aktuelle Reaktionen, fundierte Gesprächspartner.“ (VDA)
„Weißt regelmäßig auf wichtige Entwicklungen hin, hat gute Daten.“ (VDA)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Pressearbeit Familienunternehmen

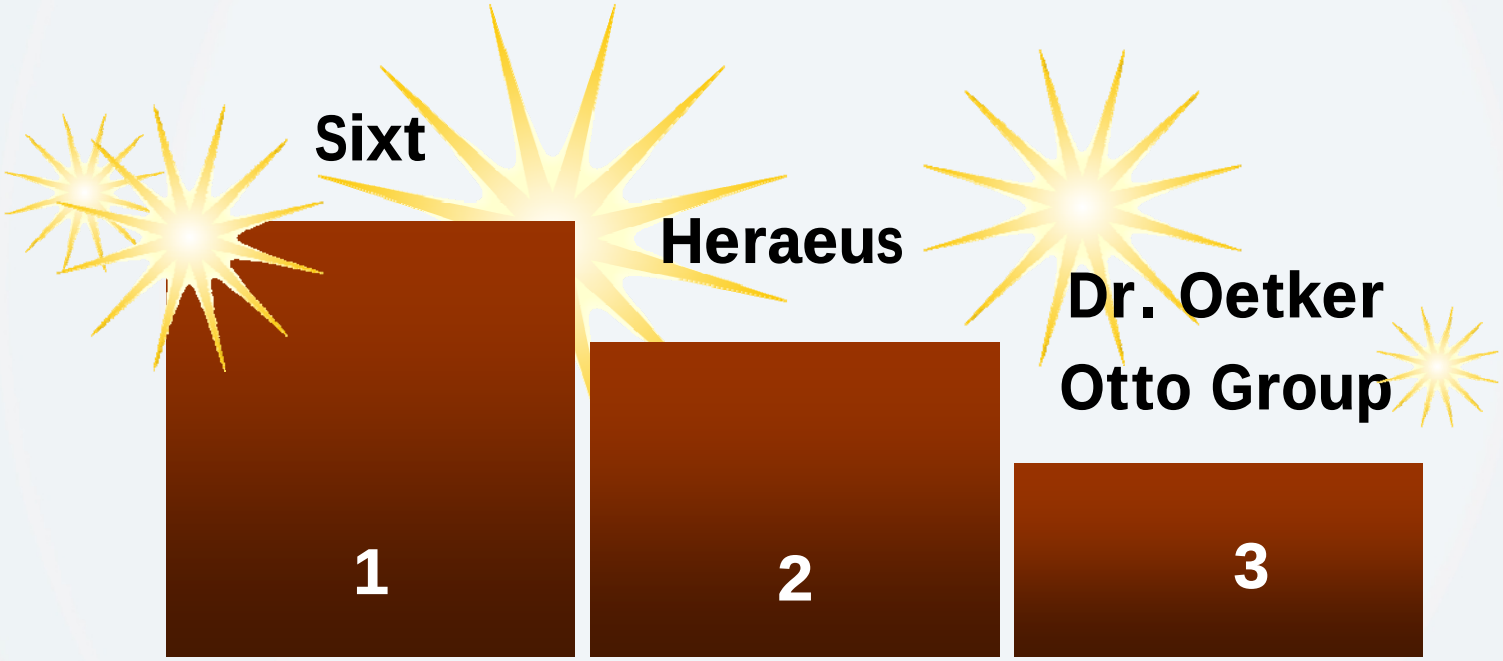
Evaluierung von Pressearbeit

Kompetenz der Mitarbeiter – 2015
Familienunternehmen



Evaluierung von Pressearbeit

Professionalität der Pressearbeit – 2015
Familienunternehmen



Beispielzitate über die Pressearbeit von Familienunternehmen

„Informationen über Werbestrategien .“ (Sixt)

„Auch der Vorstand steht für Interviews zur Verfügung.“ (Sixt)

„Kompetente Ansprechpartner, gutes Material, fernsehtaugliches Material.“ (Sixt)

„Vermittlung guter Gesprächspartner, terminlich flexibel.“ (Sixt)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Beispielzitate über die Pressearbeit von Familienunternehmen

„Freundlich und kompetent, verlässliche Auskünfte.“ (Heraeus)

„Guter Kontakt zum Kommunikationschef, reagieren schnell auf Nachfragen.“ (Heraeus)

„Seriös und serviceorientiert.“ (Heraeus)

„Vergleichsweisse offen für Familienunternehmen.“ (Heraeus)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Beispielzitate über die Pressearbeit von Familienunternehmen

„Aufmerksam.“ (Otto Group)

„Klare Informationspolitik .“ (Otto Group)

„Offen und kommunikativ.“ (Otto Group)

„Schnelle Reaktion auf Anfragen, kompetente Antworten.“ (Otto Group)

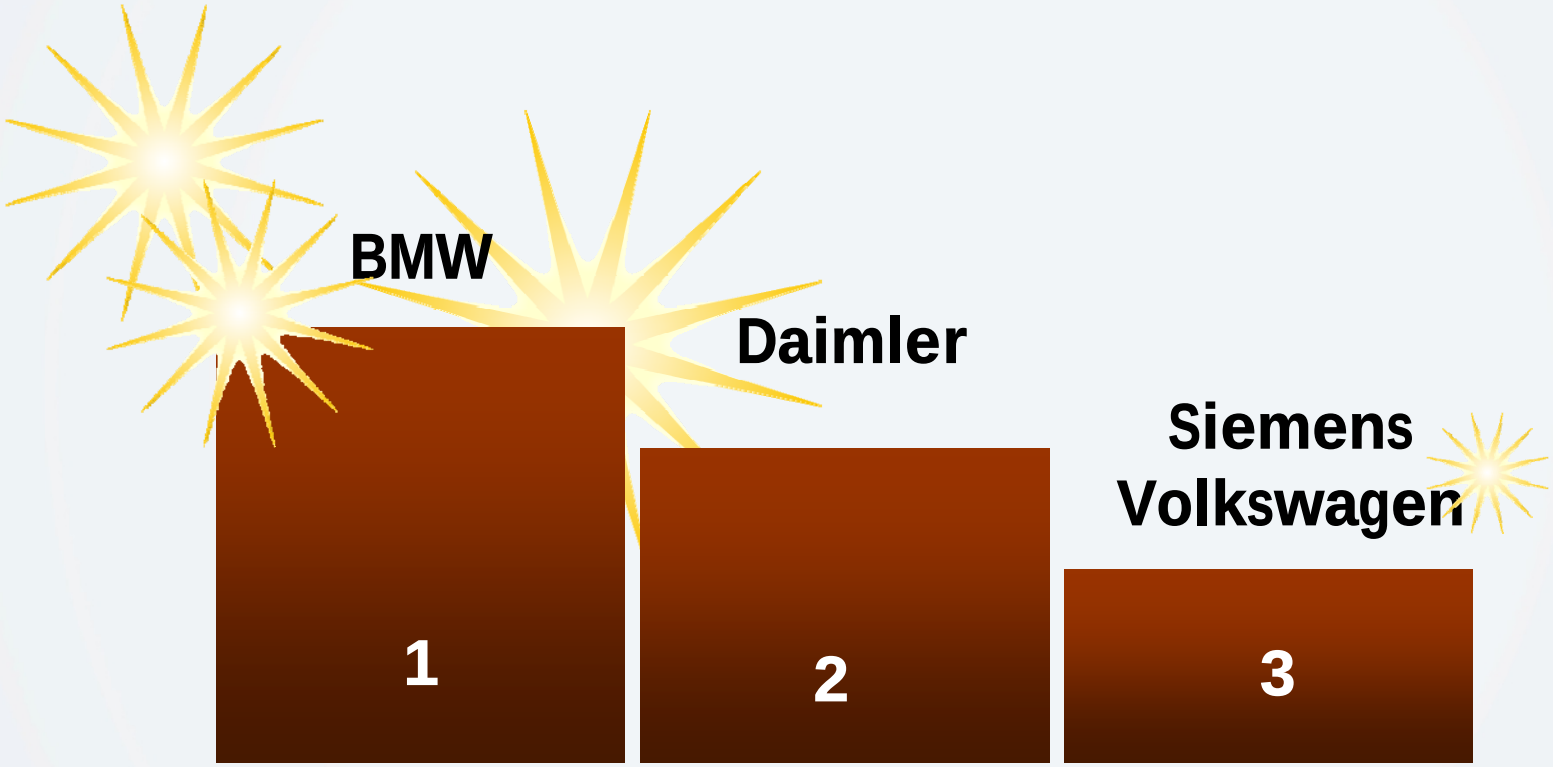
„Ungeschönt, zuvorkommend.“ (Otto Group)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Pressearbeit Dax-Gesellschaften

Evaluierung von Pressearbeit

Kompetenz der Mitarbeiter – 2015
Dax-Gesellschaften



Evaluierung von Pressearbeit

Kompetenz der Mitarbeiter

Dax-Gesellschaften

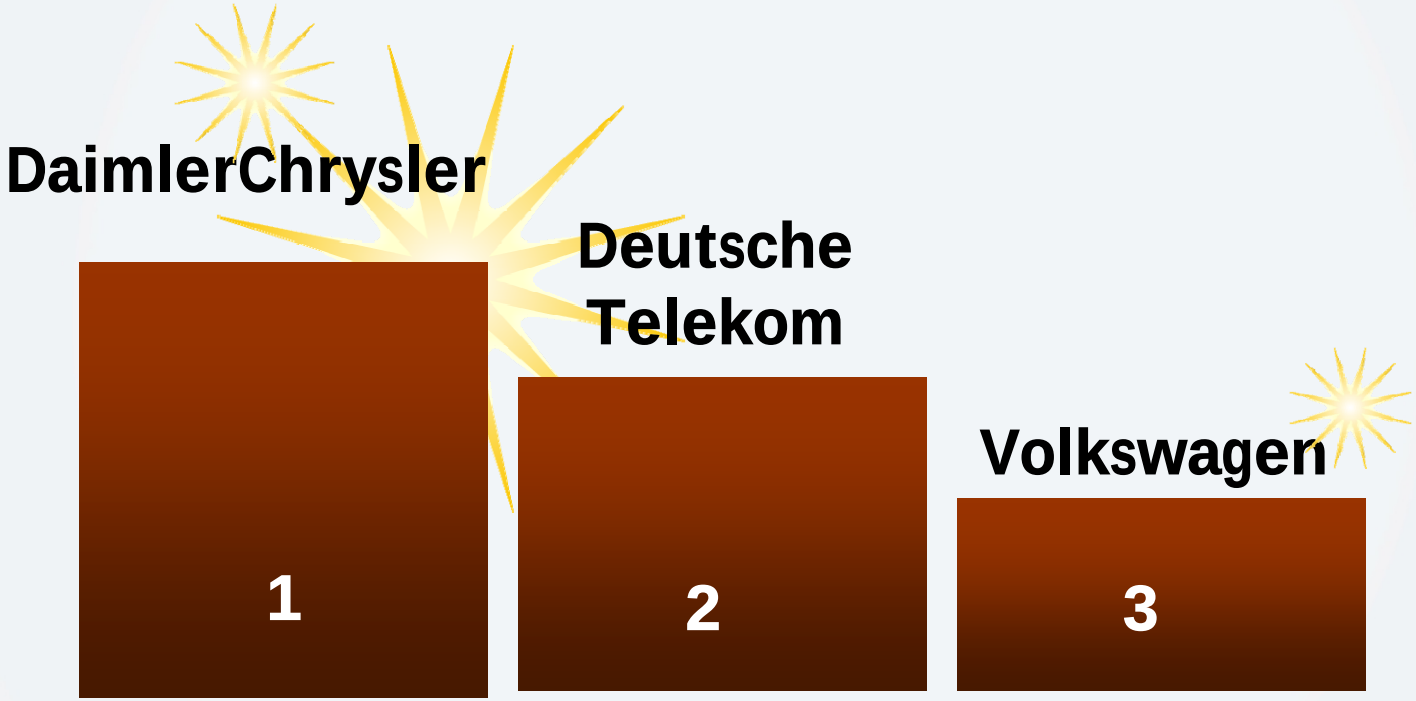
Rangverbesserungen 2014 / 2015

- Münchener Rück (von Rang 18 auf Rang 8)
- Lufthansa (von Rang 13 auf Rang 6)
- Continental (von Rang 15 auf Rang 9)
- RWE (von Rang 16 auf Rang 11)
- Commerzbank (von Rang 7 auf Rang 4)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

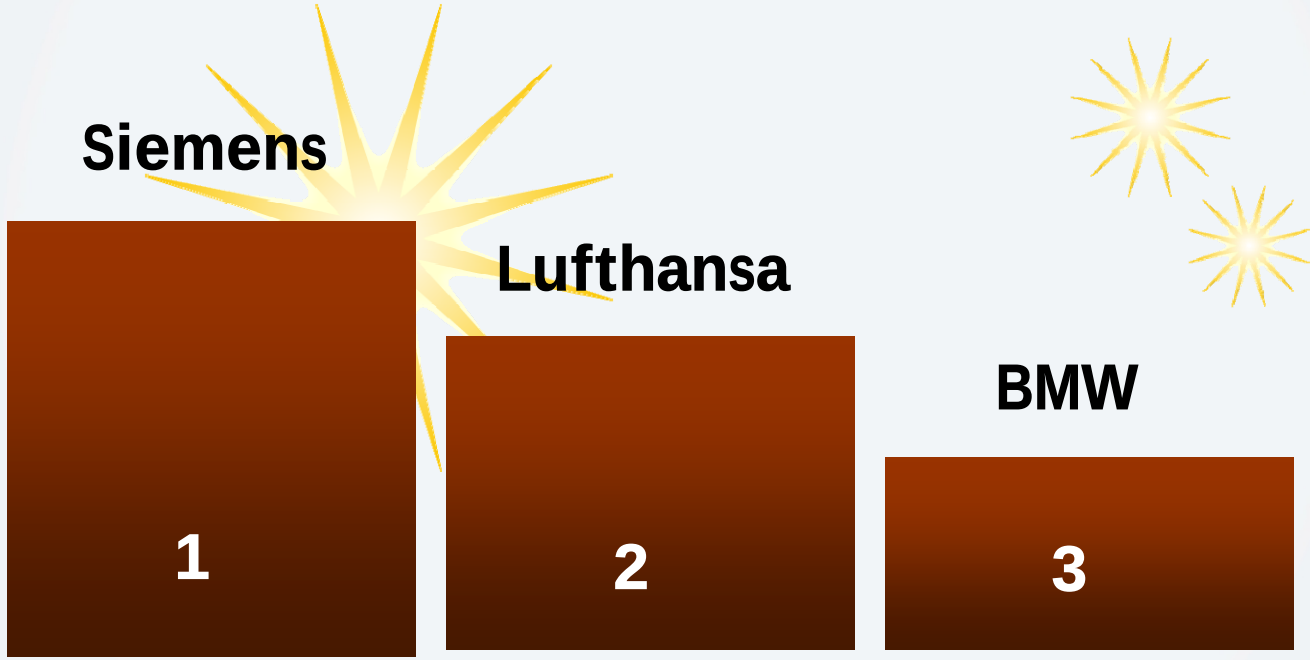
Evaluierung von Pressearbeit

Der Blick in die Vergangenheit:
Professionalität der Pressearbeit – 2000



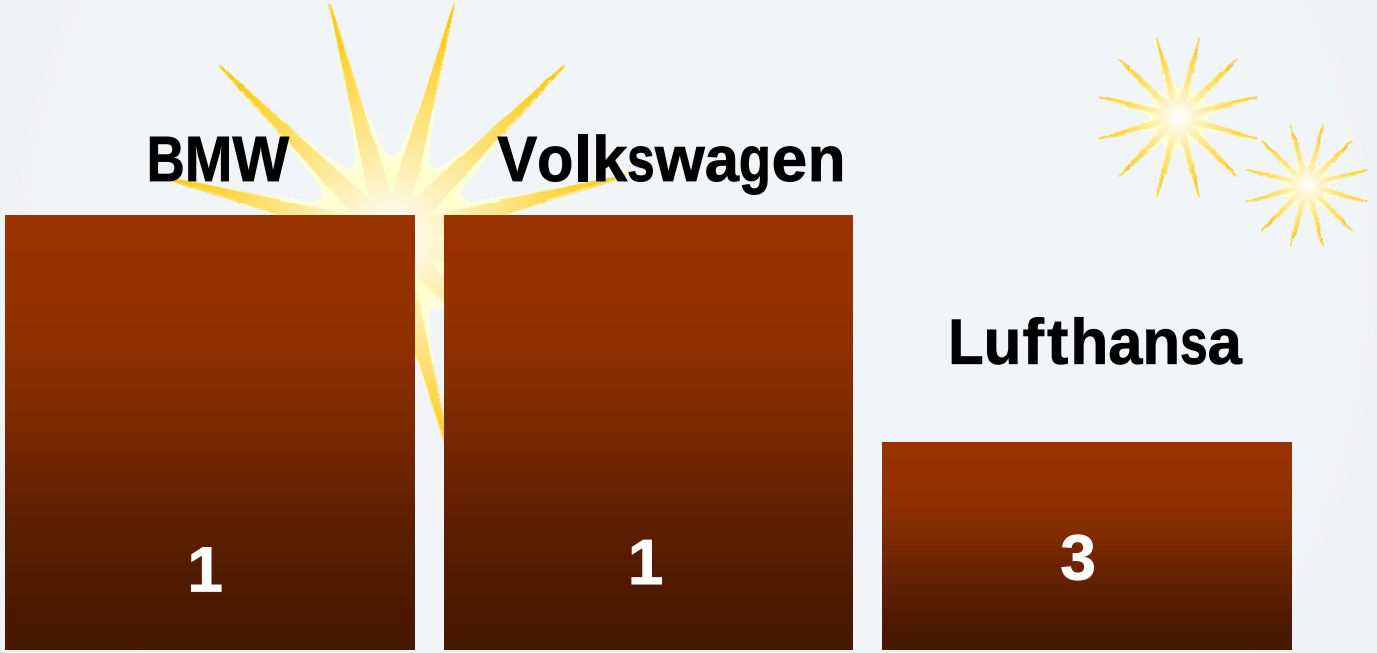
Evaluierung von Pressearbeit

Der Blick in die Vergangenheit:
Professionalität der Pressearbeit – 2005



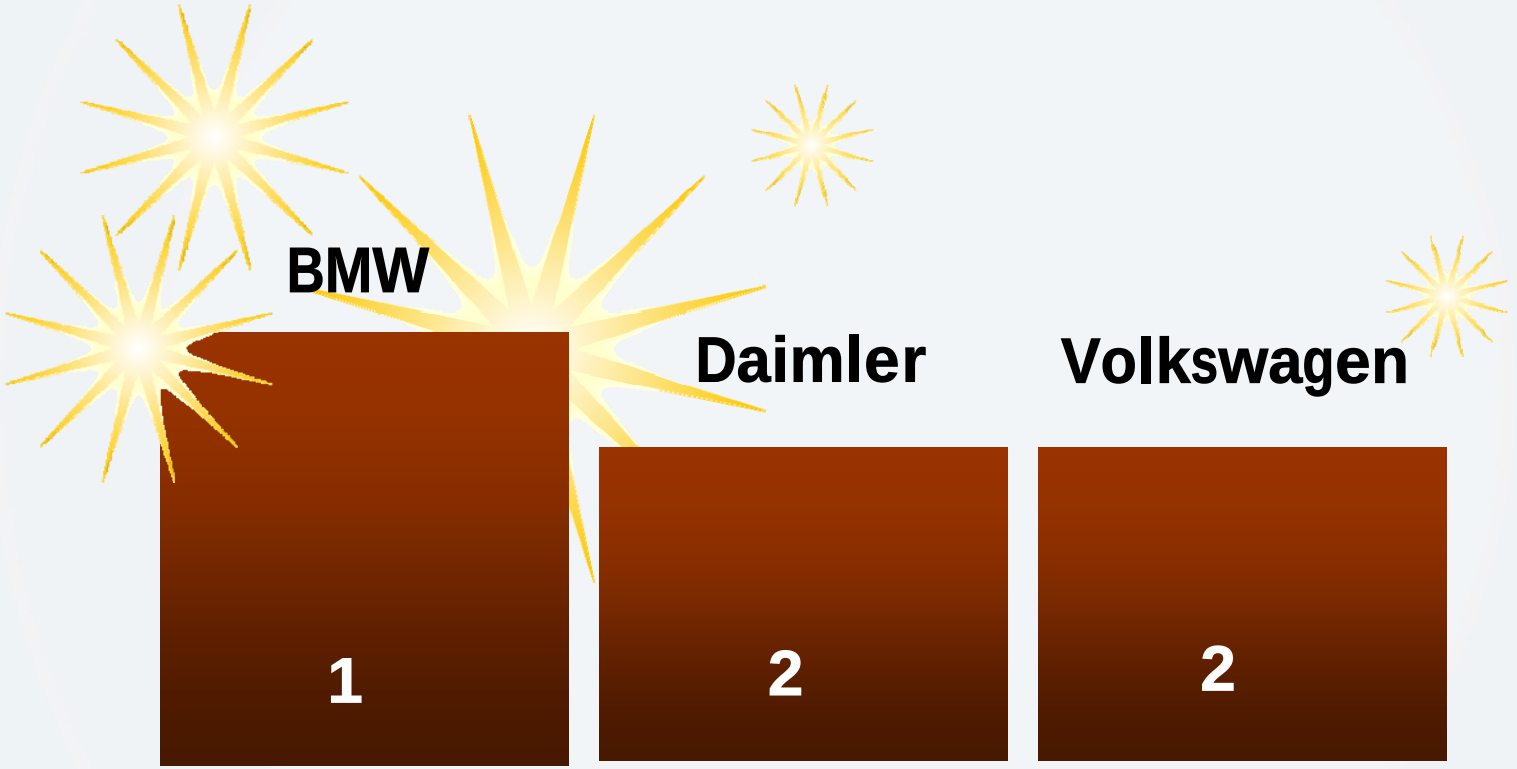
Evaluierung von Pressearbeit

Der Blick in die Vergangenheit:
Professionalität der Pressearbeit – 2010



Evaluierung von Pressearbeit

Professionalität der Pressearbeit – 2015



Evaluierung von Pressearbeit

Professionalität der Pressearbeit Unternehmen

Rangverbesserungen 2014 / 2015

- Adidas (von Rang 15 auf Rang 7)
- Lufthansa (von Rang 9 auf Rang 4)
- Commerzbank (von Rang 10 auf Rang 5)
- Continental (von Rang 15 auf Rang 10)
- Münchener Rück (von Rang 17 auf Rang 13)

Beispielzitate über die Pressearbeit von Unternehmen

„Gute Kommunikation und Erreichbarkeit, flexibel und schnell.“ (BMW)

„Individuelle Betreuung bei Anfragen.“ (BMW)

„Sachliche und vernünftig dosierte Presseinfos.“ (BMW)

„Umfassende Informationen und schnelle Reaktion auf Anfragen und Interviewwünsche.“ (BMW)

„Umtriebig, gute und vorzeitige Hintergrund-informationen.“ (BMW)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Beispielzitate über die Pressearbeit von Unternehmen

„Die Pressearbeit ist kompetent besetzt, hilfsbereit und ruft schnell zurück. Man steckt nicht in der Warteschleife fest.“ (Daimler)

„Einfacher und problemloser Zugang.“ (Daimler)

„Präzise vermittelte Ansprechpartner, die auch komplexe Sachverhalte gerne und gut erläutern.“ (Daimler)

„Saubere Berichte, offen für Nachfragen.“ (Daimler)

„Solide Pressearbeit mit kompetenten Ansprech-partnern.“ (Daimler)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Beispielzitate über die Pressearbeit von Unternehmen

„Ausführliche Informationen und umgehende Behandlung von Anfragen.“ (VW)

„Hoch professionell, top Internetangebot.“ (VW)

„Innovativ und schnell.“ (VW)

„Offen, schnell, hilfsbereit.“ (VW)

„Schwierige Themen werden einfach erklärt.“ (VW)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Beispielzitate über die Pressearbeit von Unternehmen

„Exzellente Pressearbeit, schnell, zuverlässig, auch manchmal bereit, Hintergründe … zu liefern und gibt gutes Zahlenmaterial heraus.“ (Lufthansa)

„Gute Gesprächspartner, klare Aussagen, schnelle Ansprechpartner.“ (Lufthansa)

„Gute Strategieartikel. Weitblick.“ (Lufthansa)

“Hervorragende Unternehmenskommunikation, gerade in den zurückliegenden Krisenzeiten.“ (Lufthansa)

„Sehr gute Hintergrundinformationen, hohe Fachkompetenz.“ (Lufthansa)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Beispielzitate über die Pressearbeit von Unternehmen

„Direkter Kontakt zu CEO schnell und unbürokratisch.“ (Adidas)

„Flexible und kluge Leute.“ (Adidas)

„Kompetent, die Pressesprecher kennen sich im Unternehmen aus, sind begeistert, verstehen die Geschichte, sind schnell.“ (Adidas)

„Sehr offen für Hintergrundgespräche.“ (Adidas)

„Transparenz.“ (Adidas)

© Dr. Doeblin GmbH 2015

Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten

Die in dieser Präsentation vorgestellten Ergebnisse entstammen den folgenden Studien:

Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten

Umfragen unter Wirtschaftsjournalisten

- Die Kommunikationswirkung von Dax-Gesellschaften bei Wirtschaftsjournalisten
- Die Kommunikationswirkung von Familienunternehmen bei Wirtschaftsjournalisten
- Die Kommunikationswirkung von Verbänden bei Wirtschaftsjournalisten
- Das Image von Unternehmensführern bei Wirtschaftsjournalisten
- Das Image von Verbandsvorsitzenden und Hauptgeschäftsführern bei Wirtschaftsjournalisten

Kommunikation mit Wirtschaftsjournalisten

Umfragen in der Bevölkerung – Nov./Dez. 2015

- Bundesweit Unternehmen / Verbände
- In den Bundesländern Baden-Württemberg / Bayern / Hessen / NRW / Berlin und Brandenburg

Copyright 2015
Dr. Doeblin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung mbH
Helgoländer Ufer 7 b, 10557 Berlin
Tel. 030-58856710
Fax 030-91550648

doeblin@wp-online.de
www.wp-online.de