



Dr. Doebelin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH

Fact Sheet

Titel	Das Image von Unternehmensführern bei Wirtschaftsjournalisten
Studien-Kürzel	WJ2016CEO
Zielgruppe	Wirtschaftsjournalisten von Tages- und Wochenzeitungen, Wirtschaftsmagazinen, Presseagenturen, Funk- und Fernsehredaktionen, Online-Redaktionen sowie freie Journalisten (bundesweit)
Stichprobe	Mindestens 70 Wirtschaftsjournalisten
Methode	Online-Umfrage
Zeitraum der Befragung	Dezember 2016
Erhobene Image-Indikatoren der CEOs	Image-Indikatoren für alle CEOs der Studie <ul style="list-style-type: none">– Ranking: Zugänglichkeit und Offenheit gegenüber der Presse– Ranking: Kompetenz und Persönlichkeit <i>(plus O-Töne der Journalisten)</i>– Ranking: Sympathie <i>(plus O-Töne der Journalisten)</i>– Ranking: Strategischer Weitblick
Zusätzliche Inhalte	Informationsbedürfnisse und Einstellungen der Journalisten
Berücksichtigte Unternehmensführer	CEOs aller Dax-Gesellschaften sowie vorbestellender Großunternehmen
Preis	Preis auf Anfrage unter doeblin@wp-online.de
Bericht	Digitaler Management-Report mit Rankings, O-Tönen und Zusammenfassung. (CEOs mit den niedrigsten Werten werden anonymisiert.)