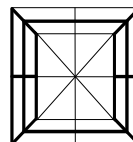


Informationen über Bezugsbedingungen  
 bitte unter [doeblin@wp-online.de](mailto:doeblin@wp-online.de) erfragen.



Dr. Doeblin  
 Gesellschaft für  
 Wirtschaftsforschung mbH

## Wirtschaftsjournalisten-Umfragen Dezember 2015

Studie	Inhalt
<b>Das Image von Unternehmensführern bei Wirtschaftsjournalisten</b> Bundesweite Umfrage Stichprobe 88	Image der CEOs aller Dax-Gesellschaften und vorbestellender Großunternehmen in Bezug auf: - Zugänglichkeit und Offenheit - Kompetenz und Persönlichkeit ( <i>plus O-Töne</i> ) - Sympathie ( <i>plus O-Töne</i> ) - Strategischer Weitblick
<b>Das Image von Verbandsvorsitzenden und Hauptgeschäftsführern bei Wirtschaftsjournalisten</b> Bundesweite Umfrage Stichprobe 83	Für ausgewählte Verbände: Image der Vorsitzenden in Bezug auf: - Kompetenz und Persönlichkeit von Verbandsvorsitzenden - Öffentliche konstruktive Beiträge ( <i>plus O-Töne</i> ) Image der Hauptgeschäftsführer in Bezug auf: - Öffentliche konstruktive Beiträge
<b>Das Image der Finanzkommunikation von Unternehmen und Finanzvorständen bei Wirtschaftsjournalisten</b> Bundesweite Umfrage Stichprobe 84	Evaluierung des Images der Finanzkommunikation aller Dax-Gesellschaften und vorbestellender Großunternehmen und ihrer Finanzvorstände in Bezug auf: - Langfristig angelegte, professionelle Finanzkommunikation (Unternehmen) ( <i>plus O-Töne</i> ) - Finanzielle Solidität (Unternehmen) ( <i>plus O-Töne</i> ) - Kompetenz und Persönlichkeit (CFO) ( <i>plus O-Töne</i> ) - Überzeugende Finanzkommunikation (CFO)
<b>Das Unternehmens- und Markenimage von Unternehmen bei Wirtschaftsjournalisten</b> Bundesweite Umfrage Stichprobe 97	Image aller Dax-Gesellschaften und vorbestellender Großunternehmen sowie ihrer Unternehmensmarken in Bezug auf - Positionierung als Unternehmensmarke - Ausstrahlung der Unternehmensmarke - Sympathie für das Unternehmen ( <i>plus O-Töne</i> ) - Lebendiger Auftritt am Markt - Employer Branding (Image als Arbeitgeber) - Engagement für Standort D
<b>Das Engagement von Unternehmen bei CSR und Unternehmensethik aus der Sicht von Wirtschaftsjournalisten</b> Bundesweite Umfrage Stichprobe 87	Image aller Dax-Gesellschaften und vorbestellender Großunternehmen in Bezug auf - Wahrnehmung des CSR-Engagements - Wahrnehmung des CSR-Engagements nach Bereichen - Glaubwürdigkeit des CSR-Engagements ( <i>plus O-Töne</i> ) - Besonderes Engagement bei Unternehmensethik ( <i>plus O-Töne</i> )

Preise auf Anfrage  
 Alle Ergebnisdarstellungen digital als PDF.

Name, Vorname
Unternehmen/Verband
Abteilung
Adresse
E-Mail
Datum/Unterschrift