

BMW macht die beste Pressearbeit unter den Dax-Konzernen

Von Peter Olsen, Frankfurt

Börsen-Zeitung, 18.8.2015
Der bayrische Autobauer BMW ist nicht nur weltweit führender Anbieter von Premiumfahrzeugen, sondern macht auch in der Öffentlichkeitsarbeit – „Tue Gutes und rede darüber“ – einen Spitzenjob. Das jedenfalls meinen 167 zu der Pressearbeit von Dax-Unternehmen vom Wirtschaftsforschungsinstitut Dr. Doebelin befragte Wirtschaftsjournalisten. Die Online-Befragung fand im Juni dieses Jahres statt, und immerhin 51 (i.V. 48%) der Teilnehmenden setzten die BMW-Pressemannschaft auf Rang 1 – mit deutlichem Abstand zu der neuen Nummer 2, Daimler (39%), und der auf den dritten Platz leicht abgerutschten VW-PR-Crew (38%).

Maximilian Schöberl ist seit Herbst 2006 der oberste Kommunikator von BMW. Er trat seinerzeit die Nachfolge des umtriebigen PR-Strategen Richard Gaul („PR-Manager des Jahres 2005“) an und zeigte schnell, dass er den Automobilbauer zwar anders, aber nicht weniger erfolgreich nach außen vertreten kann. Immerhin wurde der bayerische Autobauer bereits zum sechsten Mal in Folge an die Spitze gewählt, was sich der im 52. Lebensjahr stehende Schöberl schon an sein Revers heften kann.

Der gelernte Betriebswirt und ehemalige Fernsehjournalist musste allerdings erst einmal das Odium des ehemaligen CSU-Pressesprechers, der er von 1992 bis 1998 war, able-



Maximilian Schöberl



Jörg Howe

gen, um in der PS-Szene ernst genommen zu werden, was dem Kommunikationsprofi aber überzeugend gelang. PR-Erfahrungen legte er sich vor seinem Wechsel zu BMW bei Vodafone Deutschland zu. Davor war er Geschäftsführer einer Kirche-Beteiligung. Das „PR Magazin“ rief Schöberl zum „PR-Manager des Jahres 2012“ aus.

Immer höflich

Die BMW-Pressearbeit wird von den befragten Journalisten für die „zügige Arbeit von Presseanfragen“ und „die rasche Vermittlung von Gesprächspartnern“ gelobt. Auch lassen sich die Mitarbeiter der BMW-Pressestelle so leicht nicht aus der Ruhe bringen. Sie blieben „auch bei kritischen, unangenehmen Fragen höflich“.

Ähnlich wie bei der Umfrage zum Image der Dax-Vorstandschefs (vgl. BZ vom 15. Juli) dominierten bei dem Pressestellen-Ranking die entsprechenden Abteilungen der Auto-konzerne. Dieses Jahr schob sich Daimlers PR-Truppe unter Führung von Jörg Howe knapp an der von Volkswagen vorbei. Howe war vom Fachblatt „Wirtschaftsjournalist“ Ende 2014 zum zweiten Mal zum besten Pressesprecher ernannt worden. Anfang dieses Jahres kam der „Deutsche Image Award 2014“ für Howe im Verein mit CEO Dieter Zetsche dazu. Der 58-jährige Howe war 2008 von KarstadtQuelle zu Daimler gekommen. Journalisten konstatieren bei den Stuttgartern eine seit Jahren anhaltende Verbesserung der Pressearbeit und auch mehr Offenheit gegenüber den Fragestellern.

Dass sich Volkswagen derzeit in etwas unruhigerem Gewässer bewegt, zeigt das leichte Abrutschen auf Rang 3. In Wolfsburg hält seit sechs Jahren der 53-jährige ehemalige Wirtschaftsjournalist Stephan Grüsem die Fäden in der Hand. Die Auseinandersetzung Piëch-Winterkorn war gewiss für die PR-Verantwortlichen von Volkswagen kein Zucker-schlecken. Immerhin wird den Presseleuten professionelle Arbeit bestätigt, wenn auch dieses Jahr personelle Wechsel in der Öffentlichkeitsarbeit aufhorchen lassen. So löste der bisherige MAN-Pressechef Andreas Lamersbach in Wolfsburg Michael Brendel in der Leitung der Kommunikation Unternehmen und Wirtschaft ab. Brendel wiederum wurde zunächst zum 1. April für die „Globale Digitalisierungsstrategie“ zuständig und übernahm zur Jahresmitte kommissarisch von der ausgeschiedenen Christine Ritz die Leitung der Investor Relations.

Lufthansa verbessert

Auffallende Verbesserungen im Rang der besten Pressestellen gelangen der Deutschen Lufthansa, der Commerzbank und Adidas. Den Lufthansa-Presseleuten wurde gutgeschrieben, dass sie die Katastrophe des Germanwings-Absturzes bei aller Tragik sehr gut gemeistert hätten. Die Commerzbank reagiere auch bei schwierigen Themen gelassen und professionell, und Adidas sei gut in sozialen Netzwerken unterwegs. Bei Familienunternehmen landete Sixt einen klaren Sieg. Gut schnitten auch Heraeus und Otto ab.

Die besten Pressestellen in Deutschland

Unternehmen	Rang 2015	Rang 2014
BMW	1	1
Daimler	2	3
Volkswagen	3	2
Lufthansa	4	9
Allianz	5	5
Commerzbank	5	10
Adidas	7	15
Siemens	7	4
BASF	9	5

Quelle: Dr. Doebelin

Börsen-Zeitung