

Dr. Doeblin  
Gesellschaft für  
Wirtschaftsforschung mbH

Snippet 16/05

Hinweis: Bezugskonditionen der Studie bitte unter  
doeblin@wp-online.de anfragen.

13. Januar 2016

## **Wirtschaftsjournalisten: Daimler-Chef Dieter Zetsche erneut Spitze Carsten Spohr und Rüdiger Grube auf Rang 2 und 3 / Starke Auftritte von Harald Krüger/BMW und Matthias Müller/VW**

Dieter Zetsche genießt unter Wirtschaftsjournalisten die höchste Reputation aller CEOs großer Unternehmen, darunter aller Dax-Gesellschaften. Dies ist das Ergebnis der Studie „Das Image von Unternehmensführern bei Wirtschaftsjournalisten“ des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doeblin, die auf einer Umfrage im Dezember 2015 basiert. Das Institut berechnet zur Gesamtbewertung einen Reputationsindex aus den vier Indikatoren „Kompetenz und Persönlichkeit“, „Strategischer Weitblick“, „Offener Umgang mit den Medien“ und „Sympathie“.

Zetsche verteidigt damit seinen Spitzenplatz aus der letzten Umfrage des Instituts vom Juni 2015. Instituts-Chef Jürgen Doeblin: „Zetsches Reputation hat sich von Umfrage zu Umfrage verbessert. Er überzeugt die Journalisten nun auch durch seine strategischen Fähigkeiten“. Wie schon im Frühsommer sichert sich Lufthansa-Chef Carsten Spohr auch im Dezember den zweiten Platz im Reputationsindex des Instituts. Während er im Frühsommer vor allem für seine öffentlichen Auftritte nach dem German Wings-Unglück den Respekt der Journalisten erhielt, werden ihm im Dezember seine Durchsetzungsfähigkeit in den Tarifkonflikten mit Piloten und Begleitpersonal zugute gehalten. Den dritten Platz im Reputationsindex erringt Bahn-Chef Rüdiger Grube, vor allem durch seinen Einsatz für die Modernisierung der Deutschen Bahn.

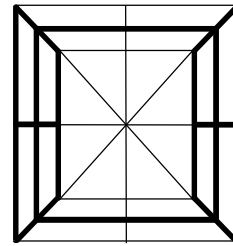
Die Auto-Branche ist nach dem Ausscheiden von Norbert Reithofer/BMW und Martin Winterkorn/VW im neuen Reputationsindex dennoch wieder prominent vertreten durch zwei CEOs, die erst in 2015 neu berufen wurden: Harald Krüger/BMW (Platz 4) und Matthias Müller/VW (Platz 5). Beide beeindrucken die Journalisten durch ihre Kompetenz und den offenen Umgang mit den Medien. Während Krüger zusätzlich für seinen strategischen Weitblick bei der Förderung der E-Mobilität punktet, ist es bei Müller die sympathische Ausstrahlung, die ihm in der Kommunikation mit den Medien hilft.

In der aktuellen Umfrage gelingt Marijn E. Dekkers/Bayer, Kasper Rorsted/Henkel und Kurt W. Bock/BASF der Sprung in die Top Ten des Reputationsindex. Jürgen Doeblin: „Die Wirtschaftsjournalisten honorieren damit auch die Management-Leistungen der Führungskräfte der deutschen chemischen und pharmazeutischen Industrie im weltweiten Wettbewerb.“

---

Geschäftsführer: Prof. Dr. Jürgen Doeblin  
Amtsgericht Charlottenburg (Berlin) HRB 156417 B  
St.-Nr. 29/535/01944  
Bankverbindung: Vereinigte Raiffeisenbanken  
IBAN: DE82770694610006448046  
BIC: GENODEF1GBF

10557 Berlin, Helgoländer Ufer 7 b  
Tel. 030-58 856 710, Fax 030-91 550 648  
doeblin@wp-online.de  
<http://www.wp-online.de>



## Reputationsindex: Ranking über vier Indikatoren

### Erhobene Indikatoren:

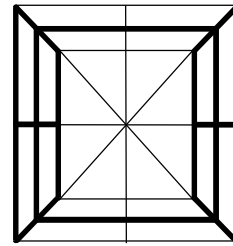
- ▷ Kompetenz und Persönlichkeit
- ▷ Sympathie
- ▷ Offener Umgang mit den Medien
- ▷ Strategischer Weitblick

	1	2	3
	<b>Gesamt-Ranking Dez. 2015</b>	<b>Gesamt-Ranking Juni. 2015</b>	<b>Summe der Prozent- werte über 4 Indikatoren Dez. 2015</b>
Dieter Zetsche Daimler	1	1	197*
Carsten Spohr Lufthansa	2	2	134
Rüdiger Grube Deutsche Bahn	3	4	133*
Harald Krüger BMW	4	8	116*
Matthias Müller VW	5	<i>n.e.</i>	99
Marijn E. Dekkers Bayer	6	11	90*
Joe Kaeser Siemens	7	7	84
Herbert Hainer Adidas	8	5	78
Martin Blessing Commerzbank	9	6	77
Frank Appel Deutsche Post	10	9	68
Kasper Rorsted Henkel	10	12	68*
Kurt W. Bock BASF	10	**	68*

\* Starker prozentualer Zuwachs gegenüber Frühjahr 2015

\*\* Frühjahr 2015 nicht in den Top Ten

*n.e.* = nicht enthalten



## **Statistik / Technische Erläuterungen**

### **Charakteristik der Umfrage**

#### **Zielgruppen der Befragung**

Wirtschaftsjournalisten bei Tages- und Wochenzeitungen, Wirtschaftsmagazinen, Fachzeitschriften, Illustrierten/Publikumszeitschriften, Presseagenturen, Funk- und Fernsehredaktionen, Online-Medien sowie freie Journalisten

#### **Stichprobengröße:** 87 Wirtschaftsjournalisten

Die Studie war Teil einer Umfrage unter insgesamt 211 Wirtschaftsjournalisten. Aufgrund einer modularen Fragebogenstruktur beteiligte sich eine Teilstichprobe von 87 Wirtschaftsjournalisten an dem Fragebogen-Modul zum Reputationsindex.

#### **Incentives**

Die Journalisten erhielten für ihre Teilnahme nach eigener Wahl eine Flasche Wein, Lebkuchen oder einen Tankgutschein. Sie konnten sich auch für eine Spende an eine gemeinnützige Organisation entscheiden. *(Insgesamt konnten aufgrund der Wünsche der Wirtschaftsjournalisten 680 Euro an gemeinnützige Organisationen gespendet werden.)*

#### **Methodik**

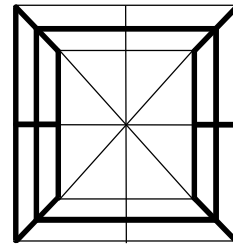
Online-Umfrage

Die Journalisten wurden mit einer E-Mail gebeten, an der Umfrage teilzunehmen. Ein individualisierter Zugang mit Passwortschutz stellte sicher, dass nur eingeladene Journalisten teilnehmen konnten. Die Umfrage wurde nach Erreichen der Stichproben-Zielgröße vom Institut beendet.

#### **Zeitraum der Befragung**

11. bis 21.12.2015

*(Struktur der Stichprobe siehe unten)*



## Struktur der Stichprobe (211 Wirtschaftsjournalisten)

### Beruflicher Status (in %)

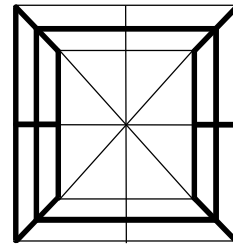
	Nov. 2014	Juni 2015	Dez. 2015
Freier Journalist	15	10	13
Fester freier Journalist	8	8	12
Leiter der Wirtschaftsredaktion	5	6	6
Leitender Redakteur	19	25	21
Chefredakteur	12	12	10
Chef vom Dienst	4	4	4
Sonstiger festangestellter Journalist	37	34	33
Herausgeber	1	1	0

	Nov. 2014	Juni 2015	Dez. 2015
<b>Medientyp (in %)</b>			
Tageszeitung	30	39	33
Wochenzeitung	6	4	6
Fachzeitschrift	18	13	12
Wirtschaftsmagazin	17	9	14
Illustrierte/Publikumszeitschrift	1	1	2
Hörfunk/Fernsehen	17	16	20
Presseagentur	6	6	5
Online-Medium	4	10	8

### Zuständigkeit in Redaktion (in %)

	Juni 2015	Dez. 2015
Wirtschaftspolitik	53	56
Geld und Kredit/Börse	41	38
Unternehmen und Märkte	61	58
Verbraucherschutz	26	34
Forschung und Wissenschaft	13	20
Karriere und Bildung	12	13
Sonstiges	24	25

*(wegen Mehrfachangaben über 100 %)*



**Journalist berichtet häufig über folgende Branchen (in %)**

	<b>Juni 2015</b>	<b>Dez. 2015</b>
Auto/Autozulieferer	47	49
Transport/Touristik	23	25
Luftverkehrswirtschaft	20	20
Computer/Telekommunikation	27	29
Chemie/Pharma	18	22
Elektrotechnik	10	10
Energie	34	39
Banken/Versicherungen	54	50
Immobilienwirtschaft	23	26
Handel	28	34
Maschinen- und Anlagenbau	25	27
Gesundheitswesen	20	22
Mineralöl	9	13
Medienwirtschaft	14	17
Familienunternehmen	35	36
Sonstiges	15	14

*(wegen Mehrfachangaben über 100 %)*

Copyright Dr. Doebelin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung mbH 2015