

# Dax-Unternehmen kommunizieren zu wenig proaktiv

Von Peter Olsen, Frankfurt

**Börsen-Zeitung, 6.9.2018**

Der Automobilbauer BMW hat es zum neunten Mal in Folge geschafft, nach Ansicht von Wirtschaftsjournalisten die professionellste Pressearbeit zu leisten (siehe Tabelle). Der langjährige Kommunikationschef Maximilian Schöberl gilt bei den Ende Juni dieses Jahres befragten 210 Wirtschaftsjournalisten als Super-Profi, den Münchnern werden gute Erreichbarkeit, sorgfältige Antworten und schnelle Vermittlung von Experten attestiert. Im Dieselskandal, wo sich gerade ein geringes Bußgeld für BMW abzeichnet, ist von einem „cleveren Handling“ die Rede. So weit das positive Ergebnis der Analyse des Marktforschungsinstituts Dr. Doebelin.

Aber mit der Deutschen Lufthansa muss sich BMW jetzt den Spitzenplatz in Sachen Professionalität der Pressearbeit, Kompetenz der Gesprächspartner, Nützlichkeit des Internet-Angebots, Seriosität der inhaltlichen Angebote und proaktive Pressearbeit teilen. Keine Frage, das Team der Kranich-Linie um Andreas Bartels hat in der jüngeren Vergangenheit einen guten Job – „schnell,

unkompliziert, jederzeit ansprechbar, Hintergrundinformationen“ – gemacht. Vom Untergang von Air Berlin profitierte Lufthansa, musste aber dabei durchaus auch um das eigene Image kämpfen.

## Keine guten Noten

Institutsleiter Jürgen Doebelin stellt aber insgesamt bei den Dax-Gesellschaften fest, dass sie sich von Ausnahmen abgesehen „keine guten Noten“ für proaktive Pressearbeit verdienen. „In Zeiten verschärften Wettbewerbs in der Medienlandschaft sind Journalisten für die vorbereitende Einbindung in Themen sehr dankbar“, meint Doebelin. Dass in dem aktuellen Ranking mehrere Unternehmen gleichhoch platziert sind, hängt auch mit einer nachlassenden Zustimmung der Wirtschaftsjournalisten mit der Pressearbeit insgesamt zusammen.

„Das Kommunikationsverhalten vieler – nicht aller – Vorstände ist heute eine Schönwetterveranstaltung“, hieß es im Leitartikel „Der Fehler der Golden Boys“ in der Börsen-Zeitung vom 7. August. Doebelins Umfrage bestätigt diese Kritik einer neuen Wagenburg-Mentalität: Zu-

gesagte Rückrufe bleiben aus, „es wird auf Zeit gespielt, auch die einfachsten Fragen werden als wahnsinnig komplizierte Anfrage beurteilt“, positive Berichterstattung wird mitunter angemahnt. Immerhin gestehen die Journalisten den Kommunikatoren weiter zu, dass diese zumindest den Eindruck vermittelten, „Journalisten keinen Bären aufbinden zu wollen oder zu sollen“.

## Die besten Pressestellen

### Dax-Unternehmen

Unternehmen	Rang	
	2018	2017
BMW	1	1
Lufthansa	1	2
Adidas	3	5
Daimler	4	2
Siemens	4	5
SAP	4	15
Commerzbank	7	9
Post	8	4
Volkswagen	8	10
Allianz	10	5
Telekom	10	5

Quelle: Dr. Doebelin

Börsen-Zeitung

Zu dem gegenseitigen Vertrauensverlust dürften viele Faktoren beigetragen haben. Im Automobilbereich steht dabei gewiss die schleppende Aufarbeitung des Dieselskandals im Vordergrund. Hier können sich immerhin die Volkswagen-Öffentlichkeitsarbeiter aus dem Umfrage-tief mit Rang 14 im Jahr 2016 unter neuer Führung von Peik von Bestenbostel wieder bis auf Position 8 nach vorne arbeiten. Aber auch die allgemeine Verunsicherung in der internationalen Handlungspolitik wegen der Politik der Trump-Administration dürfte viele Unternehmen besonders vorsichtig mit öffentlichen Äußerungen gemacht haben.

Aber es gibt unter den Dax-Gesellschaften durchaus Lichtblicke, wie der kontinuierliche Aufstieg der Lufthansa-Kommunikatoren zeigt. In Sachen Professionalität konnten sich auch der Sportartikelkonzern Adidas, Daimler, Siemens und SAP weit vorne platzieren. Selbst die von Krisen geschüttelte Deutsche Bank rappelt sich wieder langsam auf. Von Rang 20 vor zwei Jahren stieg sie über Platz 17 auf nun Rang 13 in der Außendarstellung auf. Mal sehen, ob es nächstes Jahr für die Top Ten reicht.