

# Deutsche Post fährt kommunikativ nach vorn

Von Peter Olsen, Frankfurt

Börsen-Zeitung, 5.10.2017

„And the winner is ...“: BMW. Zum achten Mal in Folge hat die von Maximilian Schöberl geleitete Pressestelle des weiß-blauen Automobil- und Motorradbauers der Konkurrenz in Sachen Pressearbeit die Rücklichter gezeigt. Auf den Schild gehoben wurde die BMW-Kommunikation in der seit 1987 alljährlich vom Marktforschungsinstitut Dr. Doebelin durchgeführten Befragung von 225 Wirtschaftsjournalisten, die in der Zeit vom 21. bis 26. Juni ihr Votum über „die Kommunikationswirkung von Unternehmen bei Wirtschaftsjournalisten“ abgaben.

Erneut wurde den Münchner Kommunikatoren ein fairer und professioneller Austausch auch bei kritischen Recherchen zugebilligt, man fühle sich bei BMW ernst genommen, selbst bei Themen wie Umwelt, Nachhaltigkeit und Kultur. Und natürlich hilft bei der Online-Umfrage, wenn ein Unternehmen am Markt erfolgreich und skandalfrei agiert.

Beide Kriterien erfüllten im Frühsommer auch die beiden mit ihrer Pressearbeit zweitplatzierten Dax-Unternehmen Daimler und Deutsche Lufthansa. Daimler behauptete den zweiten Rang, die Lufthansa konnten zu dem Autobauer aufschließen, nachdem sie im Vorjahr noch auf Rang 3 platziert waren (siehe Tabelle). Daimler fährt ähnlich wie BMW am Markt weiter nach vorn, Lufthansa legt einen beachtlichen Höhenflug in Ergebnis und Aktienkurs hin, was die bessere Einstufung nach zuvor mageren Jahren mit Streiks und Flugausfällen gewiss gefördert hat. Im Vergleich zum Vorjahr fällt allerdings auf, dass die Zustimmungswerten für die drei führenden Unternehmen deutlich gesunken sind. BMW kommt nur noch auf 38 (i.V. 55)%, Daimler auf 31 (48)% und Lufthansa auf ebenfalls 31 (36)%.

Als Überraschung dürfte aber der Sprung der Post-Kommunikatoren von Platz 10 auf nun Rang 4 mit einer auf 25 (22)% gestiegenen Zustimmungswerte gelten. Denn mit sensationellen Geschäftsentwicklungen kann der gelbe Riese mit Sitz in Bonn eigentlich nicht dienen. Dank

des boomenden Online-Handels läuft das Paket- und Päckchengeschäft der Deutsche Post DHL Group rund.



Foto: Deutsche Post

Christof Ehrhart

des boomenden Online-Handels läuft das Paket- und Päckchengeschäft der Deutsche Post DHL Group rund.

## Cleverer Schachzug

Vielleicht hat in der aktuellen Bewertung dem Team um den seit 2009 an der Spitze der Unternehmenskommunikation stehenden Prof. Dr. Christof Ehrhart der clevere Schachzug geholfen, das Aachener Start-up Streetscooter mit seinen vollelektrischen Kleinlieferwagen zu übernehmen. Dass ausgerechnet die Post und nicht die Autoindustrie ein solches Fahrzeug auf die Straße bringen kann, ist natürlich fürs Image gut, zumal alle Welt darüber ausführlich berichtet – obschon diese Aktivität in dem Großkonzern nur eine

Marginalie darstellt (vgl. BZ vom 3./4. Oktober). Aber auch die Deutsche Post betreibt ihr Geschäft ohne großen Wirbel und kann mit guten Finanzkennzahlen auch den Kapitalmarkt überzeugen. Insoweit stehen für das Kommunikationsteam um den 1966 in Saarbrücken geborenen Honorarprofessor (Universität Leipzig) die Chancen nicht schlecht, sich auch bei der nächsten Umfrage wieder vorn zu platzieren.

Mit Adidas, Allianz, Deutscher Telekom und Siemens rangierten jetzt gleich vier Dax-Konzern kommunikativ mit Quoten von 22% auf Rang 5, wobei der Siemens-Pressestelle die deutlichste Verbesserung um drei Plätze gelang. Wie sehr die Finanzkrise noch immer beschäftigt, zeigt die Tatsache, dass die Pressearbeit der Commerzbank mit Rang 9 deutlich schlechter als vor einem Jahr beurteilt wurde. Die Deutsche Bank schaffte es gleich gar nicht unter die Top Ten.

Das wiederum erreichte ausgerechnet der vom Dieselskandal nach wie vor gebeutelte Volkswagen-Konzern. Nach dem tiefen Sturz auf Rang 14 ein Jahr zuvor sprang jetzt Platz 10 heraus. Wer weiß, wie das Ergebnis ausgefallen wäre, wäre zum Zeitpunkt der Umfrage schon bekannt gewesen, dass die Wolfsburger für die Bewältigung des Abgasthemas in den USA noch zusätzliche 2,5 Mrd. Euro aufwenden müssen.

## Die besten Pressestellen Dax-Unternehmen

Unternehmen	Rang 2017	Rang 2016
BMW	1	1
Daimler	2	2
Lufthansa	2	3
Post	4	10
Adidas	5	4
Allianz	5	5
Telekom	5	6
Siemens	5	8
Commerzbank	9	6
Volkswagen	10	14

Quelle: Dr. Doebelin

Börsen-Zeitung