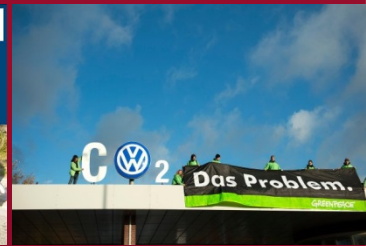


Abgas- und Verbrauchswerteprobleme untergraben Vertrauen in die Autobranche

- Branchenbild kippt
- Volkswagenimage: noch kein Licht am Ende des Tunnels
- Tesla von den Medien als zukunftsweisend gesehen



Dieselgate nagt an der Branchenreputation

Zürich, 11. Mai 2016. Aus dem Dieselgate von Volkswagen wird nun doch immer mehr ein Vertrauensproblem der Autobranche. Dies zeigt eine neue Untersuchung von Media Tenor International basierend auf einer Auswertung von mehr als 16.000 Artikeln, TV- und Radio-Beiträgen in führenden deutschen Medien. Der Saldo von positiven und negativen Wertungen ist seit dem ersten Quartal 2015 von +6,3 auf -35,5 gefallen. Dabei haben die jüngsten Tests des Wirtschaftsministeriums und der nachfolgende freiwillige Rückruf von 630.000 Fahrzeugen das Image der Branche eher weiter belastet als befördert.

„BMW und Daimler bleiben zwar mit ihrem Gesamtimage im grünen Bereich“, so Matthias Vollbracht, Leiter Unternehmensanalyse bei Media Tenor International, „aber der Generalverdacht, dass die Regelung zum Bauteilschutz zu sehr auf Kosten der Umwelt ausgenutzt wurde, steht massiv im Raum.“ Volkswagen befindet sich mit einem aus Sicht der deutschen Leitmedien unglücklichen Krisenmanagement seit Herbst letzten Jahres in einer Vertrauenskrise mit einem Negativsaldo von 45 Prozentpunkten.

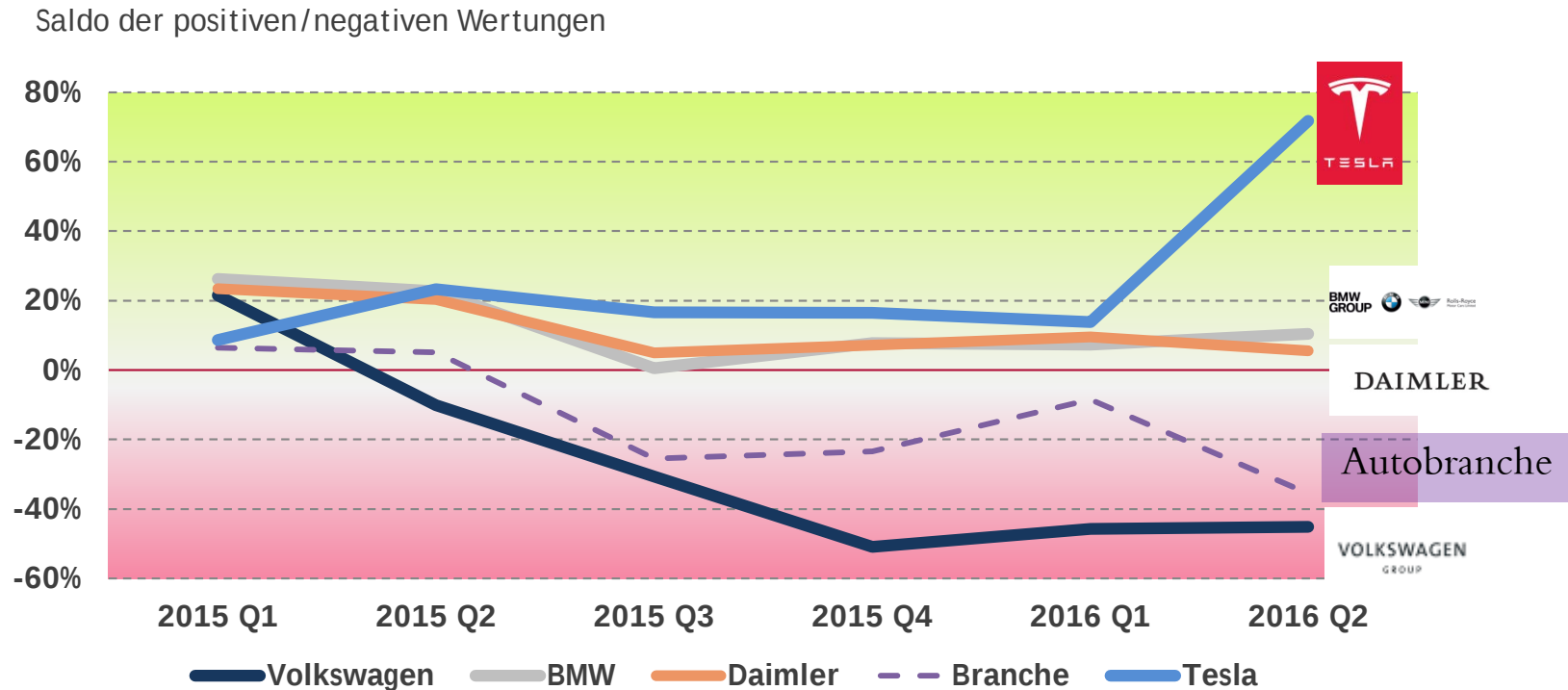
Ein deutlicher Gewinner aus Sicht der Journalisten ist dagegen der Elektro-Pionier Tesla aus den USA. Mit einem Überhang von 71 Prozent positiver Wertungen bilanzierten die Medien nicht nur die starke Nachfrage nach dem neuen Tesla 3, sondern beflügeln sie auch, wie jüngste Studien zeigen.* Für die deutschen Hersteller wird damit die Herausforderung größer, noch als relevante Anbieter von Zukunftstechnologien wahrgenommen zu werden.

Die Media Tenor-Analysten haben für diese Studie 16.640 Berichte zu Automobilunternehmen im Zeitraum Januar 2015 bis Mai 2016 aus überregionalen Tageszeitungen, Wochenmedien, Wirtschaftstiteln, TV-Nachrichten, TV-Magazinen und Radio-Sendungen ausgewertet.

*Dewenter, R., U. Heimeshoff und T. Thomas (2016): “Media Coverage and Car Manufacturers’ Sales”, Düsseldorf: DICE discussion paper 215

Kontakt: Matthias Vollbracht, m.vollbracht@mediatenor.com

Abgas- und Verbrauchswerte werden zur Branchenlast



Der „Dieselgate“ bei Volkswagen und seine von den Medien als unzureichend wahrgenommene Bewältigung war der Aufhänger für einen zunehmenden Vertrauensverlust der Branche. Davon profitiert im Image vor allem Elektroauto-Pionier Tesla.

Methode

- Medienset: Handelsblatt, BILD-Zeitung, Spiegel, Focus, ARD Tagesthemen, ZDF heute journal, Welt am Sonntag, ARD Tagesschau, ZDF heute, FAS, Capital, ARD Börse vor acht, Bild am Sonntag, Super Illu, Deutschlandfunk, ZDF Frontal 21, WDR Monitor, BR Report, SWR Report, MDR Fakt, NDR Panorama
- Das Qualitätsergebnis im Inter-Coder-Reliabilitäts-Test (damit wird vierteljährlich die Übereinstimmung in der Analyse hinsichtlich der Themen, Personen, Quellen, Bewertungen usw. gemessen) lag im ersten Quartal 2016 bei 86%.

Seit mehr als 20 Jahren unterstützt Media Tenor International Journalisten und Medienorganisationen bei ihrem Streben nach einer objektiven, vielfältigen und relevanten Nachrichtengebung. Media Tenor fördert den Austausch zwischen Akteuren aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft, Nachrichtenmachern und dem Publikum. Media Tenors internationale Forschungsprojekte umfassen Wahlanalysen, Investor Relations, Public Diplomacy, Corporate Communications und das ganze Feld der Nachrichtenauswahl und -produktion.