

Volkswagen Konzern gewinnt „Dax30 Reputation Award“

Wien, 20. Februar 2015 - Der Volkswagen Konzern hat im Vergleich der größten deutschen Aktienunternehmen das beste Medienimage und ist deshalb Preisträger des diesjährigen „Dax 30 Reputation Award“. Das ergab eine Analyse des Medienforschungsinstituts Media Tenor International. Die Auszeichnung wird am 19. Februar bei der Agenda Setting Konferenz 2015 in Wien überreicht.

Die Schweizer Medienexperten haben über einen Zeitraum von zwölf Monaten 19.330 Berichte über die Dax 30-Konzerne in 50 internationalen Print-, Radio- und TV-Medien untersucht. Dabei wurden zwölf Kategorien bewertet – von der Häufigkeit der Erwähnungen über die Präsenz des Vorstandsvorsitzenden bis hin zur Vielfalt der Imagefaktoren. Volkswagen konnte insbesondere bei der Gesamtwahrnehmung, der Tonalität der Berichterstattung und der Themenvielfalt gegenüber dem Wettbewerb punkten. Nach Einschätzung von Media Tenor International-Vorstand Roland Schatz gelang es dem Automobilhersteller vor allem, sich durch vielschichtige Aktivitäten auf dem Gebiet der sozialen Unternehmensverantwortung als Agenda-Setter zu präsentieren.

Eine gute Reputation bei sozialer Verantwortung ist in der globalisierten Wirtschaft die Voraussetzung für nachhaltigen Geschäftserfolg. Dafür braucht es nicht nur die entsprechenden Standards, sondern auch glaubwürdige und erfolgreiche Kommunikation. In der Autobranche ist das Thema Umweltstandards in den letzten Jahren zunehmend wichtig geworden. Volkswagen hat technologisch und kommunikativ an Leuchttürme wie das Ein- und Drei-Liter-Auto angeknüpft, so Roland Schatz. Daneben ist der verantwortungsvolle Umgang mit Mitarbeitern beim Thema Arbeitsbedingungen, Löhne, Diversität zum zentralen Kriterium wahrgenommener gesellschaftlicher Verantwortung geworden. Auch hier konnte Volkswagen punkten.

Auf Rang 2 liegt SAP. Der Walldorfer Software-Konzern punktete mit erfolgreicher Kommunikation von Innovationen und brach damit traditionelle Klischees auf. SAP gab wirksamen Einblick in die zukünftige Ausrichtung und erzielte ein sehr gutes Image des Top-Managements. Rang 3 teilen sich Bayer und die Deutsche Post. Während die Stärken der Post wie bei Volkswagen im Bereich der Wahrgenommenen gesellschaftlichen Verantwortung lagen, punktete Bayer mit einer guten Gesamtwahrnehmung und besonderer Präsenz zu Innovationen wie neuartigen Arzneimitteln.

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. Die jährliche Agenda-Setting-Konferenz ist ein Forum für Journalisten, Wissenschaftler, Politiker und Unternehmensvertreter um sich über die relevanten Entwicklungen in der Welt auszutauschen und auf der Basis wissenschaftlicher Analysen neue Lösungen für eine bessere Kommunikation zu entwickeln.

Ansprechpartner:

Dr. Tobias Thomas, t.thomas@mediatenor.com, +41 79 255 86 86

20/02/2015