

Medien blicken nur verhalten optimistisch auf die Autobranche

Medienbild der Automobilbranche im Vorfeld der IAA 2015



Basis:

8.079 Berichte über Unternehmen der Automobilbranche in 22 internationalen TV- und Printmedien; durchschnittliche Inter-Codierer-Reliabilität: 85,39% im 1. Quartal 2015

Roland Schatz

r.schatz@mediatenor.com

+41-79-2553636

Winterkorn übersteht Machtkampf an der Spitze unbeschadet

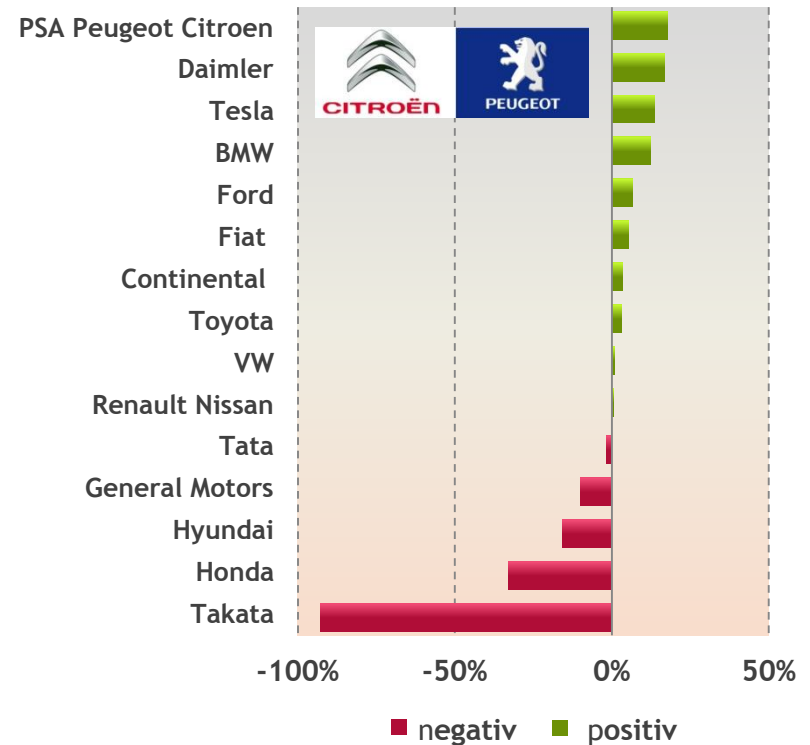
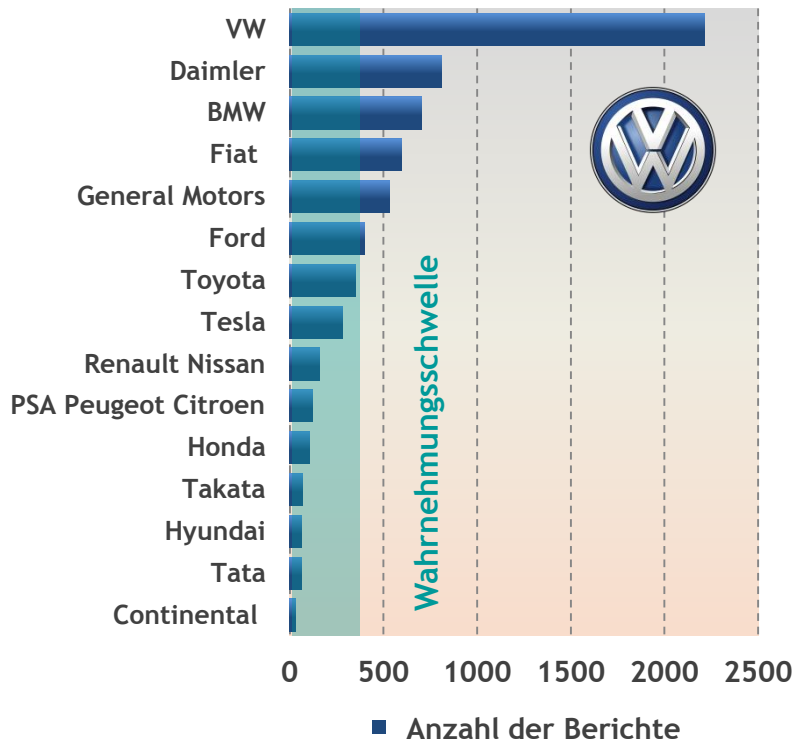
Rapperswil, 16. September 2015. Trotz der insgesamt positiven Entwicklung der Autobranche mit Gewinnwachstum, Absatzplus und Produktivitätssteigerungen bei vielen der großen Konzerne zeigt das Medienimage der meistgenannten Automobilunternehmen nur verhaltenen Optimismus, so eine Analyse des Schweizer Forschungsinstitutes Media Tenor International. Im Vorfeld der 66. IAA, die unter dem Motto „Mobilität verbindet“ steht, standen neben den Chancen der fortschreitenden Digitalisierung und Vernetzung der Fahrzeuge auch deren Risiken im Vordergrund: etwa die Gefahr, den Ambitionen der IT-Konzerne nachgeben zu müssen und das Heft des Handelns aus der Hand zu geben. Risiken drohen aus Sicht der Journalisten auch noch von anderer Stelle. Matthias Vollbracht, Leiter Unternehmens-research bei Media Tenor International: „Der Aktiencrash in China hat auf die Zukunftserwartungen zur Branche wie eine kalte Dusche gewirkt“.

Die deutschen Autobauer bestimmen eindeutig das Image der Branche, allen voran der VW-Konzern, der mit weit mehr als doppelt so viel Medien-Präsenz wie Daimler und dreimal so viel wie BMW bedacht wird. Der Machtkampf an der VW-Spitze zwischen Aufsichtsratschef Piëch und CEO Winterkorn hat über einen längeren Zeitraum viele andere Themen von der Agenda des Wolfsburger Autobauers verdrängt und den Fokus auf das Management gelenkt. Winterkorn ist in den Medien weitgehend unbeschadet aus diesem Machtkampf hervorgegangen: Sein Image ist im Gesamtzeitraum seit Januar ausgeglichen.

Ganz anders der CEO des japanischen Autozulieferers Takata, dessen Image stark unter dem Rückruf-Debakel wegen defekter Airbags gelitten hat. Honda hat dies ebenfalls zu spüren bekommen, da dieses Thema neben der Formel 1 fast das einzige Medienthema für den japanischen Hersteller war. Fehler und Risiken in der Autoindustrie werden klar benannt - das galt zuletzt vor allem für die Hersteller aus dem asiatischen Raum. Matthias Vollbracht: „Ohne Kommunikation der Qualitätssicherung über der Wahrnehmungsschwelle wird es schwer, Vertrauen zurückzugewinnen“. Auch der koreanische Autobauer Hyundai machte mehr negative als positive Schlagzeilen.

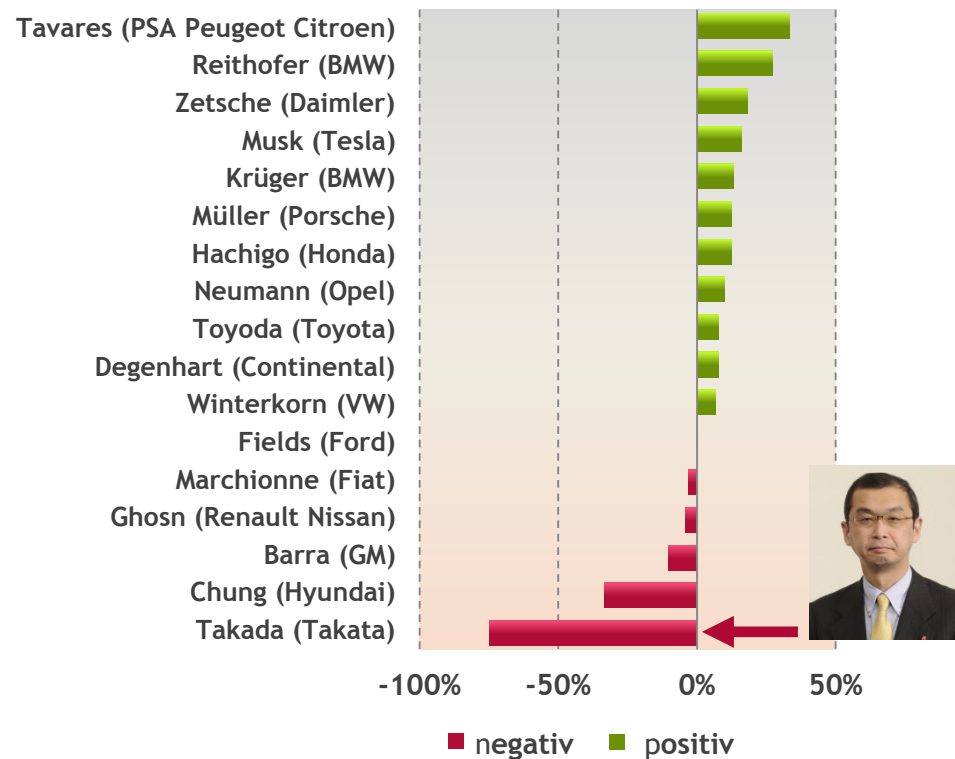
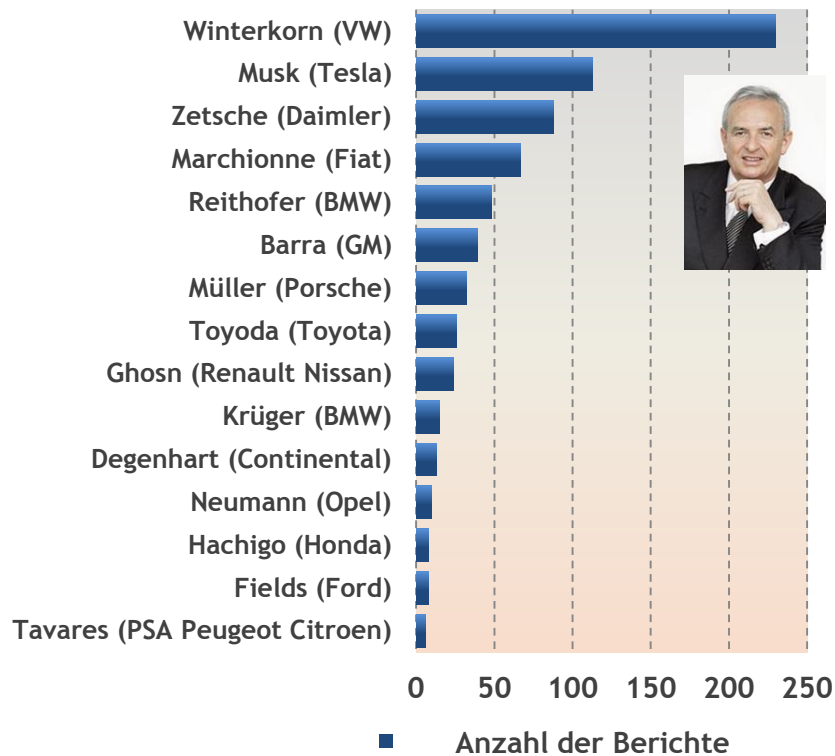
Media Tenor hat für diese Analyse alle 8.079 Berichte über Unternehmen der Autobranche in 22 internationalen TV-Nachrichtensendungen und Printmedien analysiert. Seit 1994 widmet sich Media Tenor dem Ziel, das Angebot an objektiven, vielfältigen und relevanten Nachrichten zu verbessern und den Austausch zwischen den Nachrichten-Machern und denen zu fördern, die von den Nachrichten betroffen sind.

Reputation der asiatischen Autokonzerne gefährdet



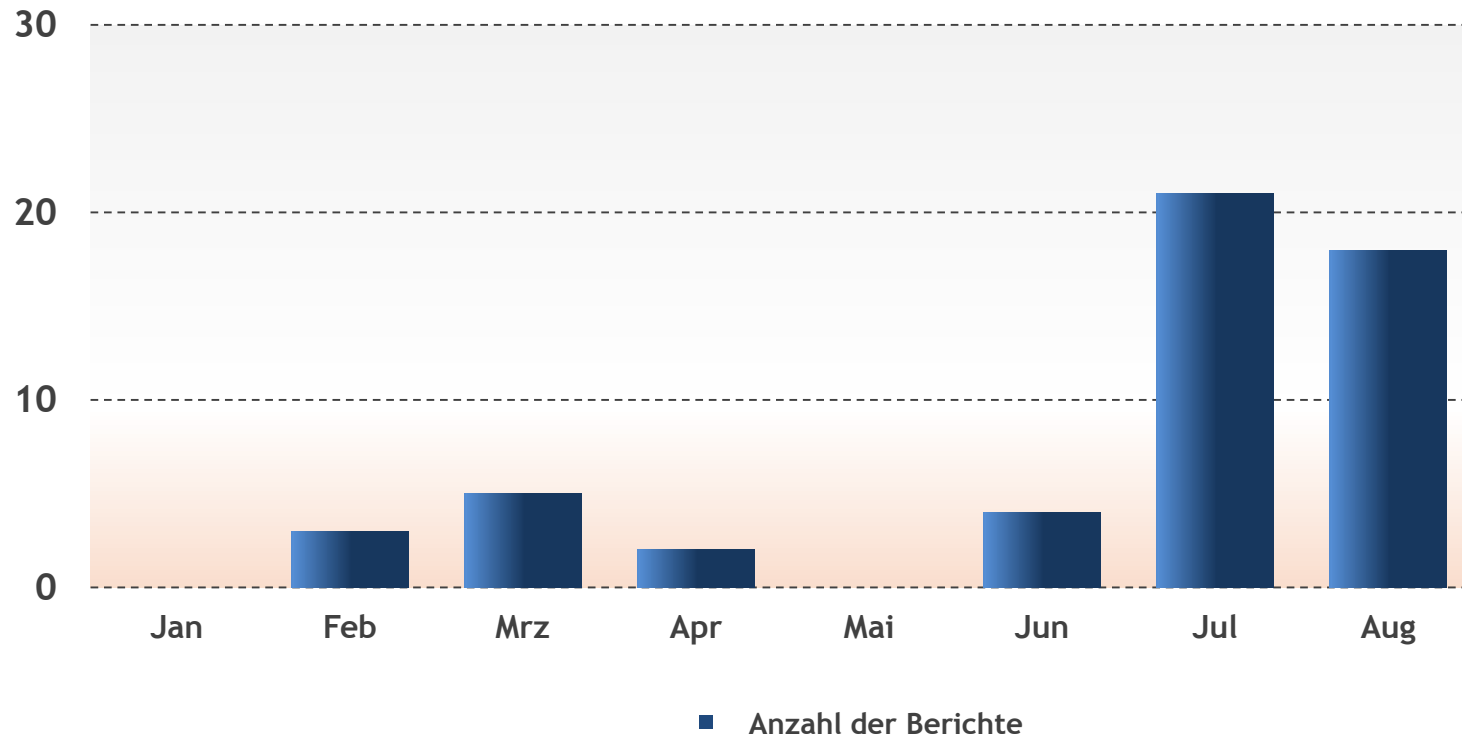
Die deutschen Autobauer bestimmen das Bild der Branche in internationalen TV- und Printmedien, mit einer starken Dominanz von VW. Das Image der Branche ist verhalten optimistisch, einige asiatischen Hersteller stehen in der Kritik.

Winterkorn geht unbeschadet aus Machtkampf hervor



Im Manager-Vergleich gilt eindeutig VW-Chef Winterkorn die größte Aufmerksamkeit. Sein Image ist trotz des Angriffs von Aufsichtsratschef Piëch ausgeglichen. PSA-Chef Tavares erntete Lob für seine 2014 eingeleitete Neuausrichtung und Kostenkontrolle.

IT-Themen lange nicht im Fokus der Medien



Im Vorfeld der IAA, die unter dem Motto „Mobilität verbindet“ steht, haben IT-Themen in der Berichterstattung der Autokonzerne stärker Konjunktur. Lange hatten die Medien diese Themen ausgeblendet. Nun lassen sie sich von den aktuellen Entwicklungen treiben.

Medienset

- China: CCTV 1
- Frankreich: TF 1 Le Journal
- Deutschland: ARD Tagesthemen, ZDF heute journal, Handelsblatt
- Italien: RAI 1 TGI
- Südafrika: SABC 2 Afrikaans News, SABC 3 News @ 18h30, E-TV News, SABC Zulu/Xhosa News, SABC Sotho News
- Spanien: TVE 1 Telediario-2
- Schweiz: SRF Tagesschau
- Großbritannien: BBC 1 Ten o' Clock News, BBC 2 Newsnight, Financial Times
- USA: NBC Nightly News, CBS Evening News, FOX: Special Report w/ Bret Baier, Wall Street Journal
- Kanada: CBC The National
- Vietnam: VTV Business News

International Agenda Setting Conference

The world's premier knowledge exchange for media impact research



16th International Agenda Setting Conference

Vienna: September 22 – 24, 2016



AS Workshops • Economics • Election Campaigning • CEO Communication • Agenda Setting Theory • NGOs/Initiatives • Investor Relations Management • Publishers' Image • TV Media • Corporate Reputation Management • Issue Management