

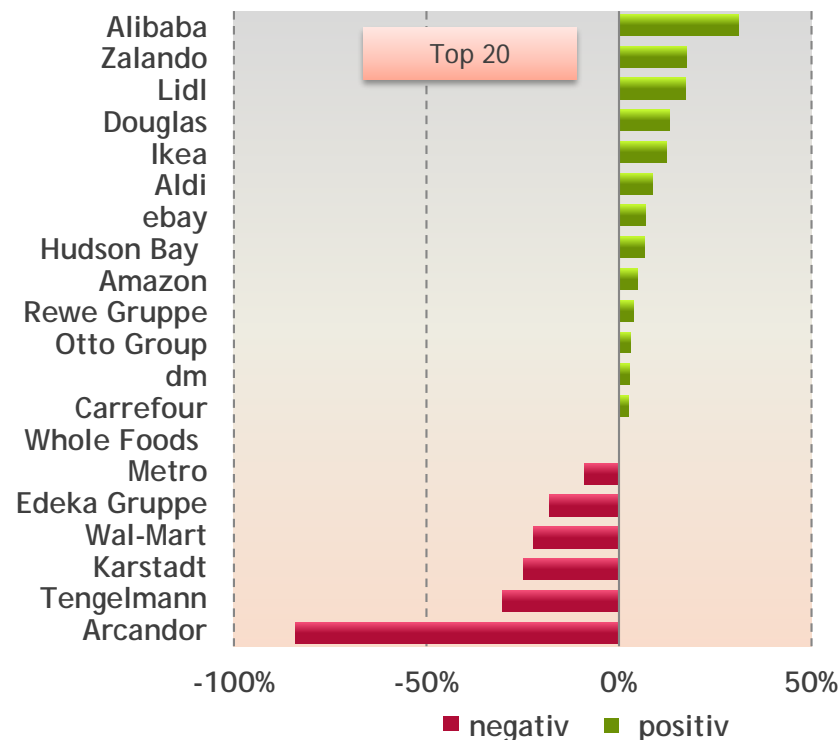
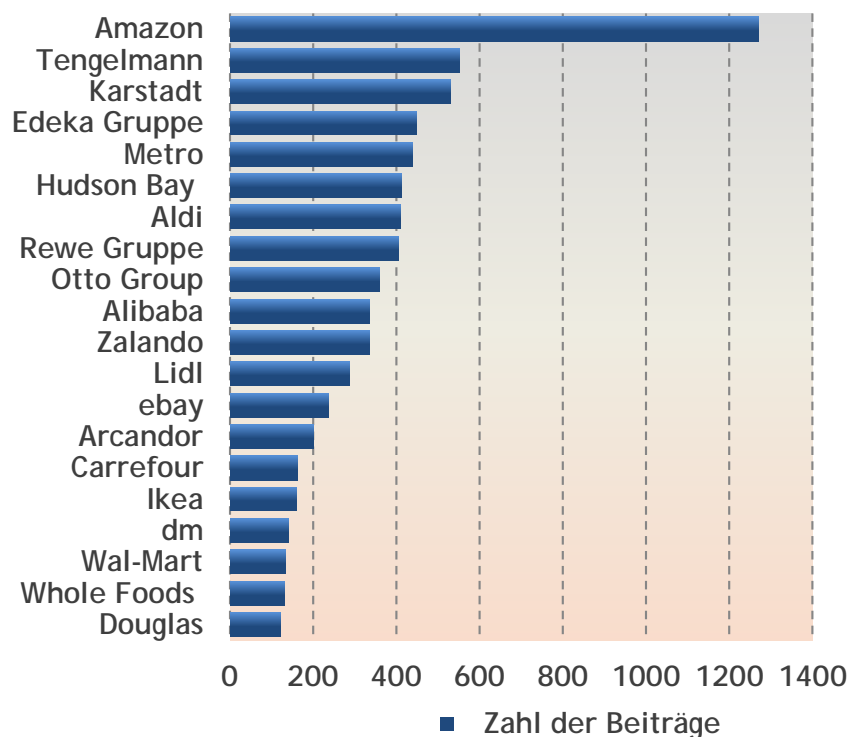
Medien sehen Handelsbranche im Umbruch

ESG-Themen prägen zunehmend das Image

(Hintergrundcharts zum Artikel im PR-Report 3/2016)



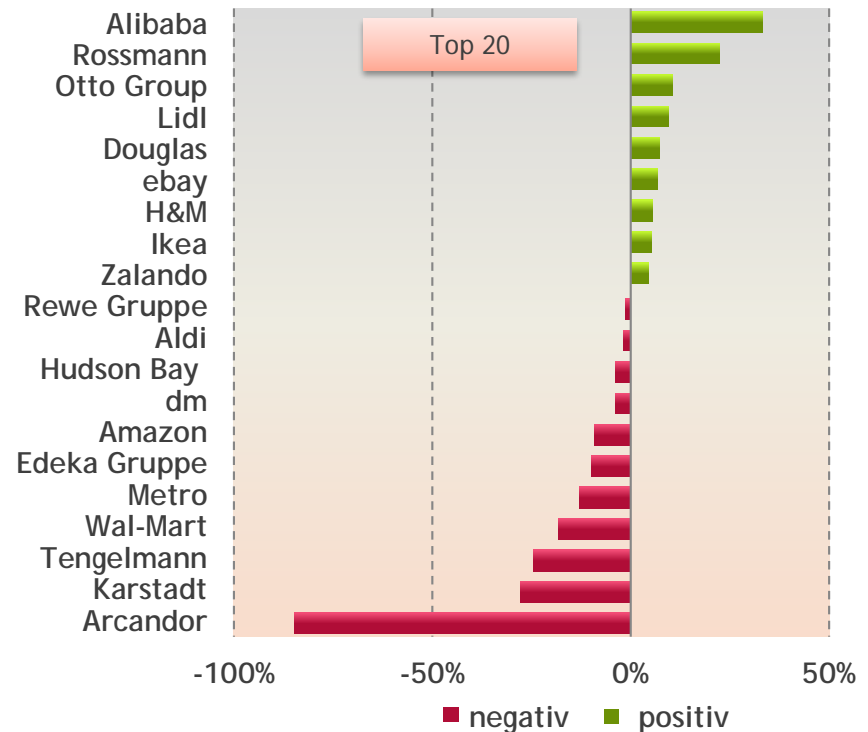
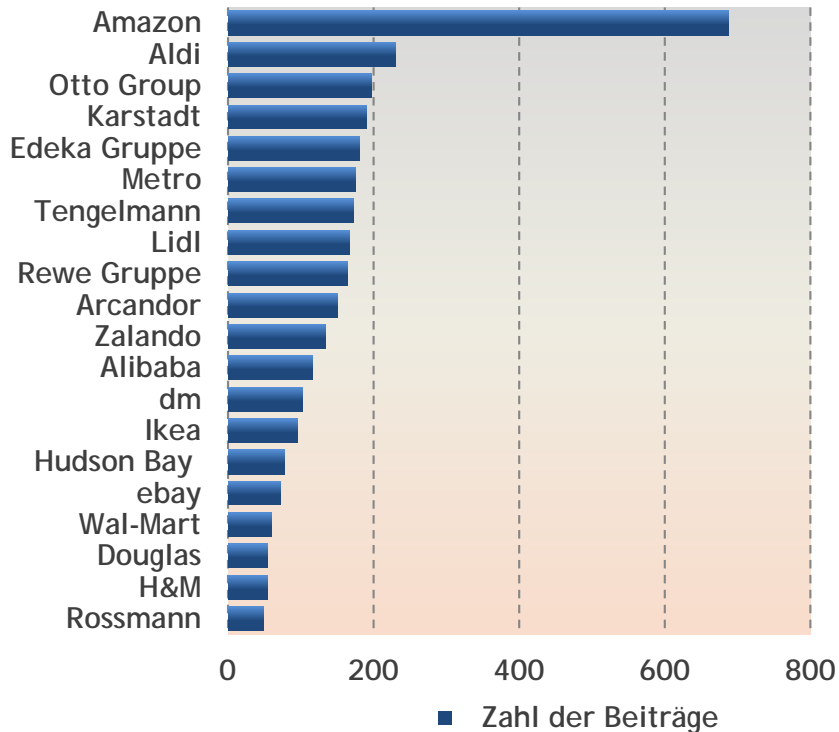
Neue Namen prominent vertreten



Die Berichterstattung über Handelsunternehmen fokussiert inzwischen stark auf Amazon. Daneben tauchen aber auch ungewohnte Namen weit vorn auf, zum Beispiel Alibaba und Hudson Bay. Lidl hat in Sachen Tonalität stark gegenüber vergangenen Skandalen zugelegt.

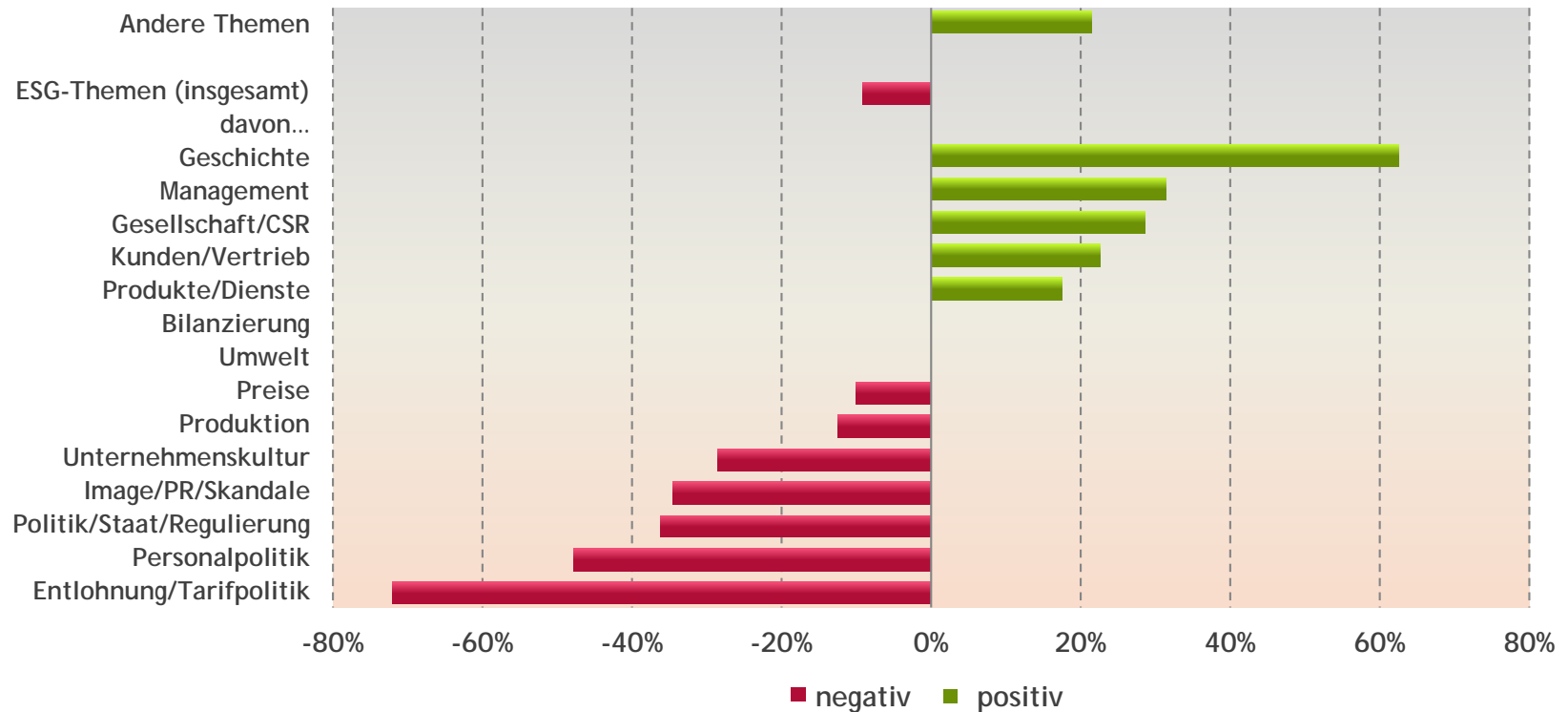


Otto punktet mit Nachhaltigkeitsthemen



Umwelt-, Sozial- und Governance-Themen (ESG) sind für viele Unternehmen in den letzten Jahren zu Stolperfallen geworden, die den Ruf beschädigt haben. Manche, wie Lidl und Aldi, haben inzwischen aufgeholt. Amazon steht hier bei den deutschen Medien in der Kritik.

Amazon mit einem schlechten Arbeitgeberimage



Die Detailanalyse zur Berichterstattung über Amazon im Hinblick auf ESG-Themen offenbart die besonderen Reputationsrisiken: Arbeitgeberimage, Marktmacht und Unternehmenskultur zählen dazu. Dagegen gilt das Unternehmen den Medien als kundenzentriert.