

Pressemitteilung

Diese Pressemitteilung ist [hier](#) online verfügbar.

Corporate Reputation Score 2018 – die Reputation deutscher Unternehmen

München/Berlin, den 13.11.2018

Zum zweiten Mal nach 2012 legen die Münchener Markenberatung Biesalski & Company und die Berliner Kommunikationsagentur Serviceplan Corporate Reputation die Untersuchung der Reputation deutscher Unternehmen vor. Zentrale Ergebnisse: Ein guter Ruf sorgt im Schnitt für ein Viertel des Umsatzes. Dennoch ist in den letzten Jahren ein Vertrauensverlust gegenüber den deutschen Konzernen festzustellen. Die Reputation leidet – und das kann teuer werden.

Die reputationsstärksten Unternehmen in Deutschland sind Miele, Haribo, Daimler, Adidas, BMW und Bosch. Abgeschlagen am unteren Ende des Rankings steht die Deutsche Bank.

Unternehmen mit guter Reputation wie Miele, Bosch oder Haribo stehen für eine Kontinuität, die weder durch Skandale noch durch wahrgenommene wirtschaftliche Schwierigkeiten beeinträchtigt wird. Auch die Markenbilder sind klar und positiv besetzt. Bei Unternehmen mit schlechterem Ruf ist eine Kombination von Skandalen und wirtschaftlichen Problemen festzustellen. Ein häufig wechselndes Management erschwert es den Unternehmen, aus der negativen Wahrnehmung auszubrechen.

Der Dieselskandal der deutschen Schlüsselindustrie stürzte zudem die gesamte Unternehmenslandschaft in eine Vertrauenskrise. In der öffentlichen Debatte geht es oft weniger um den guten Ruf von Unternehmen, als um den schlechten. „Reputation ist ein Kapital, von dem man lange zehren kann. Die langfristig gewachsene Verbundenheit zu VW hat wegen des Dieselskandals in kurzer Zeit zu massiven Reputationseinbußen geführt“, warnt Alexander Biesalski, Managing Partner bei Biesalski & Company. Dass es schwerer ist, Reputation aufzubauen als sie zu verlieren, zeigt auch der Vergleich von 2012 und 2018. Die Gewinner haben verhältnismäßig wenig gewonnen. Die Verlierer verhältnismäßig viel verloren.

Für alle untersuchten Unternehmen gilt ein gefährlicher Trend: Die emotionale Bindung von Kunden zu Unternehmen sinkt. „Auf Leistungsebene sind Kunden mit den Unternehmen zufrieden, sie würden aber kein Unternehmen vermissen,“ fasst Christoph Kahlert, Managing Partner bei Serviceplan Corporate Reputation zusammen. Das ist besonders alarmierend, da Kaufentscheidungen oft sehr emotional sind. Es gilt: Je positiver ein Unternehmen wahrgenommen wird, desto besser ist es für das Geschäft. Diese Wahrnehmung zu steuern und zu halten ist eine der wichtigsten Aufgaben des Managements.

Vorgehensweise Studie:

Die Grundlage stellt die Reputationswahrnehmung bei der wichtigsten Stakeholder-Gruppe „Kunden“, die systematisch erhoben wird. Auf dieser Basis werden die Treiber der Reputation ermittelt. Dabei werden Wirkungszusammenhänge dargestellt und daraus Handlungsempfehlungen, Botschaften und Kommunikationsmaßnahmen als Basis für die strategische Optimierung der Arbeit der Fachbereiche abgeleitet. Darüber hinaus wird ein übergreifender Reputationsindex zur Steuerung bestimmt.

Mehr erfahren Sie unter:

www.biesalski-company.com/Corporate-Reputation-Score-2018

www.serviceplan.com/de/news/corporate-reputation-score-2018.html

BIESALSKI & COMPANY ist die Managementberatung für Marken. Mit Herzblut und Sachverstand wird die Wertschöpfung der Marke aufgedeckt und die Stellhebel des Markenerfolgs operationalisiert. Auf dieser Grundlage werden Kunden in den Gestaltungsfeldern Insights, Strategie, Operative Exzellenz, Change, Digitalisierung, Reputation und Markenwert unterstützt.

Serviceplan Corporate Reputation ist der Spezialist für Unternehmenskommunikation und Corporate Marketing innerhalb der Serviceplan Gruppe. Wir helfen unseren Kunden beim kreativen und strategischen Aufbau und Schutz eines guten Rufes. Mit rund 50 Expertinnen und Experten in Berlin modernisieren wir die Werte sowie die Haltung von Unternehmen und entwickeln Programme und Kampagnen für interne und externe Stakeholder. Bei uns arbeiten Marken,- PR- und Politikstrategen, Texter und Designer, Social-Media-Berater, HR-Experten, CSR-Profis, Redakteure und Content Marketeers an einem Tisch für Kunden wie Airbnb, Continental, Erwin Hymer Group, Konica Minolta und Nestlé.

Pressekontakt:

BIESALSKI & COMPANY GmbH

Tomasz de Crignis

Tel.: 089/273 73 54 06

E-Mail: decrignis@biesalski-company.com

Web: www.biesalski-company.com

Serviceplan

Gruppe für innovative Kommunikation GmbH & Co. KG

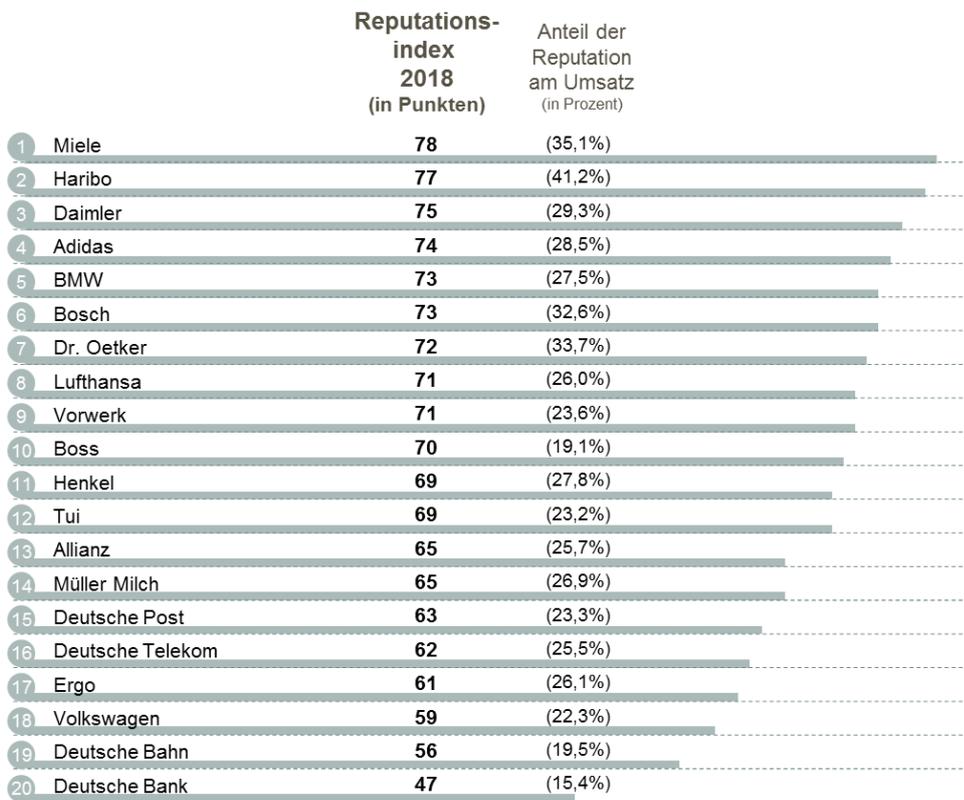
Sina Vonhausen

Tel.: 089/2050 2273

E-Mail: s.vonhausen@serviceplan.com

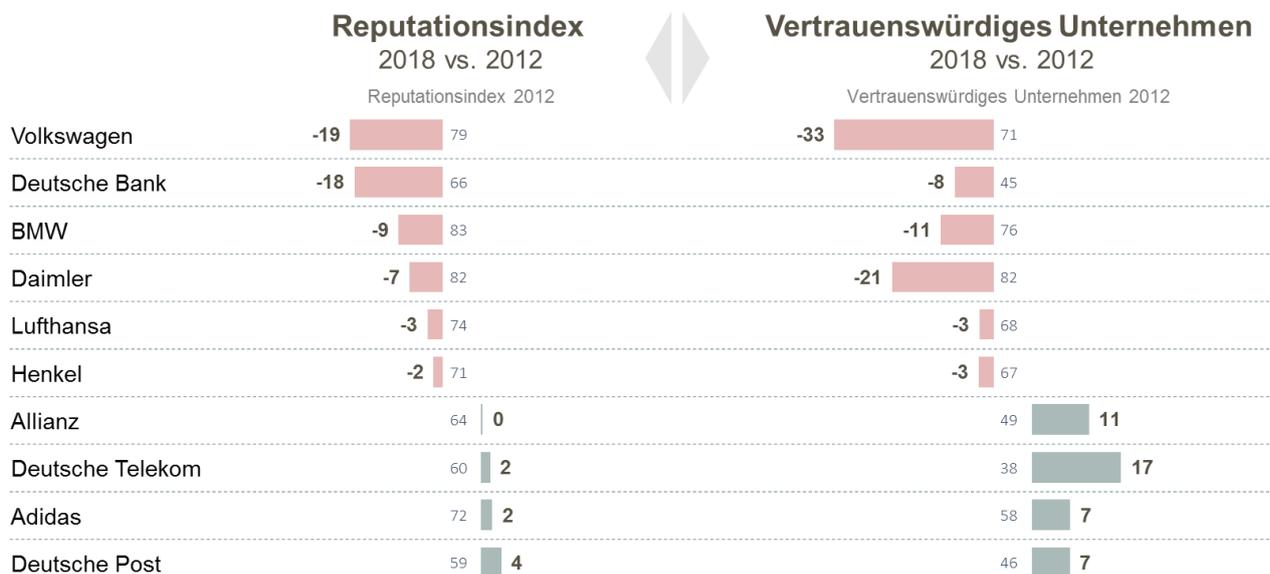
Web: www.serviceplan.com

(Abbildung: Die großen 20 - Reputation deutscher Unternehmen und Anteil der Erlöse, die auf dem Ruf gründen.)



Quelle: Biesalski & Company/Serviceplan

(Abbildung: Entwicklung der Reputation seit 2012.)



Skala 0 bis 100
(Durchschnittswert aus acht Indikatoren)

Top-2-Box in %
(1-„stimme voll und ganz zu“; 5-„stimme überhaupt nicht zu“)

Quelle: Biesalski & Company/Serviceplan