

**Kontakt:** Markus Zeitzen - [markus.zeitzen@reputationinstitute.com](mailto:markus.zeitzen@reputationinstitute.com) – +49 17 1991 5709

## **Reputation Institute Berlin: 2/3 der DAX-Unternehmen verlieren an Reputation** German RepTrak™-Studie 2012 bestätigt weltweiten Negativ-Trend auch für Deutschland

**Berlin, 09. Mai 2012**

20 der DAX30-Unternehmen haben zum Teil erheblich an Reputation verloren, lediglich 5 Unternehmen konnten ihr Ansehen deutlich verbessern. Das belegt die diesjährige German RepTrak™-Studie 2012 für Deutschland, die das Reputation Institut Berlin heute veröffentlichte. Besonders hart traf der Vertrauensverlust die Firmen Bayer, Metro, Deutsche Bank und Commerzbank, ihr Reputationsindex sank zwischen 6 und 8 RepTrak™ Punkten im Vergleich zum Vorjahr. Üblich sind kleinere Schwankungen von 0 bis 1 Punkten im Jahresvergleich. Ein Wert von 80 Punkten oder mehr von maximal 100 möglichen RepTrak™ Punkten gilt als „exzellente Reputation“ – kein deutscher Konzern konnte diese Hürde nehmen, BMW scheitert mit einem Wert von 79,89 knapp.

Die Ergebnisse der German RepTrak™-Studie 2012 bestätigen damit den weltweiten Negativ-Trend auch für Deutschland: In anderen Ländern ist es ähnlich schlecht um das Vertrauen der Bürger in die Reputation der Unternehmen bestellt, zu diesem Ergebnis kommen die insgesamt 40 Länder-Studien, die das Reputation Institut weltweit durchgeführt hat. Am wenigsten angesehen in Deutschland sind die Branchen Telekommunikation (Deutsche Telekom, Platz 26), Energieerzeuger wie RWE (Platz 27) und EON (Platz 29) sowie der Finanz- und Bankensektor, insbesondere die Deutsche Bank (Platz 28) und die Commerzbank (Platz 30).

Die deutsche Automobilbranche widersetzt sich weitgehend diesem Trend. Entsprechend führt BMW auf Platz 1 des German RepTrak™ Reputations-Rankings (-1,18 RepTrak™ Punkte im Vergleich zum Vorjahr) und verweist damit den Reputations-Gewinner von 2011 VW auf Platz 2 (-6,83 RepTrak™ Punkte). Die erfolgreiche Übernahme von MAN in 2011 zahlt sich für VW jedoch aus, der Nutzfahrzeugehersteller MAN schafft den größten Reputationsprung von Platz 14 im vergangenen Jahr auf Platz 3 (+ 5,08 RepTrak™ Punkte) von allen untersuchten DAX30-Unternehmen.

In Deutschland ist die Reputation der Automobilindustrie weiterhin stark, insbesondere im Vergleich zu den USA, wo Verbraucher die Industrie im Schnitt etwa 10 Punkte schlechter bewerteten. Als Gründe nennt Markus Zeitzen, Direktor des Reputation Institute, Berlin, „*die Historie des Automobils, die Bedeutung der Branche und die Faszination 'Auto', die in Deutschland eine erhebliche Rolle spielen*“. „*Die deutsche Konkurrenz hat die Finanz- und Wirtschaftskrise weit besser verkraftet, auch dank des erfolgreichen Modells der Mitbestimmung*“, erläutert Dr. Charles Fombrun, Chairman und Gründer des Reputation Institute, „*die USA mussten fast ihre gesamte Automobilbranche mittels staatlicher Unterstützung retten*“.

Die German RepTrak™-Studie 2012 für Deutschland zeigt: Unternehmen, die wie BMW eine starke Reputation aufgebaut haben, brauchen den derzeitigen Negativ-Trend

weniger zu fürchten und erholen sich schneller davon. Um eine starke Reputation aufzubauen, ist es erforderlich, ein Reputation Management fest in den Geschäftsbetrieb zu integrieren und alle sieben Dimensionen der Reputation abzudecken: Produkte & Services, Innovation, Workplace, Governance, Corporate Social Responsibility, Leadership und Performance.

Häufig setzen Unternehmen den Schwerpunkt nur auf die Produkte und ihre Qualität, entscheidend für die Einschätzung der Befragten ist aber deren Wahrnehmung der Menschen und Organisation hinter den Produkten (German RepTrak™-Studie 2012: 68,9 %); die Dimensionen Produkte & Services sind wichtig für die Reputation, haben jedoch insgesamt einen geringeren Einfluss (German RepTrak™-Studie 2012: 17,4 %) auf die Reputation als oftmals angenommen. Die German RepTrak™-Studie 2012 belegt außerdem: frühzeitig in den eigenen Ruf zu investieren, lohnt sich. Verbessert ein Unternehmen seine Reputation um 5 RepTrak™ Punkte, dann steigt die Weiterempfehlungsrate um 6 %.

Weitere Einzelheiten und Analysen des Reputation Institute stehen unter [German RepTrak™-Studie 2012 zum Download](#) kostenfrei zur Verfügung.

### **Über die German RepTrak™-Studie 2012**

An der Umfrage zu insgesamt 61 deutschen Unternehmen, darunter die DAX30-Unternehmen, nahmen 2.499 Online-Konsumenten im Alter von 18-64 Jahren teil, sie gaben im Zeitraum zwischen Januar und Februar 2012 insgesamt 8.784 Einschätzungen ab. Weltweit wurden mehr als 2.300 Unternehmen von über 115.000 Menschen durch ca. 357.000 Einschätzungen bewertet.

### **Über das Reputation Institute**

Das Reputation Institute ist das weltweit führende Beratungshaus im Bereich Corporate Reputation mit Sitz in Kopenhagen / New York. Als Pionier auf dem Gebiet des Marken- und Reputation-Management berät das Reputation Institute Unternehmen beim Aufbau der Beziehungen mit relevanten Stakeholdern, um den Wert der Corporate Reputation als Wettbewerbsvorteil nutzbar zu machen, wie auch im Management von Reputationsrisiken. Mit einer Präsenz in 30 Ländern verankert das Reputation Institute die Unternehmens-Reputation als strategisches Positionierungsinstrument, entwickelt Best Practices und treibt die Forschung im Feld der Reputation voran. Die akademische und professionelle Plattform umfasst Mitgliedschaften, Seminare, Konferenzen und Veröffentlichungen wie *Corporate Reputation Review* und *Reputation Intelligence*.

---

## **GOING GLOBAL IN THE REPUTATION ECONOMY**

16th International Conference on Corporate Reputation, Brand, Identity and Competitiveness

**May 30-June 1, 2012, Milan, Italy**

[www.reputationinstitute.com/milan2012](http://www.reputationinstitute.com/milan2012)

---

# # #