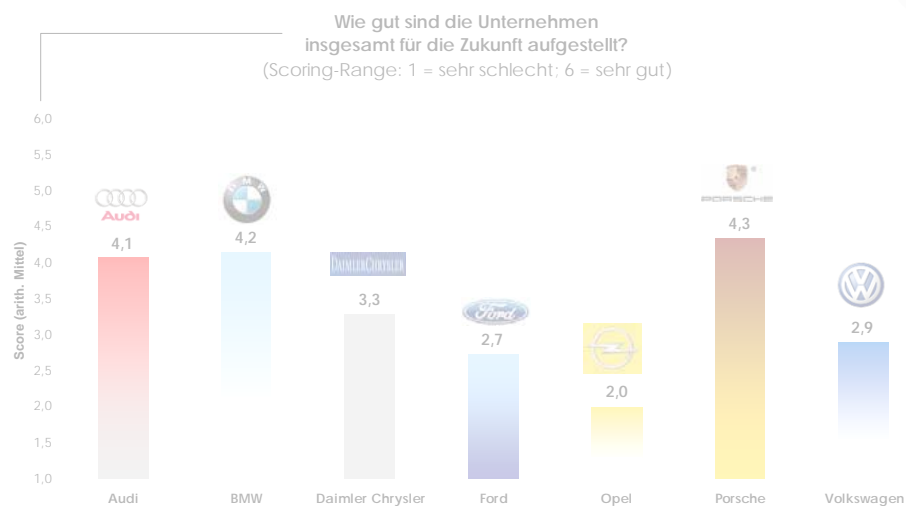


GO! Future.

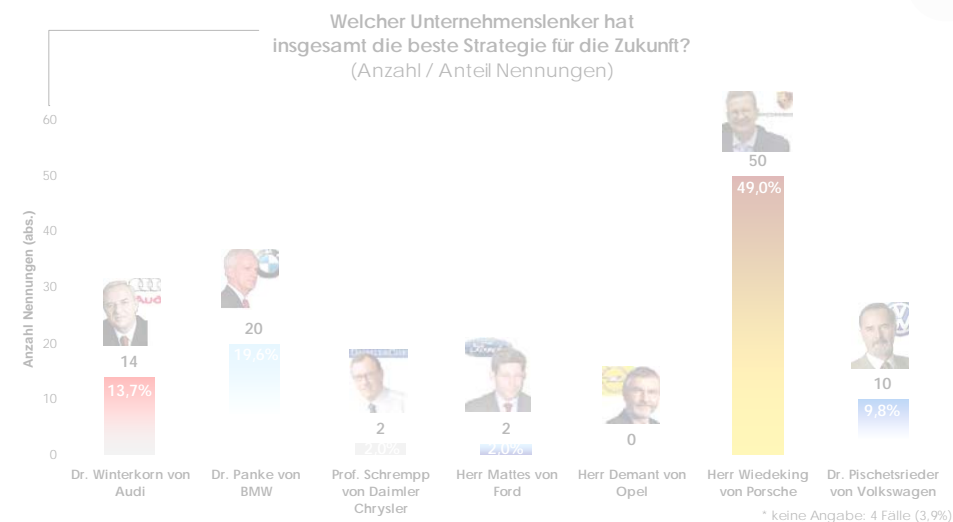
Journalistenbefragung zur Zukunftsfähigkeit der deutschen Automobilhersteller ©

Informationen zur Studie

Fax-Bestellformular



14



Institut

Fecht & Helmig *Kommunikationsforschung*

ist ein Geschäftsbereich der Fecht & Helmig Kommunikationsmanagement GmbH.
Geschäftsführer und Gesellschafter sind Dr. Udo Fecht und Albert J. Helmig.

Projektleiter für den Bereich Wissenschaft und Forschung ist Dr. Udo Fecht.
Dr. Fecht verfügt über umfangreiche Erfahrung im Bereich Evaluation von Kommunikation
und arbeitet in seit 1999 unter anderem für die Automobilindustrie.
Seit 1998 hat er zudem Lehraufträge an der Westfälischen-Wilhelms-Universität Münster
und der Fachhochschule Wilhelmshaven übernommen.

Weitere Geschäftsbereiche von Fecht & Helmig Kommunikationsmanagement sind
Presse- und Öffentlichkeitsarbeit / PR und Eventmanagement. Zur Unternehmensgruppe
gehört auch der Fulfillment-Dienstleister Helmig MarketingService & Logistik GmbH & Co. KG

Fecht & Helmig GmbH
Kommunikationsmanagement

Dr. Udo Fecht
Schützenstraße 1
26603 Aurich (Nds.)
Tel. 04941 - 60 420 70
Fax. 04941 - 60 420 -71



Albert J. Helmig
Niemannstraße 12-14
48477 Hörstel (NRW)
Tel. 05459 - 8037-20
Fax. 05459 - 8037-70



info@kommunikationsmanagement.info
www.kommunikationsmanagement.info

Methode

Untersuchungsgegenstand

die in Deutschland produzierenden Automobilhersteller sowie deren Vorstandsvorsitzende
(in alphabetischer Reihenfolge der Hersteller)

Audi AG	Dr. Martin Winterkorn
BMW Group AG	Dr. Helmut Panke
DaimlerChrysler AG	Prof. Jürgen E. Schrempp
Ford Werke AG	Bernhard Mattes
Adam Opel AG	Hans H. Demant
Ferdinand Porsche AG	Dr. Wendelin Wiedeking
Volkswagen AG	Dr. Bernd Pischetsrieder

Methode

Telefonbefragung unter 102 anonymisierten Journalistinnen und Journalisten
von 84 Publikationen (Allgemeine-, Automobil- und Finanzpublikationen)
im Erhebungszeitraum vom 17. bis 28. Januar 2004.

Erhebung von 14 Variablen zu den zukunftsstrategischen Kategorien
„Produktstrategie“, „Finanzpolitik“, „Kundenorientierung“ und „politischer Einfluß“

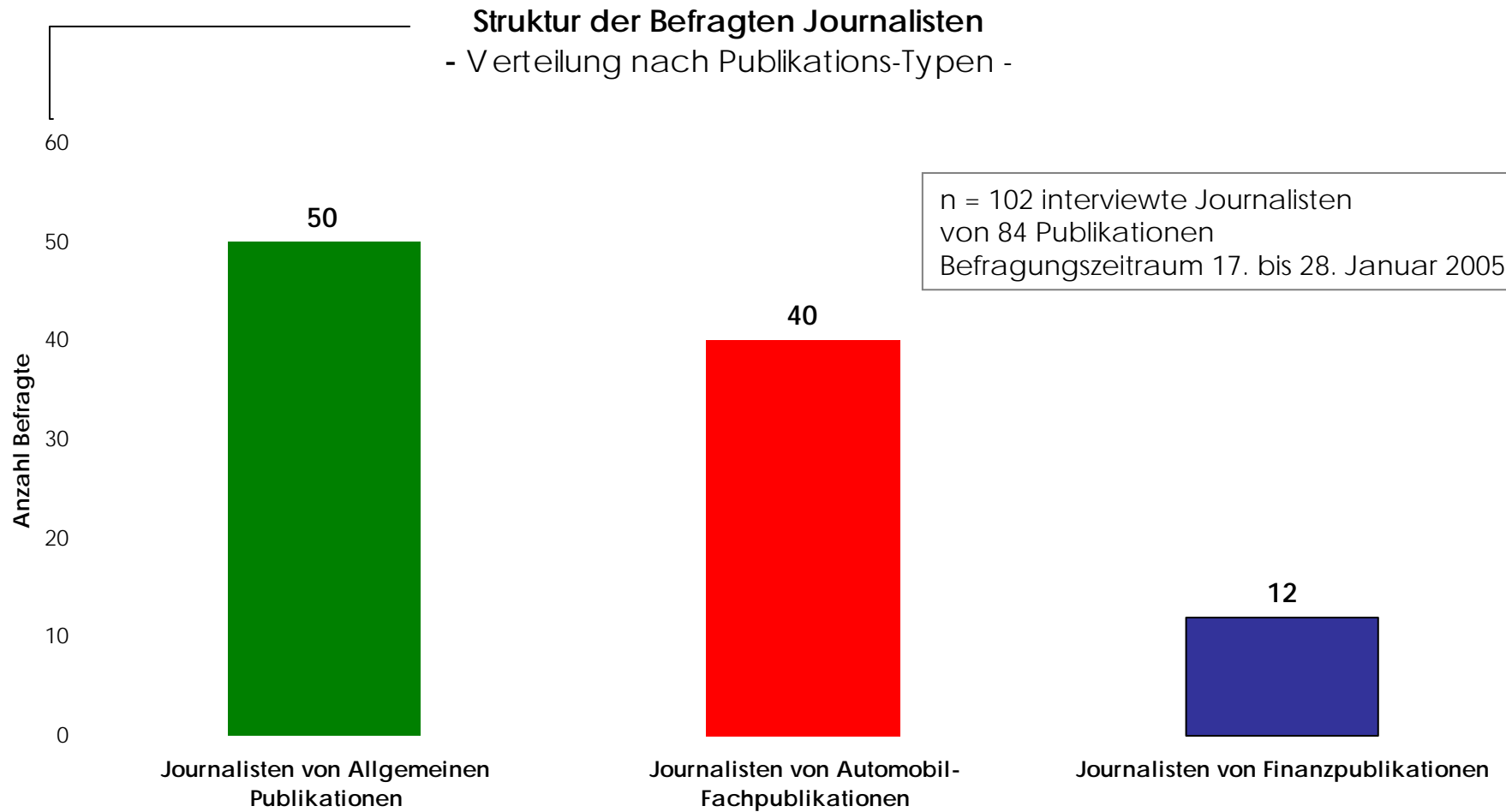
Erkenntnisinteresse

Evaluation der journalistischen Einschätzung der Zukunftsfähigkeit o.g. Automobilhersteller
sowie der Zukunftsstrategien der jeweiligen Vorstandsvorsitzenden.

Verwertungszusammenhang

Soll-Ist-Analyse / Selbst- und Fremdbild, PR-Strategie (u.a.)

Die vorliegende Untersuchung ist ein Eigenprojekt der Fecht & Helmig GmbH.



Fragen und Skalierung

Fragen zu den Unternehmen

(6er-Skala; 1 = sehr schlecht/schwach/gering, 6 = sehr gut/stark/hoch)

Frage 1: Wie ist das Ihrer Meinung nach auf der Produktseite? Wie gut ist die Produktpolitik der folgenden Unternehmen für die kommenden Jahre?

Frage 2: Und wie sieht es bei der strategischen Ausrichtung der Unternehmens- und Finanzpolitik aus? Wie gut sind die Unternehmen in dieser Hinsicht?

Frage 3: Was würden Sie sagen: wie gut sind die Unternehmen auf Währungsrisiken vorbereitet?

Frage 4: Und wie ist das Ihrer Einschätzung nach mit der Ausrichtung auf die Anleger?

Frage 5: Was denken Sie ,wie ausgeprägt ist die Kundenorientierung bei den Unternehmen?

Frage 6: Es wird ja oft gesagt, dass die großen Unternehmen einen entscheidenden Einfluss auf die gesamte deutsche Wirtschaft haben. Wie hoch schätzen Sie die Bedeutung unserer Unternehmen für die Gesamtwirtschaft ein?

Frage 7: Und wie, meinen Sie, sieht es mit dem Einfluß auf politische Entscheidungen aus?

Frage 8: Zurück zu den Unternehmen: Wie gut werden sich diese Ihrer Meinung nach mittelfristig im internationalen Wettbewerbsumfeld entwickeln?

Frage 9: Die Unternehmen sprechen in letzter Zeit häufig davon, sich für einen baldigen Aufschwung besser aufstellen zu wollen, d.h., kundenfreundlicher, produktiver, effizienter und gewinnorientierter zu werden. Wie gut, glauben Sie, sind folgende Unternehmen für die Zukunft aufgestellt?

Fragen zu den Vorstandsvorsitzenden

(Fragen 10 bis 13: 6er-Skala; 1 = sehr schlecht/schwach/gering, 6 = sehr gut/stark/hoch; Frage 14: einfache Nennung)

Frage 10: Welchen Einfluß haben die Vorstandsvorsitzenden Ihrer Meinung nach auf die Produktstrategie?

Frage 11: Welchen Einfluß haben die Vorstandsvorsitzenden auf die Finanzpolitik des Unternehmens?

Frage 12: Was glauben Sie: wie hoch ist der politische Einfluß der Vorstandsvorsitzenden in Deutschland?

Frage 13: Kommen wir nun zu den Unternehmenslenkern. Wie hoch schätzen Sie den Einfluß der Vorstandsvorsitzenden auf die Gesamtentwicklung der Unternehmen ein?

Frage 14: Was denken Sie: welcher der genannten Unternehmenslenker hat insgesamt die beste Strategie für die Zukunft?

Untersuchungsbericht bestellen

Ich / wir bestellen den vollständigen Untersuchungsbericht (30 Seiten / Farbe)
„Journalistenbefragung zur Zukunftsfähigkeit der deutschen Automobilhersteller“

Bestellung über 1 Exemplar

Preis: 525,-- €

Preise zzgl. MwSt.

Firma:

Name:

Abteilung:

Kostenstelle:

Brieffach / Postanschrift:

PLZ / Ort:

Bestellfax
0 49 41 / 60 42 07 1