



# Zentrale Ergebnisse der Studie RepTrak™ Pulse Germany 2007

**Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann**

**Managing Director, Reputation Institute Germany  
sowie  
Direktor des Instituts für Marketing und Management,  
Leibniz Universität Hannover**

<http://www.m2.uni-hannover.de/reputation-institute/index.php>

<http://www.reputationinstitute.com>

**Pressemitteilung:  
Deutsche Unternehmen im internationalen Reputationsvergleich**

**FOR IMMEDIATE RELEASE**

**26. Juni 2007**



## Welche Unternehmen haben im globalen Vergleich den besten Ruf?

Welche Unternehmen können die besten Werte für ihre Reputation erzielen, wenn man in 29 Ländern auf dieser Welt über 6.000 Konsumenten befragt? Das Reputation Institute führt regelmäßig derartige Studien auf der Basis eines wissenschaftlichen fundierten Messkonzepts, dem „RepTrak™“, durch und veröffentlicht jedes Jahr den sog. RepTrak™ 200, mit dem die **200 World's Most Respected Companies** erfasst werden (vgl. Tabelle 1).

## LEGO, IKEA und Barilla stehen auch im Jahre 2007 an der Spitze

In diesem Jahr führen **LEGO** (Dänemark), **IKEA** (Schweden) und **Barilla** (Italien) die Liste der 200 World's Most Respected Companies an. Gefolgt von 23 weiteren Unternehmen, die einen exzellenten Gesamtpunktwert für ihre Reputation verzeichnen können. Unter den insgesamt 26 exzellent bewerteten Unternehmen dominieren europäische Unternehmen mit 17, Japan ist mit 4 Unternehmen vertreten (Toyota, Canon, Honda und Matsushita) und aus den USA kommen 2 Unternehmen (Kraft Foods und UPS). Diesen Unternehmen wird in ihrem jeweiligen Heimatland **das höchste Maß an „Vertrauen“, „Bewunderung“, „positiven Gefühlen“ und „Wertschätzung“** entgegengebracht. Um in die Gruppe der Besten zu kommen, müssen die jeweiligen Unternehmen insbesondere entlang dieser vier Dimensionen, die im Zentrum des „RepTrak™Pulse“ stehen, zumindest 80 von maximal 100 möglichen Punkten erreichen. Um dann analysieren zu können, worauf sich die Reputation eines Unternehmens jeweils gründet, wird zusätzlich eine Bewertung entlang sieben verschiedenen Reputationsfaktoren vorgenommen, deren Relevanz seit der Gründung des Reputation Institute im Jahre 1997 bereits in zahlreichen Studien weltweit bestätigt werden konnte. Im Einzelnen handelt es sich um die Dimensionen „Products/Services“, „Innovation“, „Performance“, „Leadership“, „Workplace“, „Governance“ und „Citizenship“.

## Deutsche Unternehmen sind eher zweitklassig!

Bemerkenswert ist es nun, dass es **kein deutsches Unternehmen** schafft, innerhalb seines Stammlandes so viel „Vertrauen“, „Bewunderung“, „positive Gefühle“ und „Wertschätzung“ auf sich zu vereinen, dass der **Sprung in die Spitzengruppe gelingt**. Deutschstämmige Unternehmen gelangen lediglich in die zweite Gruppe jener Unternehmen, deren Gesamtpunktwerte „in den Siebziger“ liegen (insgesamt handelt es sich dabei um 143 Unternehmen). Immerhin 5 deutsche Unternehmen schaffen es dann aber mit ihrer Gesamtbewertung einen Platz unter den 50 World's Most Respected Companies zu besetzen. Die Reihe wird auf Platz 34 von BMW angeführt, gefolgt von der Deutschen Lufthansa (Rang 36), Robert Bosch (Rang 42), Aldi (Rang 45) und schließlich Henkel (Rang 48). Die nächsten deutschstämmigen Unternehmen sind dann allerdings erst wieder ab dem Rang 166 gelistet. Diesen Platz kann die Edeka Gruppe belegen. Danach kommen noch DaimlerChrysler auf dem Platz 170 und die BASF auf dem Platz 199 unter die 200 World's Most Respected Companies.



## Schon wieder eine Benachteiligung? – Also: Das etwas andere „Eurovision Song Contest Syndrom“?

Gemessen an der sehr starken Stellung deutscher Unternehmen auf der Bühne der internationalen Wirtschaft, wird man von diesem Ergebnis sicher enttäuscht sein müssen. Irgendwie haben es deutsche Unternehmen ganz offensichtlich vergleichsweise weniger gut geschafft, sich in ihrem Heimatland einen exzellenten Namen zu machen. Zunächst mag man nun einwenden, dass es für Export-Weltmeister letztlich doch nicht so wichtig ist, wie sie zuhause abschneiden. Entscheidend ist vielmehr, wie sie im Ausland aufgenommen werden. Und in der Tat können hier einzelne Unternehmen mitunter sehr gute Reputationswerte erzielen. Im Sinne eines Maßes, anhand dessen die Unterstützung im eigenen Land erkennbar wird, erscheint es uns aber durchaus zweckmäßig, ein entsprechendes Ranking als sehr wichtig und aussagekräftig einzustufen.

Ein weiterer Einwand mag nun darauf abheben, dass die Ergebnisse dadurch verfälscht sind, dass die Deutschen generell etwas weniger begeisterungsfähig sind und zudem mit Positivurteilen ohnehin eher sehr zurückhaltend umgehen – etwa nach dem Motto: „Nicht gemeckert ist schon Lob genug“. Um entsprechende Verzerrungseffekte auf nationaler und globaler Ebene zu handhaben, werden nun aber auf der Grundlage statistischer Verfahren und rekurrierend auf den seit 1997 sukzessive aufgebauten Gesamtdatensatz geeignete Anpassungen und Normierungen der jeweiligen Punktwerte vorgenommen, so dass diese sowohl Länder als auch Zeit übergreifend als vergleichbar eingestuft werden können.

## Ein noch professionelleres Reputationsmanagement erscheint dringend erforderlich!

Letztlich wird man also wohl akzeptieren müssen, dass deutsche Unternehmen gemessen an ihrer marktlichen und wirtschaftlichen Bedeutung doch vergleichsweise schlecht abschneiden, wenn es darum geht, eine nachhaltige Reputationsposition aufzubauen. Zwar liegt hier inzwischen bereits ein durchaus beachtliches Maß an Sensibilität für das Thema Reputation und Reputationsmanagement vor, wie etwa auch unsere empirischen Studien in Deutschland zeigen. Indessen mangelt es aber doch noch an einem äußerst professionellen Reputationsmanagement, das durch differenzierte strategische Analysen fundiert, über zielgenaue Strategien gesteuert und über breit angelegte Maßnahmenprogramme mit Verve realisiert wird. So wichtig eine gute Unternehmenskommunikation ist, ein überzeugendes Reputationsmanagement darf sich hierin nicht erschöpfen, sondern muss, an der gelebten Unternehmenskultur und den konkreten Unternehmensprozessen ansetzen.

Selbstverständlich besteht bei den zuvor erwähnten Unternehmen lediglich Anlass zur Klage auf einem sehr hohen Niveau. Immerhin schaffen es diese und einige weitere deutsche Unternehmen einen, gemessen am Weltdurchschnitt überdurchschnittlichen Reputationswert zu erzielen (vgl. Tabelle 2). Eine schon eher bedenkliche Situation ist bei jenen Unternehmen gegeben, die einen deutlich unterdurchschnittlichen Wert aufweisen. Auf den untersten Rängen liegt hier etwa die Deutsche Bahn und die Deutsche Telekom, aber auch Energieunternehmen wie E.ON und RWE. Die Tatsache, dass es auf dieser Welt Unternehmen gibt, die noch schlechter abschneiden (z.B. mit Punktwerten unter 25 das Unternehmen Halliburton in den USA und Australiens AWB – Australian Wheat Board), vermag hier sicher nicht zu beruhigen. Dies zumal es sich den genannten Reputationsschlusslichtern um Unternehmen handelt, deren Leistungsfähigkeit und weitere Geschäftsentfaltung für die wirtschaftliche und



gesellschaftliche Entwicklung in Deutschland von erheblicher Bedeutung sind. Einmal mehr zeigt sich hier, dass Unternehmen mit einer öffentlich-rechtlichen Historie, die zudem in schwierigen Versorgungssektoren zu agieren haben, vor besonderen Herausforderungen stehen, wollen sie nachhaltig eine ihrer Bedeutung und teils sicher auch Leistungskraft entsprechende Reputationsposition aufbauen.

## **Unternehmen in anderen Ländern geben ein markantes Beispiel – Russische Unternehmen als Benchmarks für Reputationsmanagement?**

Dass es Unternehmen in anderen Ländern, die in vergleichbar schwierigen Branchen zu agieren haben und deren Unternehmenshistorie vergleichbare Herausforderungen einer öffentlich-rechtlich Einbettung in sich birgt, durchaus schaffen können, sich sehr viel besser zu profilieren, zeigt sich etwa am Beispiel einiger russischer Unternehmen. So erzielen Unternehmen wie „Sberbank of Russia“, „Magnitogorsk Iron and Steel Works OAO“ und „Gazprom-neft“ (zuvor: Sybneft) in ihrem Heimatland höhere Reputationswerte als dies die BMW AG in Deutschland vermag. Und der Reputationswert des Energiekonzerns „Gazprom“ liegt lediglich unter einem Punktwert niedriger als der von BMW (78,05 im Vergleich zu 78.89).

Im Vergleich zum RepTrak™ Pulse 2006 konnten gerade die russischen Unternehmen extreme Reputationszuwächse erzielen. Hierin spiegelt sich eine sehr viel optimistischere Grundstimmung in der russischen Öffentlichkeit hinsichtlich der Entfaltung ihrer Wirtschaft wieder. Starke Reputationsgewinne konnten in diesem Vergleichszeitraum etwa auch die spanischen Handelskonzerne Mercado und El Corte Ingles, Rockwool in Dänemark sowie UPS und FedEx in den USA erzielen. Bei den deutschen Unternehmen gab es eher wenig Bewegung, außer bei der Deutschen Lufthansa, die allerdings einen deutlichen Reputationsseinbruch hinnehmen musste und von dem herausragenden Platz 3 im Jahre 2006 auf Platz 36 zurückgefallen ist.

## **Reputation Institute als Dialogplattform**

Insgesamt lässt sich im Sektor Reputationsmanagement zweifellos ein Handlungsbedarf bei deutschen Unternehmen konstatieren. Selbstverständlich wird man sich dabei sehr viel differenzierter mit Reputationsproblemen und -herausforderungen auseinandersetzen müssen, als im Rahmen knappen Skizze einiger zentraler Ergebnisse des RepTrak™ Pulse 2007 möglich war. Tieferegehende Informationen und Unterstützungsleistungen bietet das Reputation Institute Germany (<http://www.m2.uni-hannover.de/reputation-institute/index.php>). Weitere Ergebnisse und Details des 2007 RepTrak™ 200 können zudem direkt auf der Internetseite [www.reputationinstitute.com](http://www.reputationinstitute.com) herunter geladen werden.

### **Kontakt:**

Prof. Dr. Klaus-Peter Wiedmann

Managing Director, Reputation Institute Germany

Chair for Marketing and Management / Leibniz University Hannover

Königsworther Platz 1, D-30167 Hannover, Germany

Tel.: +49 / 511 / 762-4862 / Fax: +49 / 511 / 762-3142

[wiedmann@m2.uni-hannover.de](mailto:wiedmann@m2.uni-hannover.de) / <http://www.m2.uni-hannover.de>



**Tabelle 1: The World's 200 Most Respected Companies**

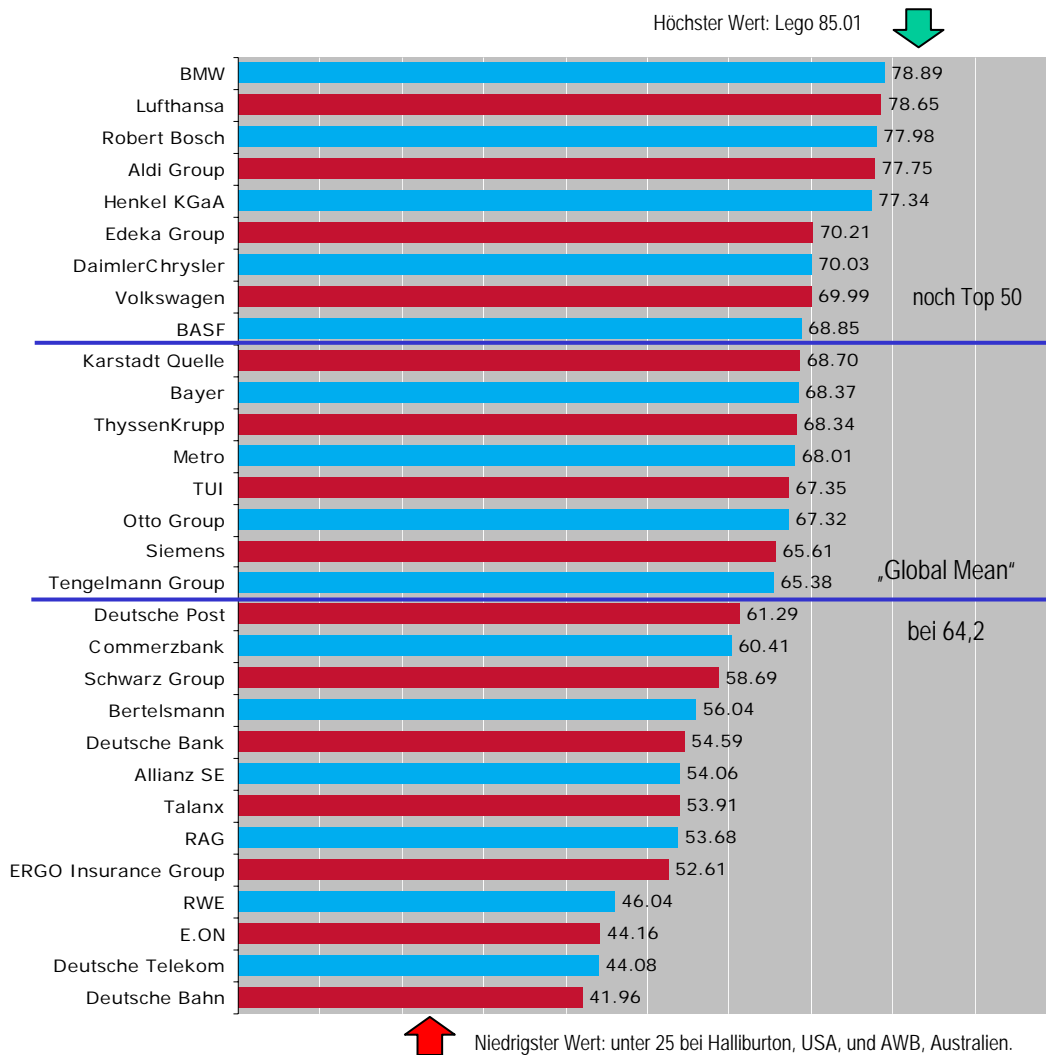
Results for the best corporate reputations in the world  
(the 2007 Global RepTrak™ Pulse 200)

Rank	Company	RepTrak™ Pulse Score
1	Lego (Denmark)	85.01
2	IKEA (Sweden)	84.05
3	Barilla (Italy)	83.53
4	Mercadona (Spain)	83.39
5	AP Møller - Mærsk (Denmark)	83.39
6	Toyota Motor (Japan)	82.79
7	Ferrero (Italy)	82.63
8	Petrobras (Brazil)	82.19
9	Sberbank of Russia (Russia)	81.96
10	Rockwool (Denmark)	81.86
11	Michelin (France)	81.67
12	Danfoss (Denmark)	81.45
13	Swatch Group (Switzerland)	81.29
14	Magnitogorsk Iron and Steel Works OAO (Russia)	81.17
15	Kraft Foods (USA)	81.07
16	Canon (Japan)	80.82
17	Vestas (Denmark)	80.81
18	Danone (France)	80.68
19	El Corte Inglés (Spain)	80.63
20	Honda Motor (Japan)	80.60
21	Matsushita Electric Industrial Co. (Japan)	80.56
22	McCain Foods (Canada)	80.43
23	Marks & Spencer (UK)	80.19
24	Grundfos (Denmark)	80.18
25	United Parcel Service Inc. (UPS) (USA)	80.06
26	Jean Couty Group (Canada)	80.04
27	Philips (Netherlands)	79.82
28	Gazprom-neft (Formerly Syneft) (Russia)	79.59
29	FedEx (USA)	79.39
30	Lukoil (Russia)	79.35
31	Vale do Rio Doce (Brazil)	79.31
32	Novo Nordisk (Denmark)	79.09
33	Velux (Denmark)	78.95
34	BMW (Germany)	78.89
35	Johnson & Johnson (USA)	78.80
36	Deutsche Lufthansa (Germany)	78.65
37	L'Oréal (France)	78.44
38	Walt Disney (USA)	78.37
39	Raiffeisen (Switzerland)	78.11
40	Grupo Pão de Açúcar (Brazil)	78.09
41	Gazprom (Russia)	78.05
42	Robert Bosch (Germany)	77.98
43	Bridgestone (Japan)	77.77
44	Nokia (Finland)	77.76
45	Aldi (Germany)	77.75
46	Gerdau (Brazil)	77.73
47	Canadian Tire (Canada)	77.53
48	Henkel (Germany)	77.34
49	Rosneft (Russia)	77.29
50	Luxottica (Italy)	77.26

Rank	Company	RepTrak™ Pulse Score	Rank	Company	RepTrak™ Pulse Score	Rank	Company	RepTrak™ Pulse Score
51	Samsung Electronics (South Korea)	77.02	101	Embraer (Brazil)	73.66	151	Svyazinvest (Russia)	71.17
52	Coca-Cola Company (USA)	77.00	102	Berkshire Hathaway (USA)	73.59	152	Danisco (Denmark)	71.13
53	Lenovo (China)	76.51	103	Usiminas (Brazil)	73.50	153	Danske Spil (Dansk Tipstjeneste) (Denmark)	71.02
54	Coop (Switzerland)	76.29	104	Lundbeck (Denmark)	73.50	154	Lowes (USA)	70.85
55	Schindler (Switzerland)	76.26	105	Grupo Sonae (Portugal)	73.44	155	Nestlé (Switzerland)	70.84
56	Procter & Gamble (USA)	76.25	106	Maple Leaf Foods (Canada)	73.42	156	Unilever (Netherlands)	70.74
57	Volvo (Sweden)	76.25	107	Inditex (Spain)	73.41	157	Indesit (Italy)	70.69
58	ICA (Sweden)	76.16	108	Hydro (Norway)	73.33	158	Metro (Canada)	70.67
59	Grupo Bimbo (Mexico)	76.08	109	Bombardier (Canada)	73.28	159	Maruti Udyog (Suzuki) (India)	70.60
60	MTS (Russia)	76.03	110	Airbus (France)	73.26	160	Hitachi (Japan)	70.57
61	FLSmidth (Denmark)	76.00	111	Transneft (Russia)	73.25	161	Nissan Motor (Japan)	70.50
62	Tesco (UK)	75.92	112	TNT (voormalig TPG) (Netherlands)	73.23	162	Life Insurance Corp. of India (LIC) (India)	70.41
63	Severstal (Russia)	75.81	113	Pick n Pay (South Africa)	73.19	163	SAS (Sweden)	70.36
64	Carlsberg (Denmark)	75.79	114	Rusal (Russia)	73.08	164	Fujitsu (Japan)	70.36
65	Grupo Votorantim (Brazil)	75.62	115	Toshiba (Japan)	73.03	165	BREKredit (Denmark)	70.31
66	Sharp (Japan)	75.58	116	Microsoft (USA)	72.95	166	Edeka Group (Germany)	70.21
67	KDDI (Japan)	75.42	117	Esso (Norway)	72.91	167	Banco do Brasil (Brazil)	70.20
68	Caterpillar (USA)	75.24	118	FUJIFILM Holdings (Japan)	72.76	168	Dell (USA)	70.09
69	Kone (Finland)	75.19	119	Intel (USA)	72.73	169	Banco de Chile (Chile)	70.08
70	Haier Corporation (China)	75.18	120	Nykredit (Denmark)	72.68	170	DaimlerChrysler (Germany)	70.03
71	Migros (Switzerland)	75.16	121	Infosys (India)	72.62	171	Volkswagen (Germany)	69.99
72	Sony (Japan)	75.16	122	Sony Ericsson (Sweden)	72.60	172	Eureko (Netherlands)	69.96
73	Heineken (Netherlands)	75.15	123	J.Sainsbury (UK)	72.57	173	Bluescope Steel (Australia)	69.94
74	3M (USA)	75.06	124	Costco (USA)	72.45	174	Coop (Denmark)	69.85
75	Repsol YPF (Spain)	75.03	125	Tata Group (India)	72.37	175	NLMK (Russia)	69.82
76	Alliance Boots (UK)	75.00	126	Grupo Modelo (Mexico)	72.34	176	Home Depot (USA)	69.76
77	Deere & Co. (USA)	74.99	127	Atlas Copco (Sweden)	72.34	177	China Southern Airlines (China)	69.75
78	CSN (Brazil)	74.96	128	Cemex (Mexico)	72.14	178	Transportes Aereos Portugueses (Portugal)	69.72
79	Norsk Nickel (Russia)	74.91	129	Tatneft (Russia)	72.14	179	First National Bank (South Africa)	69.67
80	PepsiCo (USA)	74.91	130	Woolworths (Australia)	72.09	180	ABN AMRO (Netherlands)	69.62
81	Scania (Sweden)	74.71	131	Corus (Netherlands)	72.00	181	Target (USA)	69.61
82	Suzuki Motor (Japan)	74.50	132	Aker (Norway)	71.87	182	Cisco Systems (USA)	69.50
83	Shoppers Drug Mart (Canada)	74.37	133	Sobeys (Canada)	71.87	183	Best Buy (USA)	69.44
84	Wipro Limited (India)	74.34	134	Rabobank (Netherlands)	71.87	184	Aeroflot (Russia)	69.43
85	Mapfre (Spain)	74.29	135	China Minsheng Banking Co., Ltd. (China)	71.84	185	George Weston Ltd. (Canada)	69.38
86	Unilever (UK)	74.19	136	William Morrison Supermarkets (UK)	71.83	186	CVS (USA)	69.37
87	Gree Electric Appliances, INC. of Zhuhai (China)	74.15	137	UT Starcom (China)	71.79	187	EDF (France)	69.37
88	Copec (Chile)	74.15	138	Aeon (Japan)	71.77	188	Ericsson (Sweden)	69.36
89	China Merchants Bank (China)	74.02	139	Sandvik (Sweden)	71.70	189	Huawei Technologies Co., Ltd. (China)	69.36
90	Publix Super Markets (USA)	74.01	140	Boeing (USA)	71.64	190	MT Højgaard (Denmark)	69.32
91	Banco Itaú (Brazil)	74.01	141	USA Postal Service (USA)	71.60	191	Hindustan Lever (India)	69.17
92	Empresas CMPC (Chile)	73.99	142	Seven & I Holdings (Japan)	71.53	192	Lan (Chile)	69.09
93	General Electric (GE) (USA)	73.96	143	Roche (Switzerland)	71.51	193	Banco Bradesco (Brazil)	69.07
94	Bank of China (China)	73.96	144	Esselunga (Italy)	71.48	194	International Business Machines (IBM) (USA)	69.06
95	Statoil (Norway)	73.92	145	Wanxiang Group Corporation (China)	71.45	195	Mahindra & Mahindra (India)	69.05
96	Petroleo Ipiranga (Brazil)	73.83	146	Coop Italia (Italy)	71.44	196	Westfarmers (Australia)	68.96
97	Surgutneftegas (Russia)	73.82	147	Hewlett-Packard (USA)	71.35	197	Shanghai Pudong Development Bank (China)	68.95
98	Apple Computer (USA)	73.71	148	Coles Myer (Australia)	71.29	198	Bristol-Myers Squibb (USA)	68.87
99	J.C. Penney (USA)	73.71	149	Qantas Airways (Australia)	71.29	199	BASF (Germany)	68.85
100	Air China (China)	73.67	150	Alimentation Couche-Tard (Canada)	71.21	200	Kesko Oyj (Finland)	68.85

**Tabelle 2: Die Reputation der größten Unternehmen in Germany**

RepTrak™ Pulse Germany 2007



**Informationen zum Reputation Institute**

Das Reputation Institute (RI) ist ein privates Beratungs- und Forschungsnetzwerk mit Hauptsitz in New York und Niederlassungen in mehr als 20 weiteren Ländern. In Deutschland wird das Reputation Institute durch Professor Wiedmann von der Leibniz Universität in Hannover vertreten. Das RI wurde 1997 gegründet und ist Vorreiter und Weltmarktführer auf dem Gebiet des Corporate Reputation Management. Die Aufgabe besteht darin, Unternehmen zu helfen, Kapital aus ihrer Reputation zu schlagen. Das RI verkörpert ein weltweites Netzwerk an Experten aus Wissenschaft und Praxis, das sich sowohl mit allgemeiner wissenschaftlicher Grundlagenforschung als auch insbesondere mit praxisrelevanter Forschung sowie Beratung beschäftigt. Das Reputation Institute arbeitet dabei regelmäßig mit Unternehmen zusammen, die daran interessiert sind, die Kerndimensionen Ihres RepTrak™ Pulse zu untersuchen, um ihre spezifischen Stärken und Schwächen der eigenen Reputation im Verhältnis zu relevanten Wettbewerbern zu identifizieren und darauf ein gezieltes Reputation aufzubauen.