



Evaluation. Forschung. Beratung.

# Journalisten-Trends 2014

Banken bzw. Kreditwirtschaft in Deutschland im Fokus  
von Finanz- und Wirtschaftsjournalisten

Die Langzeitstudie des com.X Instituts in Kooperation mit  
dem **pr**magazin. Wechselnde Themen. Seit 2001.

	Seite
• Einleitung	3
• Methode und Anmerkung zur Darstellung	4
• Charts zur Studie	5
• Anhang: Beitrag <b>pr</b> magazin Ergebnistabellen und Fragebogen	



## Forschung und Beratung rund um Unternehmenskommunikation, PR und Marketing

com.X – erster Gewinner des PR Report Award der Kategorie Research – ist spezialisiert auf unabhängige Befragungen, Analysen, Effizienz-Checks und Evaluationen rund um PR, interne und externe Unternehmenskommunikation.

com.X ist ein unabhängiges, inhabergeführtes Forschungsinstitut, das für Auftraggeber aus Wirtschaft, Politik und öffentlicher Hand in Fragen von Kommunikation und Information seit 1998 forschend und beratend tätig ist.

Unser Institut versteht Sie und Ihre speziellen Anforderungen als PR-Profi und bietet eine einzigartige Verbindung von Kommunikations- und Beratungs-Know-how mit Forschungs- und Methodenkompetenz.

## **Journalisten-Trends 2014**

Die Langzeitstudie des *com.X Instituts* in Kooperation mit dem *prmagazin* ermittelt seit 2001 jährlich aktuelle Tendenzen zur Wechselwirkung von PR und Journalismus zu wechselnden Themen oder Branchen.

2014 liegt der Fokus auf **Kommunikation von Banken bzw. Kreditwirtschaft in Deutschland.**

## **Themen der Vorjahre**

2001	Lebensmittelbranche und -skandale
2002	IT- und Telekommunikation
2003	Gesundheit
2004	Medien
2005	Wissenschaft/-skommunikation
2006	Sportsponsoring
2007	Energiemarkt
2008	Automobilindustrie
2009	Banken
2010	10-Jahres-Vergleich zwischen PR und Journalismus
2011/12	Non Governmental Organizations (NGOs)
2013	Versicherer im Fokus von Finanz- und Wirtschaftsjournalisten

## Methode

- 15-minütige Telefoninterviews
- Mix aus offenen Fragen (ungestützt, ohne vorgegebene Antwortmöglichkeiten) und geschlossenen Fragen (mit vorgegebenen Antwortmöglichkeiten)

## Befragte

- 100 Finanz- und Wirtschaftsjournalisten von:

- Publikumszeitschrift +	2
- Tages-/Wochenzeitung regional/überregional	15
- Wirtschafts-/Finanzzeitschrift	46
- Onlinemedium	16
- TV regional/überregional	5
- Hörfunk regional/überregional	8
- Print Sonstige	8

## Zeitraum

- 16. Juni bis 02. Juli 2014

## Konzeption und Durchführung

com.X Institut, Bochum

Konzeption und Redaktion:

Thomas Quast, Nicole Warthun, Erich Domke

## Darstellung der Fragebereiche

Fragen und Antwort-Items sind für die Darstellung in diesem Bericht inhaltlich geordnet und stehen nicht mehr in der Reihenfolge der Fragestellungen im Interview. In den Grafiken sind Prozentzahlen dargestellt. Bei Bewertungen vorgegebener Items (z.B. vorformulierte Aussagen, zu denen der Grad der Zustimmung bzw. Ablehnung eingeholt wurde) wird der prozentuale Anteil der Zustimmung wiedergegeben (Wertungen von 1 bis 3 auf einer analog zum Schulnotensystem aufgebauten 6-er-Skala) sowie die durchschnittliche Bewertung/Einordnung zum jeweiligen Item auf der Skala (Mittelwert).

## Offene Fragen zur Ermittlung wichtiger Themen und Versicherer mit guter Pressearbeit

Bei diesen Fragen wurden bewusst keine Antwortvorgaben angeboten.

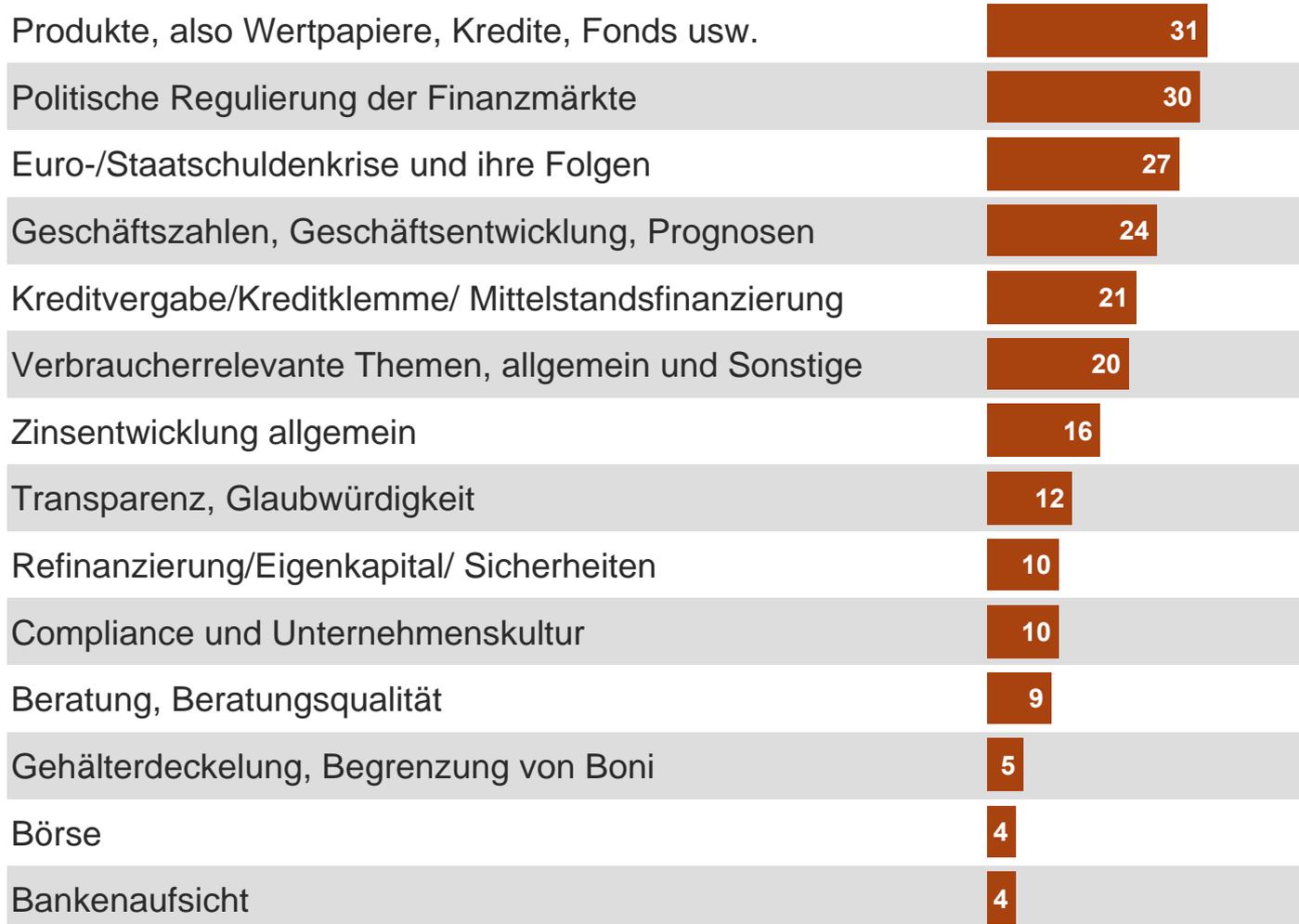
Die Themen und Versicherer wurden von den Befragten also spontan und ungestützt genannt. Sie sind damit Top of Mind bei den befragten Journalisten – eine ungestützte Nennung erfordert eine besonders ausgeprägte Präsenz.

## Download

Die Studie mit Ressort-, Medien- und Demographischen Subgruppenunterschieden ist als Download erhältlich bei com.X unter [www.comx-forschung.de](http://www.comx-forschung.de)

# Wichtige und interessante Themen: Top-of-Mind

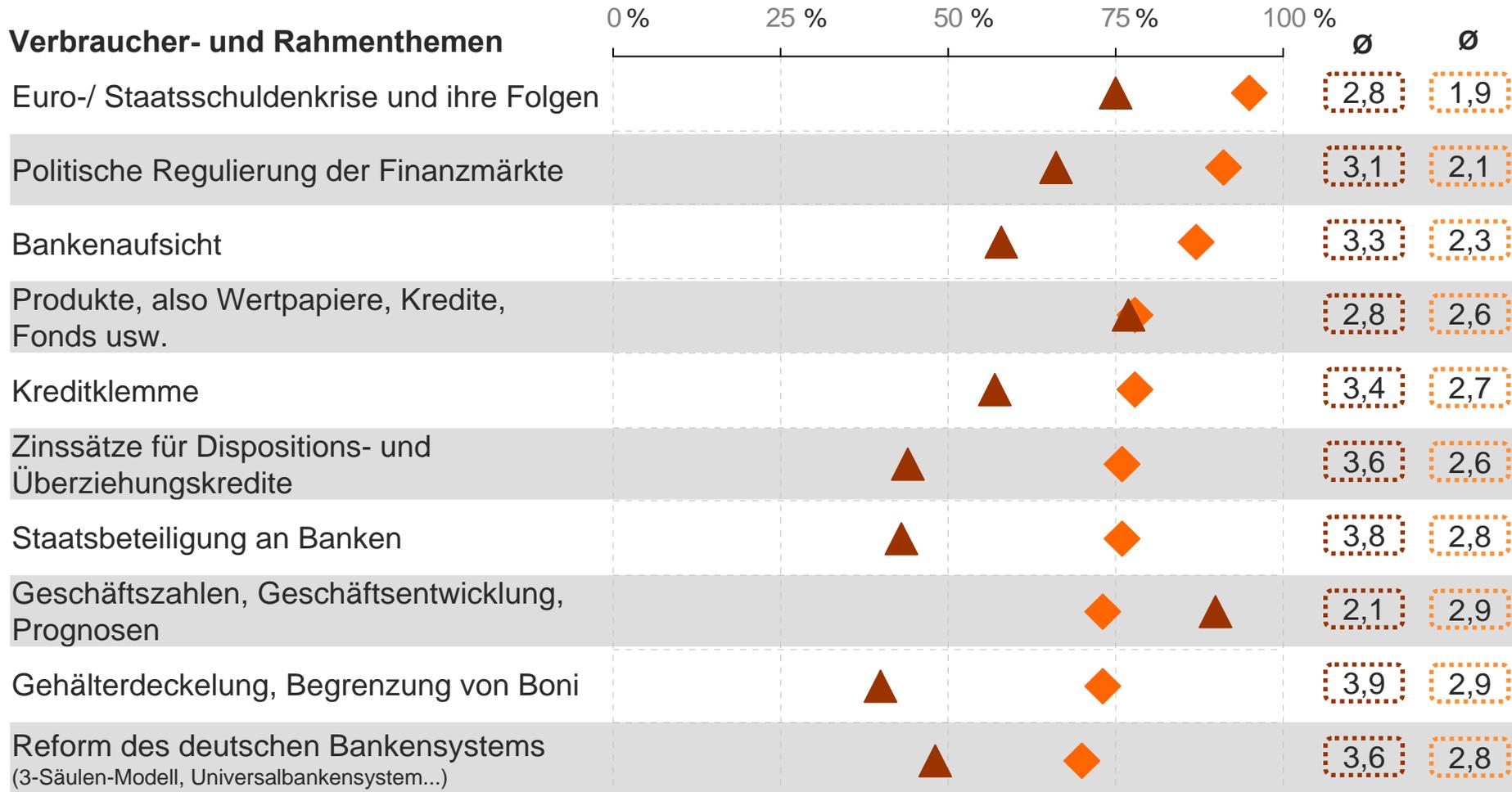
Offen, ohne Antwortvorgaben gefragt: Mehrfachnennungen möglich  
Antworten können sich zu mehr als 100 % summieren  
Basis: n = 100; Darstellung: In Prozent, ab 4 Nennungen



# Bedeutung von Themen und Informationsqualität dazu im Kontext Banken bzw. Kreditwirtschaft

◆ Themenbedeutung hoch (Skalenpunkte 1-3) - Bewertung auf Skala von 1 = „sehr wichtig“ bis 6 = „gar nicht wichtig“

▲ Informationsqualität hoch (Skalenpunkte 1-3) - Bewertung auf Skala von 1 = „werde sehr gut informiert“ bis 6 = „werde sehr schlecht informiert“



# Besonders gute Pressearbeit und Kommunikation : Top-of-Mind

Offen, ohne Antwortvorgaben gefragt: Mehrfachnennungen möglich  
Antworten können sich zu mehr als 100 % summieren  
Basis: n = 100; Darstellung: In Prozent

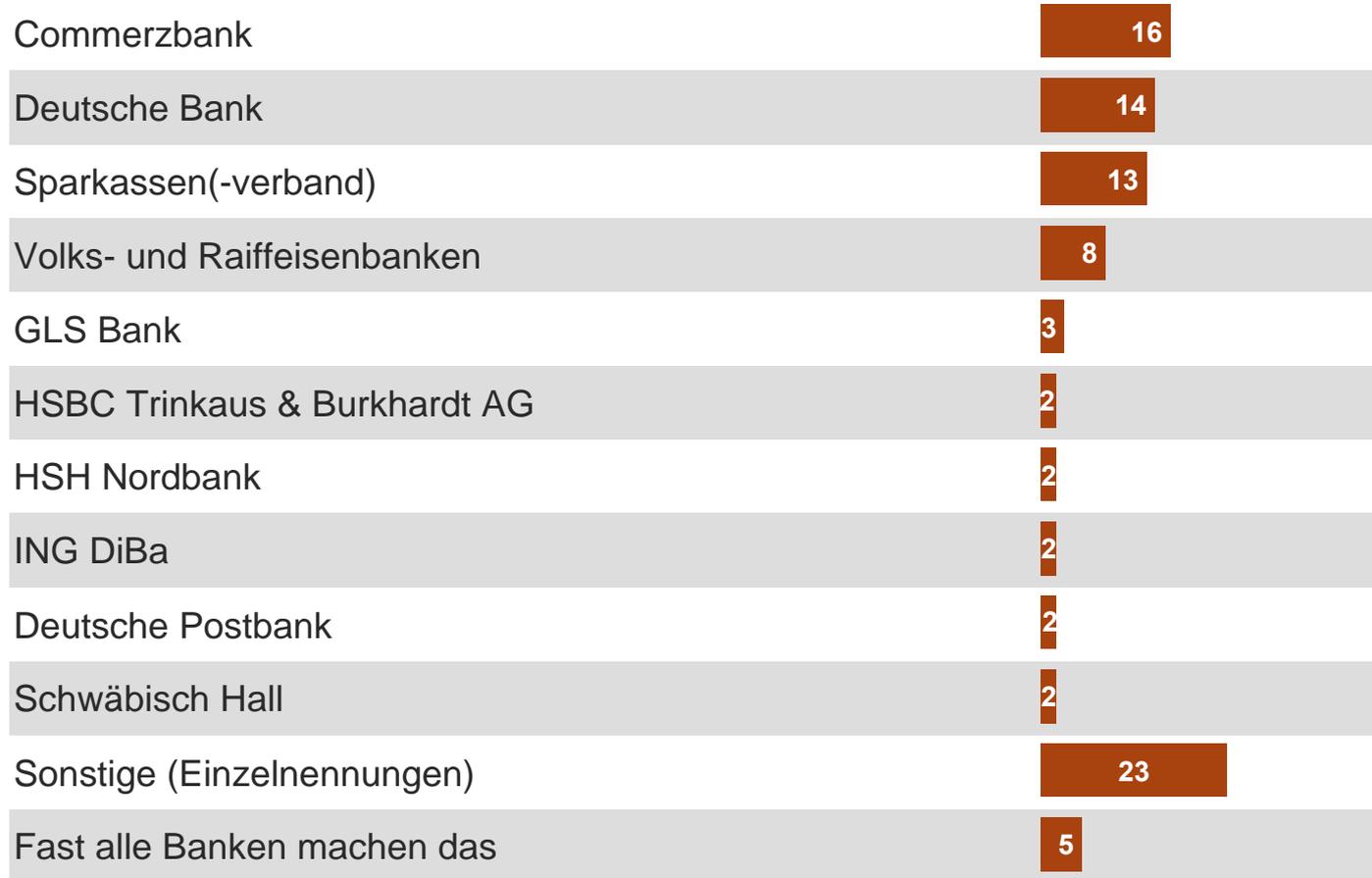
**10 % der Journalisten  
machen dazu keine  
Angaben**



# Banken mit gutem Expertenangebot: Top-of-Mind

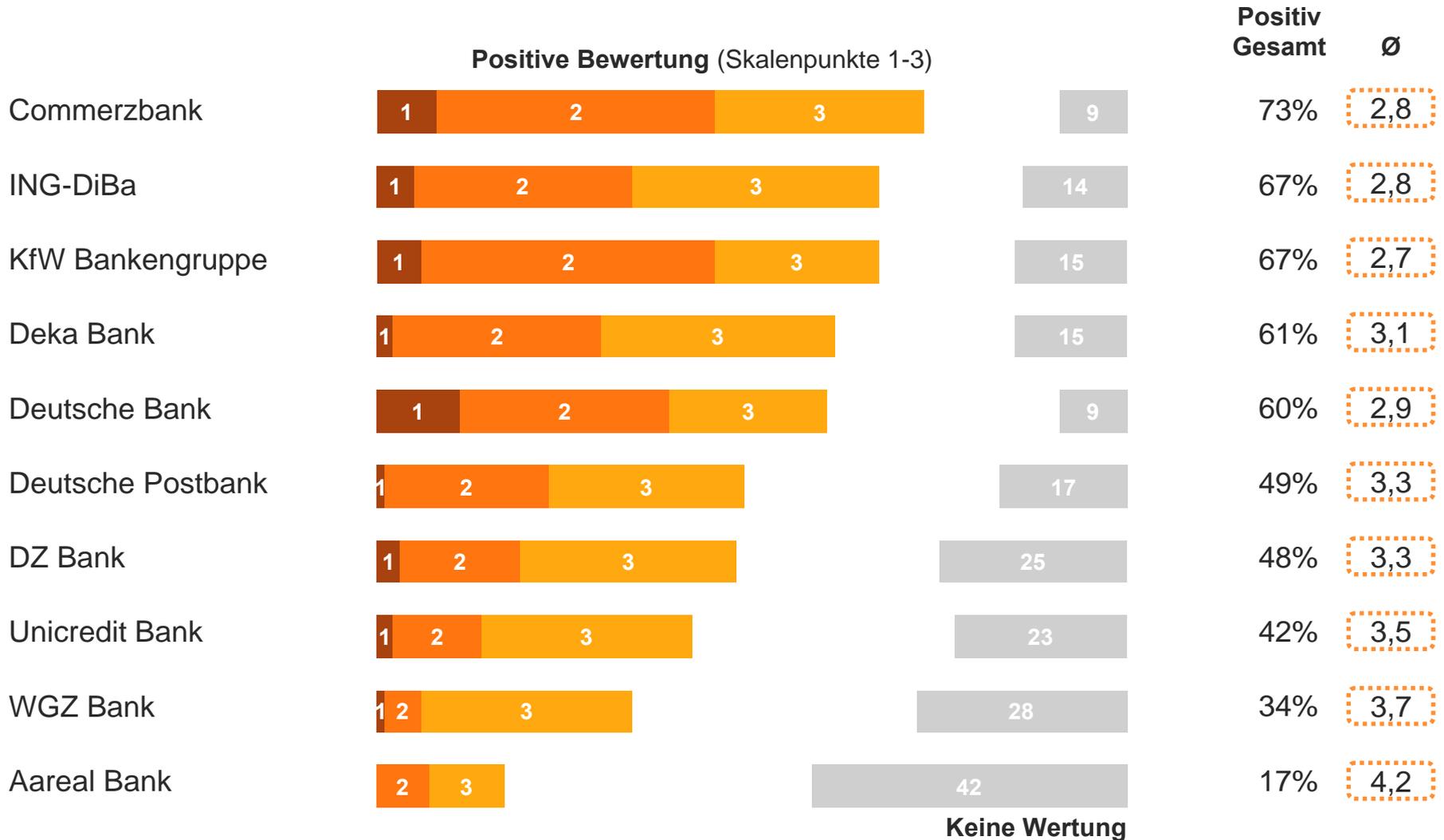
Offen, ohne Antwortvorgaben gefragt: Mehrfachnennungen möglich  
Basis: n = 100; Darstellung: In Prozent, ab 2 Nennungen

**46 % der Journalisten  
machen dazu keine  
Angaben**



# Schulnoten für die Pressearbeit von Banken<sup>1</sup>

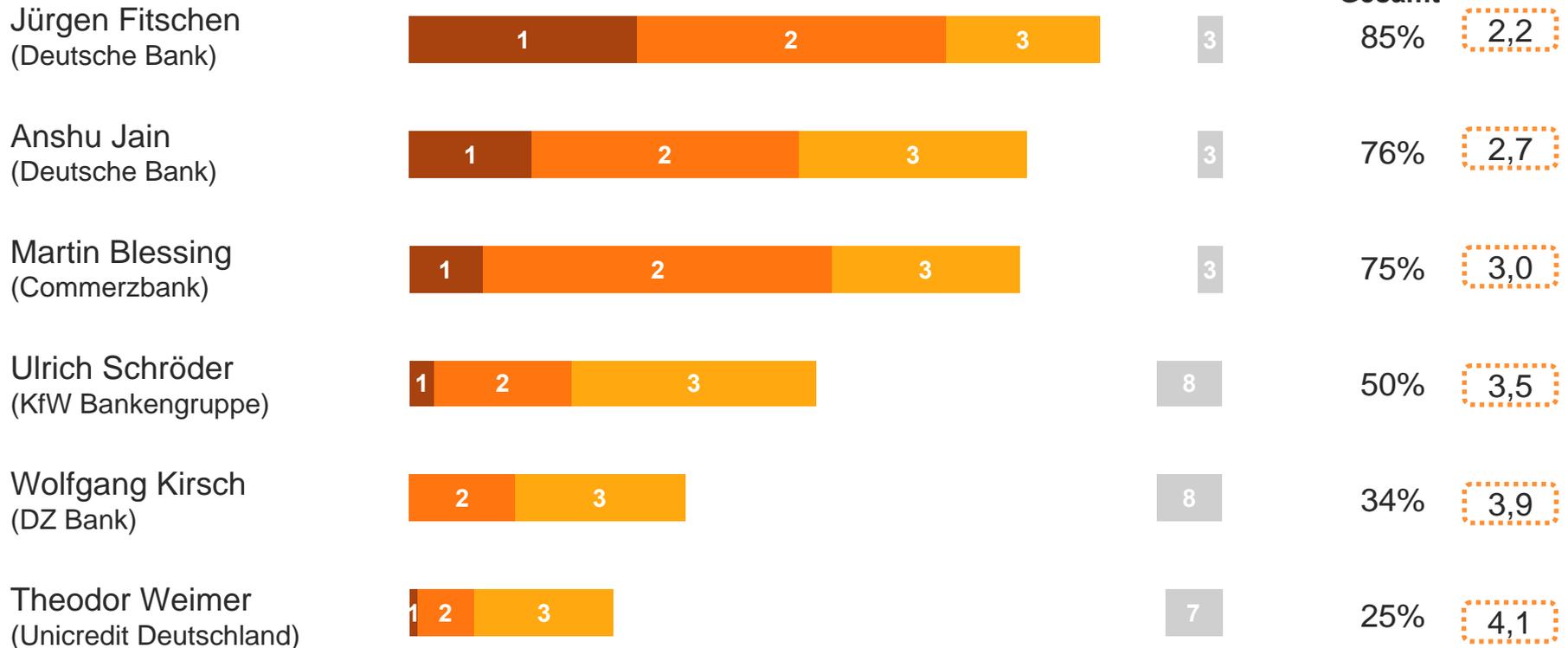
Bewertung auf einer Skala von 1 = „sehr gut“ bis 6 = „ungenügend“



# Präsenz der Vorstandsvorsitzenden ausgewählter Banken in Medien und Öffentlichkeit

Bewertung auf einer Skala von 1 = „sehr präsent“ bis 6 = „überhaupt nicht präsent“

Hohe Zustimmung (Skalenpunkte 1-3)



Keine Wertung

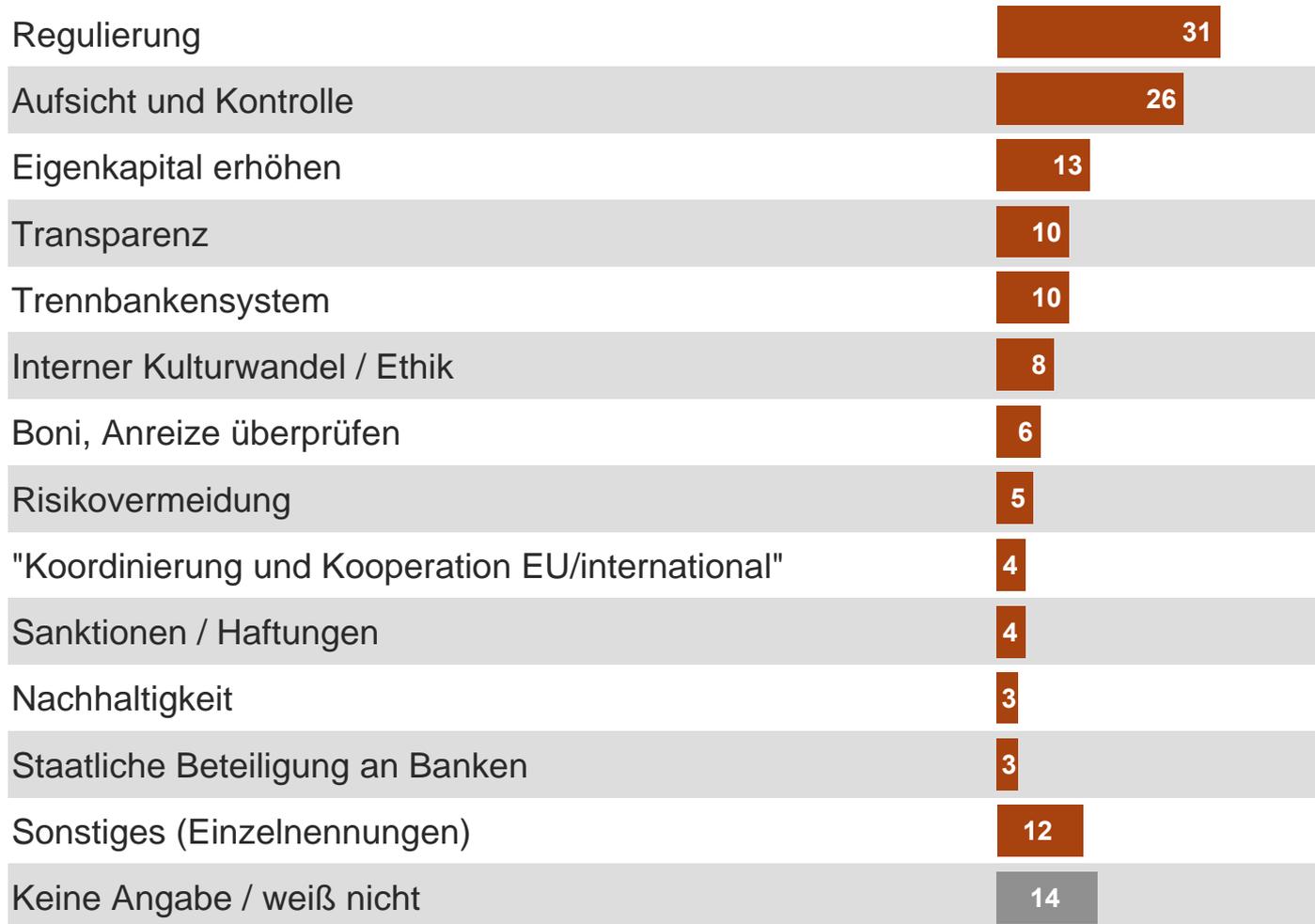
# Bewertung Präsenz hoher Unternehmensvertreter in der Öffentlichkeit und den Medien in Deutschland

Bewertung auf einer Skala von 1 = „stimme voll und ganz zu“ bis 6 = „stimme gar nicht zu“

	Hohe Zustimmung (Skalenpunkte 1-3)	Hohe Zustimmung Gesamt	Ø
Es ist gut, wenn ein Unternehmen über Präsenz hoher Unternehmensvertreter in Medien und Öffentlichkeit ein Gesicht bekommt.		97%	1,7
Über alle Branchen gesehen verhalten sich hohe Unternehmensvertreter gegenüber den Medien viel zu zurückhaltend, sind also zu wenig präsent.		67%	3,1
Insgesamt kann die Medien- und Öffentlichkeitspräsenz der Vorstandsvorsitzenden der Banken als positives Beispiel für Präsenz gelten.		50%	3,7
Die Medienpräsenz der Vorstandsvorsitzenden der Banken ist überzogen.		36%	4,0

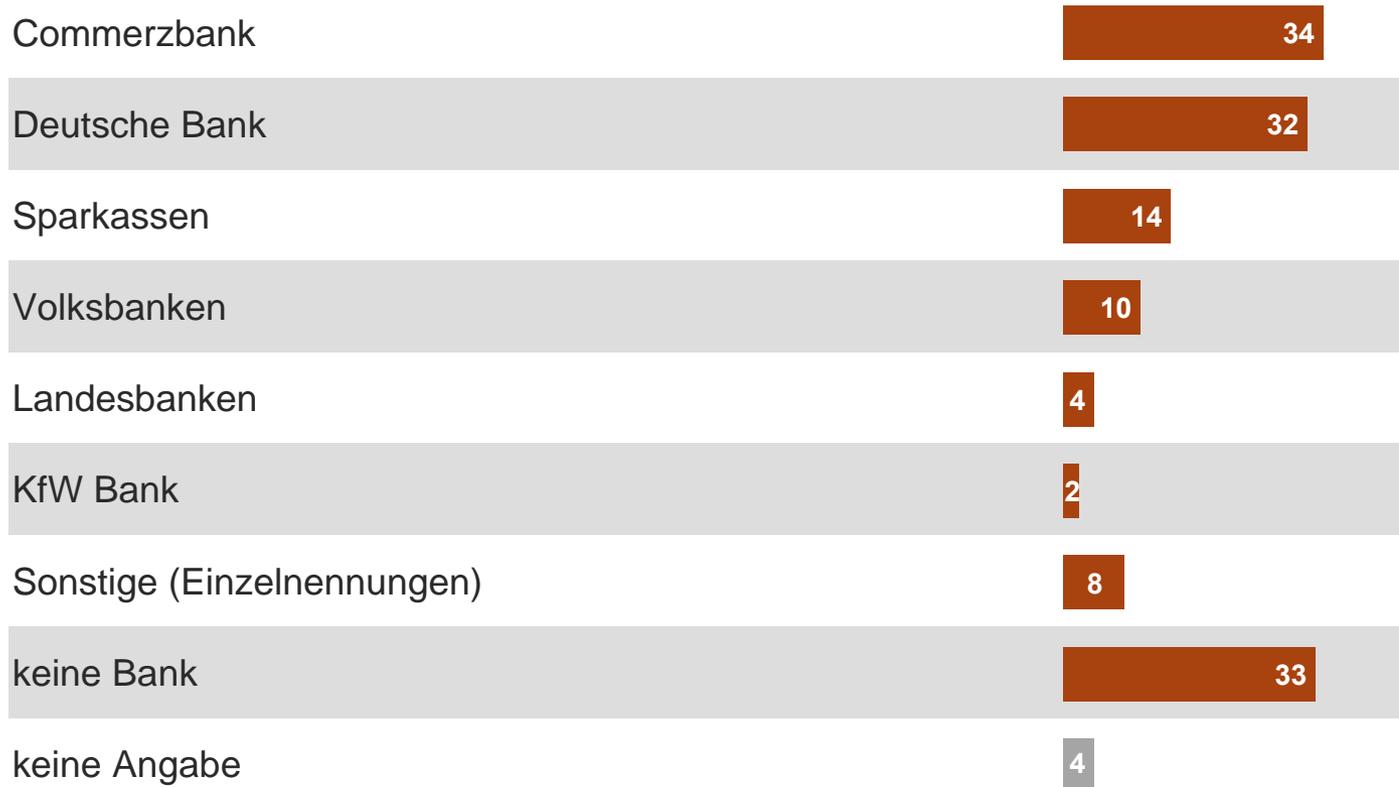
# Maßnahmen zur Eindämmung der Gefahr von Finanzkrisen: Top-of-Mind

Offen, ohne Antwortvorgaben gefragt: Mehrfachnennungen möglich  
Antworten können sich zu mehr als 100 % summieren  
Basis: n = 100; Darstellung: In Prozent, ab 3 Nennungen



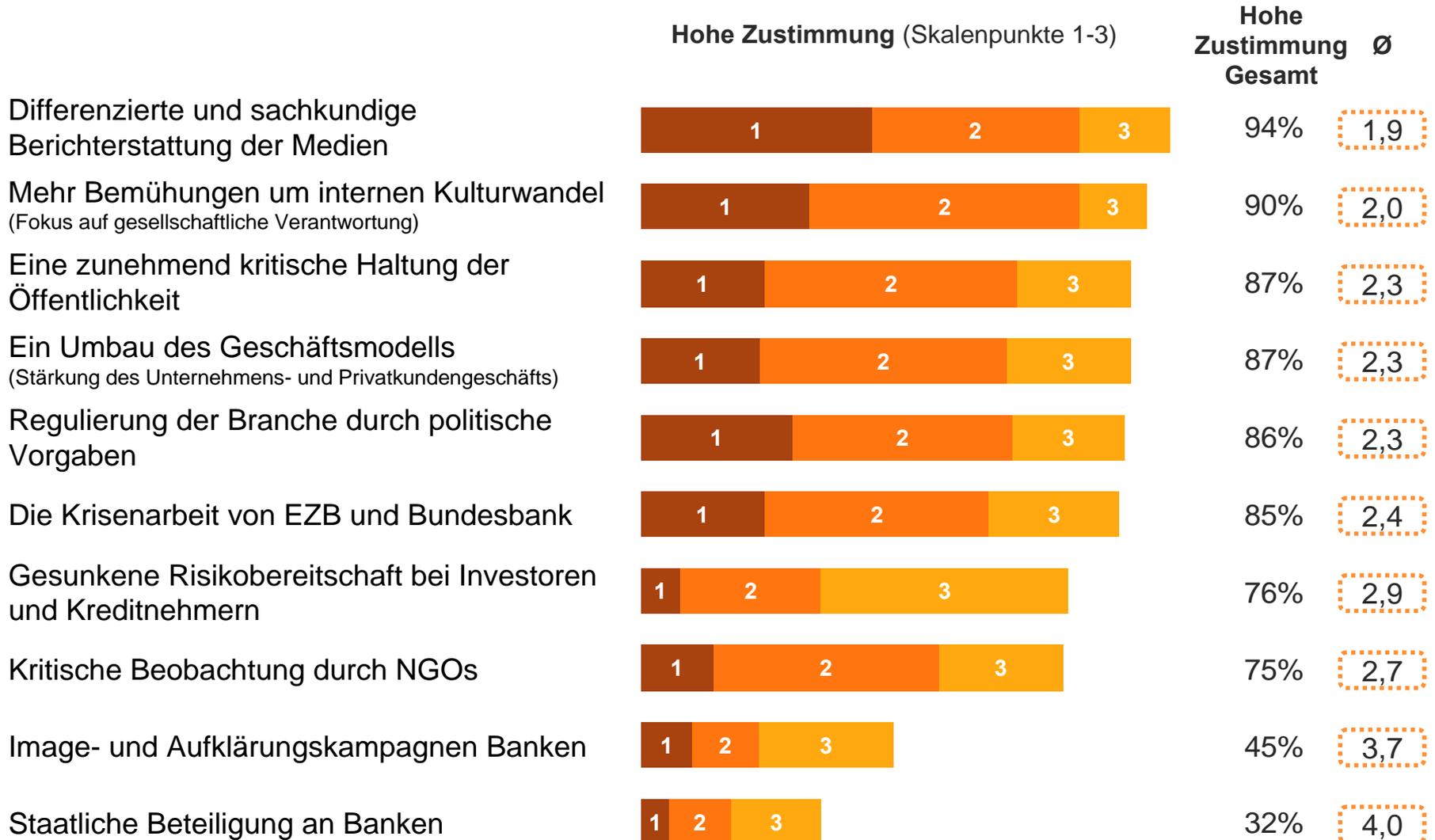
# Bank mit aktivem und sichtbarem Wandel: Top-of-Mind

Offen, ohne Antwortvorgaben gefragt: Mehrfachnennungen möglich  
Antworten können sich zu mehr als 100 % summieren  
Basis: n = 100; Darstellung: In Prozent, ab 2 Nennungen



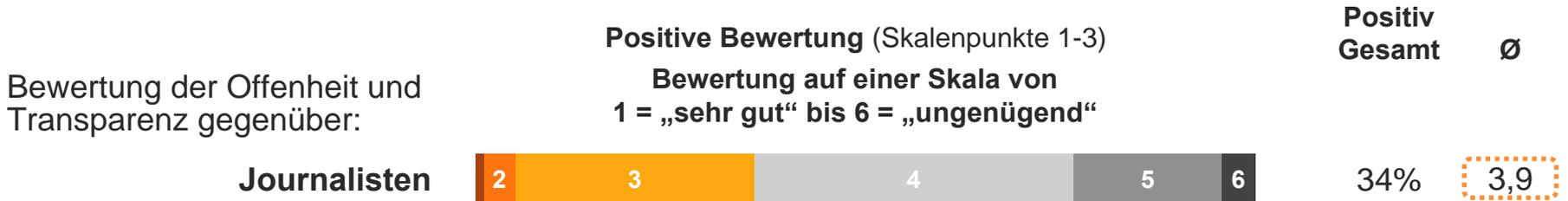
# Bewertung Maßnahmen zur Eindämmung der Gefahr von Finanzkrisen

Bewertung auf einer Skala von 1 = „sehr wichtig“ bis 6 = „gar nicht wichtig“



# Einschätzung der Offenheit und Transparenz von Banken

Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe



Veränderung von Offenheit und Transparenz in der Imagekrise gegenüber:



Fehlende Werte zu 100%: keine Angabe

Bewertung auf einer Skala von 1 für „stimme voll und ganz zu“ bis 6 für „stimme gar nicht zu“

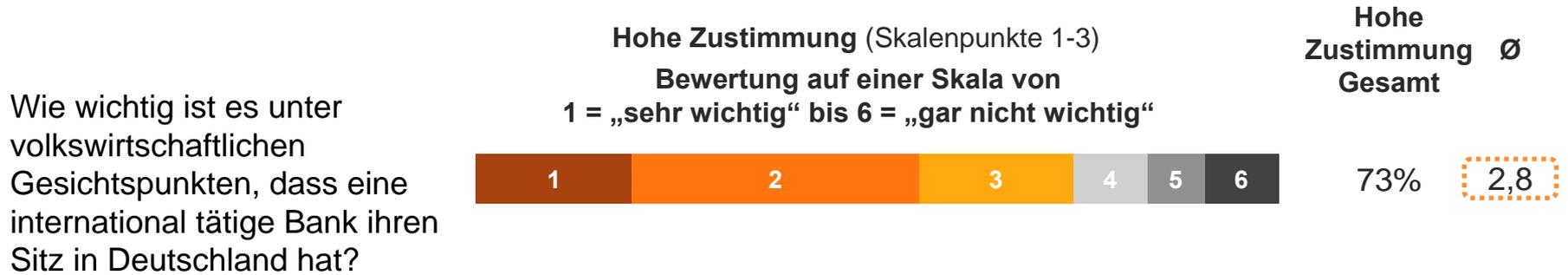
	Hohe Zustimmung (Skalenpunkte 1-3)	Hohe Zustimmung Gesamt	Ø
Die meisten Topmanager zeigen in der Öffentlichkeit nach wie vor wenig Bereitschaft, zu Ihrer Verantwortung für und in der Krise zu stehen.		84%	2,5
Thema interner Kulturwandel der Banken ist eher eine kommunikative Beruhigungsmaßnahme für Öffentlichkeit, als dass tatsächlich etwas passiert.		77%	2,5
Gegenüber Kunden haben Banken ihre Marketingstrategie kaum geändert und machen in erster Linie weiterhin hohe Rendite- / Zinsversprechen.		73%	2,8
Einige Banken nutzen verstärkt externe Berater, um für die Bank und ihr Topmanagement Imagepflege auch bei Journalisten zu betreiben.		57%	3,1
Die Banken haben in der Kommunikation mit den Kunden reagiert und versuchen, durch mehr Transparenz Vertrauen zurückzugewinnen.		48%	3,6
Es hat klare Signale von Topmanagern zur Verantwortungsübernahme für die Krise gegeben, um das Vertrauen in die Branche zu stärken.		33%	4,2

Bewertung auf einer Skala von 1 für „stimme voll und ganz zu“ bis 6 für „stimme gar nicht zu“

	Hohe Zustimmung (Skalenpunkte 1-3)	Hohe Zustimmung Gesamt	Ø
Die Errichtung einer zentralen europäischen Bankenaufsicht für die Eurozone ist eine sinnvolle Maßnahme.		89%	2,1
Die teilweise Deckelung von Managergehältern und Boni ist ein richtiger Schritt zukünftig vergleichbaren Krisen entgegenzuwirken.		70%	3,0
Eine Deckelung von Managergehältern und Boni ist lediglich eine populistische Maßnahme.		64%	3,0
Das starke Engagement des Staates bis hin zur Verstaatlichung von Banken war und ist unumgänglich zur Rettung des Finanzsystems.		60%	3,2
Die Bemühungen der Banken um internen Kulturwandel sind vielfach schon weit vorangekommen.		30%	4,0

# Einschätzung volkswirtschaftliche Bedeutung einer international tätigen Bank

Fehlende Werte zu 100%: weiß nicht / keine Angabe



# Einschätzungen zum Phänomen Industrie- bzw. B2B-Banken

Bewertung auf einer Skala von 1 für „stimme voll und ganz zu“ bis 6 für „stimme gar nicht zu“

	Hohe Zustimmung (Skalenpunkte 1-3)	Hohe Zustimmung Gesamt	Ø
Der Trend zu Bankgründungen im und für den Industrie- bzw. Business-to-Business-Bereich wird noch zunehmen.		87%	2,1
Die mögliche Konkurrenz von Industriebanken wird klassische Banken mit Blick auf das Thema Kreditvergabe zu umfassenderen Reaktionen veranlassen.		76%	2,9
Der Trend zu Industriebanken ist eine notwendige Reaktion von Unternehmen, die sich diese Option leisten können.		74%	2,7
Die Banken haben den Trend zu Industriebanken mit hoher Priorität auf dem Schirm und werden versuchen entsprechend gegenzusteuern.		65%	3,1
Für klassische Universalbanken stellen Industriebanken keine nennenswerte Konkurrenz dar.		58%	3,1

# Com.X

Institut für  
Kommunikations-Analyse & Evaluation  
Ehrenfeldstr. 34  
D-44789 Bochum

Tel +49 (0) 234 - 325 08 30  
Fax +49 (0) 234 - 325 08 31

[www.comx-forschung.de](http://www.comx-forschung.de)  
[com.X@comx-forschung.de](mailto:com.X@comx-forschung.de)



## Studie “Journalisten-Trends 2014“

Die **Banken** im Fokus von  
Finanz- und Wirtschaftsjournalisten

Durchgeführt von

**com.X** in Kooperation mit **prmagazin**

Sonderdruck aus prmagazin 01/2015

# ES BLEIBT DÜSTER

Wohl keine Branche bezog in den vergangenen Jahren so viel Prügel wie die **Banken**. Warum sie einfach nicht aus dem Imagetief herauskommt, zeigt Ausgabe 13 der 2001 gestarteten Langzeitstudie **Journalisten-Trends** von **prmagazin** und **com.X**.

TEXT: Christina Ullrich

Seit die Finanzkrise 2008 nach Deutschland schwappte, sind die Privatbanken der Buhmann der Nation. Auch mehr als sechs Jahre später sieht es nicht so aus, als würde sich das bald ändern. Das bestätigte zuletzt eine Studie der Gesellschaft Public Relations Agenturen, die regelmäßig den Status der Vertrauensentwicklung in der deutschen Bevölkerung abfragt. In dem Index bildet die Finanzbranche das Schlusslicht.

Das Urteil von Wirtschafts- und Finanzjournalisten fällt nicht besser aus. Das zeigt die 13. Auflage der Langzeitstudie Journalisten-Trends, für die das prmagazin und das Bochumer Analyseinstitut com.X zum zweiten Mal nach 2009 die Banken in den Fokus nehmen. Zu den wesentlichen Ursachen für das Dilemma gehören in den Augen der in Telefoninterviews befragten 100 Medienvertreter fehlende Bereitschaft zu echtem Wandel sowie mangelnde Kommunikation gegenüber Journalisten und Öffentlichkeit. Einige zentrale Ergebnisse:

■ **Die meisten Topmanager zeigen in der Öffentlichkeit nach wie vor wenig Bereitschaft, zu ihrer Verantwortung für und in der Finanzkrise zu stehen.** Dieser Meinung sind 84 Prozent der befragten Journalisten (siehe **Abbildung 1**) – 14 Prozent weniger als in den Journalisten-Trends 2009, aber nach wie vor ein miserabler Wert.

■ **Ihr Bekenntnis zum Kulturwandel nehmen die Befragten den Banken nicht ab.** 77 Prozent halten das Thema eher für eine

kommunikative Beruhigungsspielle (siehe **Abbildung 1**). Dabei besteht gerade hier Handlungsbedarf, wie sich an anderer Stelle zeigt: Neun von zehn Befragten halten das Bemühen um internen Kulturwandel für eine wichtige Maßnahme gegen Finanzkrisen.

■ **Auch mit Blick auf die Kunden fällt das Urteil kritisch aus.** Zwar sind 48 Prozent der Meinung, die Banken versuchten, durch mehr Transparenz in der Kundenkommunikation Vertrauen zurückzugewinnen – 14 Prozent mehr als in den Trends 2009.

meinen, die Banken seien gegenüber Journalisten im Lauf der Imagekrise offener und transparenter geworden.

■ **Die Pressearbeit der Banken geht an den Bedürfnissen der Medien oft vorbei.** Den Befragten zufolge klaffen teils große Lücken zwischen der Bedeutung von Themen und der Qualität der Informationen, die die Banken dazu zur Verfügung stellen (siehe **Abbildung 3**). Besonders folgenreich dürfte sein, dass das auch für die Topthemen der Journalisten gilt: Euro- und

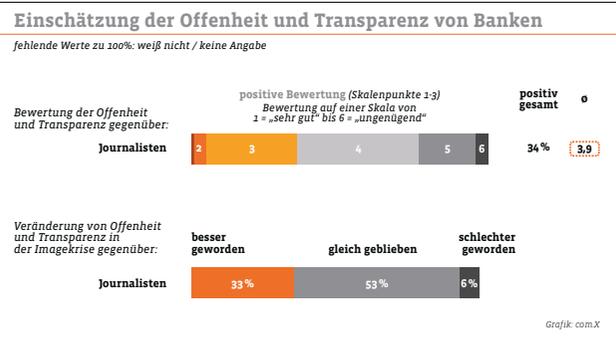
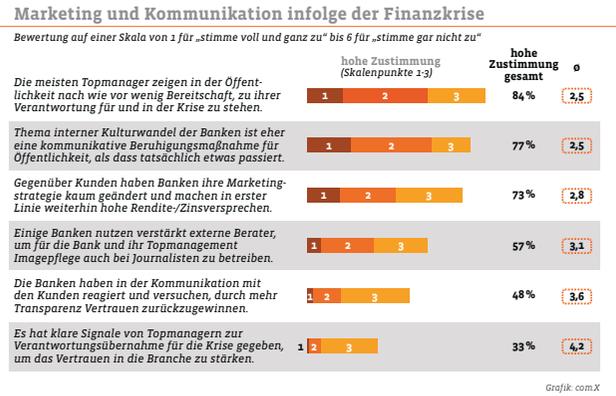
## Die meisten Journalisten halten das Thema Kulturwandel für eine kommunikative Beruhigungsspielle.

Zugleich sagen aber 73 Prozent, die Häuser hätten ihre Marketingstrategie kaum geändert und machten weiter hohe Zins- und Renditeversprechen (siehe **Abbildung 1**).

■ **In puncto Transparenz und Offenheit gegenüber Journalisten bekommen die Banken unverändert schlechte Noten.** 2009 lief das auf eine Vier (Schulnotenskala) hinaus, in den aktuellen Journalisten-Trends auf eine 3,9 (siehe **Abbildung 2**). Nur ein Drittel der Befragten bewertet die Institute in dieser Hinsicht positiv. Genauso wenige

Staatsschuldenkrise, politische Regulierung der Finanzmärkte und Bankenaufsicht. Umgekehrt bei Geschäftszahlen, Geschäftsentwicklung und Prognosen: Das Thema steht in puncto Relevanz nur auf Platz acht, die Informationsqualität dazu wird deutlich höher bewertet. Nahezu deckungsgleich sind Bedeutung und Informationsqualität nur bei dem aus Sicht der Medienvertreter vierwichtigsten Thema: Produkte (Wertpapiere, Kredite, Fonds usw.). Immerhin lässt sich zu 2009 eine Verbesserung feststellen: Damals ging die Schere zwischen

Die genauen Zahlen sowie weitere Ergebnisse und Grafiken finden Sie unter [www.comx-forschung.de](http://www.comx-forschung.de).

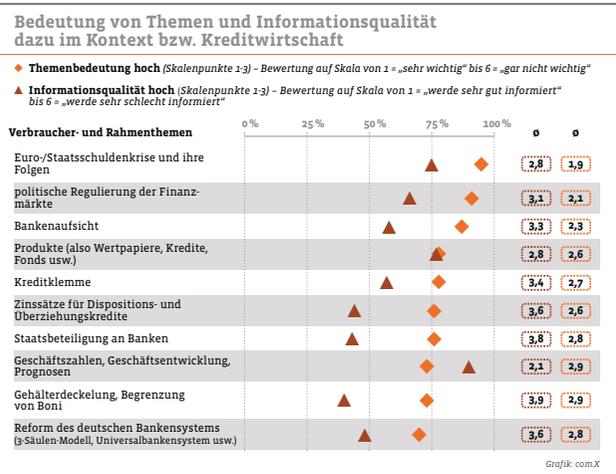


Relevanz und Infoqualität vielfach noch weiter auseinander.

**Trotz aller Kritik:** Bei der offenen Frage nach guter Pressearbeit liegen Commerzbank und Deutsche Bank gleich hinter den Sparkassen und vor den Volks- und Raiffeisenbanken. Und geht es darum, von sich aus Experten als Gesprächspartner anzubieten, gelten die beiden Häuser als am aktivsten. Womöglich hängt diese positive Wahrnehmung auch mit der Präsenz der CEOs zusammen: Für 85 Prozent der Befragten ist Deutschbanker Jürgen Fitschen in Medien und Öffentlichkeit stark sichtbar, gefolgt von Co-Chef Anshu Jain (76 Prozent) und Commerzbank-CEO Martin Blessing (75 Prozent). Generell begrüßen es die Journalisten, wenn hohe Unternehmensvertreter Gesicht zeigen.

Fragt man gezielt nach der Pressearbeit bestimmter Häuser, bleibt die Commerzbank auf Platz eins. Die Deutsche, 2009 Spitzenreiter, rutscht auf Platz fünf, hinter ING-DiBA, KfW und Deka Bank. Im direkten Vergleich könnten sich die diversen Krisen niederschlagen, die den Marktführer seit Jahren beschäftigen.

Übrigens vertrauen einige Branchenvertreter offenbar weniger als früher darauf, dass sie ihre Probleme mit Bordmitteln in den Griff bekommen: Der Aussage, einige Banken nutzen verstärkt externe Berater, um für die Bank und ihre Topmanager Imagepflege zu betreiben, stimmten 57 Prozent der Journalisten zu. <<



## Studie „Journalisten-Trends 2009“

Banken im Fokus von Finanz- und Wirtschaftsjournalisten

Durchgeführt von

com.X in Kooperation mit prmagazin

Sonderdruck aus *prmagazin* 12/2009



Journalisten-Trends

Wirtschafts- und Finanzjournalisten  
geben den Banken für ihre Pressearbeit  
unterdurchschnittliche Noten.

# Gedrückte Stimmung

Stellenabbau, Konsolidierung, Boni, Verbraucherschutz, Systemreform: Welche Themen dominierten im Jahr der Krise die Medienagenda? Wie gut machten die Kommunikationsmanager der deutschen Banken ihren Job? Für die neunte Auflage der Langzeitstudie Journalisten-Trends bat *prmagazin* und com.X Finanz- und Wirtschaftsjournalisten um ihre Meinung.

Sparer erwarten zu Recht eine gut verschlossene Bank. Journalisten wünschen Offenheit und Transparenz – von der PR der Institute. Und war nicht Ende 2008 „Vertrauen“ eins der am meisten strapazierten Zauberwörter zur Überwindung der Finanzkrise?

Vertrauen setzt Offenheit und Transparenz gegenüber Kunden und Öffentlichkeit voraus. Und gerade in diesem Punkt hat die Branche aus

Sicht von Finanz- und Wirtschaftsjournalisten Probleme. In der neunten Auflage der Journalisten-Trends von *prmagazin* und com.X geben sie den deutschen Banken dafür im Durchschnitt nur eine glatte Vier (auf einer Sechskerskala von „sehr gut“ bis „ungenügend“.) Die Finanzspezialisten unter den Befragten greifen sogar noch eine halbe Note tiefer. Etwas mehr als ein Viertel erkennt zwar eine Verbesserung seit Krisenbeginn,

jedoch bemängeln fast ebenso viele eine Verschlechterung.

Nicht viel besser sieht es bei der Kundenkommunikation aus. Der Aussage, dass die Banken versuchen, durch mehr Transparenz Vertrauen zurückzugewinnen, stimmt nur ein Drittel der Befragten zu (siehe **Abbildung 1**). Stattdessen versprechen die Institute – wie vor der Krise – hohe Renditen und Zinsen. Zur gleichen Einschätzung kam im Oktober

### Journalisten-Trends

ber beispielsweise die Rolle von Topkommunikationsberater Norbert Essing durchaus ein Thema für die Medien. Er unterstützt den als öffentlichkeitscheu geltenden LBBW-Vorstandschef Hans-Jörg Vetter. Anlass der Berichterstattung war der Ausschluss von Medienvertretern von einer Pressekonferenz zur Restrukturierung der LBBW.

Die besten Noten für ihre Pressearbeit bekommt die Deutsche Bank –

nicht nur bei vorgegebenen Antwortmöglichkeiten, sie wird auch zuerst genannt, wenn ohne Vorgabe nach Banken mit guter PR gefragt wird (siehe **Abbildung 2**).

Von den größten deutschen Instituten kommt ohne Antwortvorgabe sonst nur die Commerzbank gut weg. Relativ gut schneiden dagegen die Sparkassen und Volks- beziehungsweise Genossenschaftsbanken ab – womöglich auch ein Indiz, dass

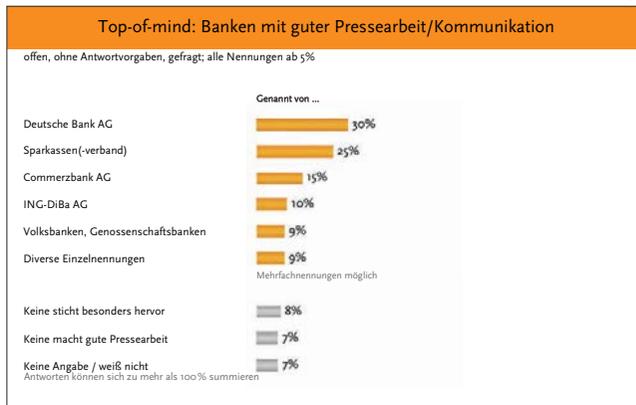
Abbildung 1



Quelle (9 Grafiken): com.X Institut

Basis: 100 Journalisten; Angaben in % der Befragten und Mittelwerte

Abbildung 2



dieses Jahres die Bankkundenstudie „Quo vadis Banken? – Rezepte für die Zeit nach 2009“ des Marktforschungsinstituts facit (Serviceplan-Gruppe).

**Klare Signale** des Spitzenmanagements, Verantwortung für die Krise zu übernehmen, wären ein richtiger Schritt, das Vertrauen in die Branche zu stärken – dieser Aussage stimmt die klare Mehrheit der Journalisten zu (siehe **Abbildung 1**). Eine fast genauso große Mehrheit meint jedoch zugleich, die meisten Topführungskräfte zeigten wenig Bereitschaft, diese Verantwortung zu übernehmen. Finanzspezialisten urteilen in diesem Punkt besonders scharf.

Dass Bankmanager zur eigenen Imagepflege derzeit verstärkt auf externe Hilfe zurückgreifen, gilt anscheinend nicht als allzu wichtiges Phänomen – so jedenfalls kann man die eher mittelmäßige Zustimmung zur entsprechenden Aussage interpretieren. Dabei war Anfang Okto-

### Journalisten-Trends



Abbildung 3

sie hinsichtlich der Krise weniger in der Kritik stehen.

Insgesamt bekommen die Banken für ihre Pressearbeit, verglichen mit anderen Wirtschaftszweigen, die Gegenstand der Journalisten-Trends oder von com.X-Kundenstudien waren, unterdurchschnittliche Noten (siehe **Abbildung 3**). Dabei hatten auch früher untersuchte Branchen mit Problemen zu kämpfen.

Besonders interessant ist ein Blick auf eine com.X-Studie für die Allianz aus dem Jahr 2002 (Verwendung der Daten genehmigt). Von den sechs da-

mals bewerteten Instituten konnte nur die Deutsche Bank ihr Niveau halten. Die Pressearbeit von Commerzbank (Durchschnittsnote 2002: 2,4), KfW (2,7), Dresdner (2,8), Bayerischer Hypo- und Vereinsbank (2,6) sowie Bayerischer Landesbank (3,2) kommt 2009 zum Teil deutlich schlechter weg.

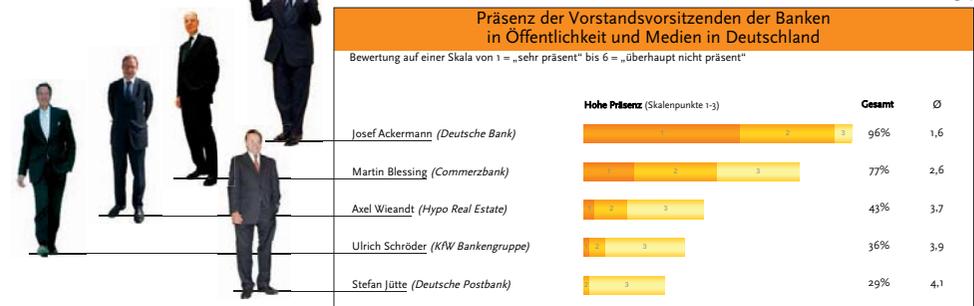
Interessant dabei ist, dass Journalisten die PR der kommunikativ weniger präsenten Häuser meist für schlechter halten. Auch Probleme – hier die Rolle der Institute in der Finanzkrise – schlagen oft stark auf

die Bewertung der PR durch. Ein Hinweis auf die Grenzen von Kommunikation, hängen doch wirtschaftliche Schwierigkeiten und schlechte PR nicht zwangsläufig zusammen. Schon in den Vorjahresstudien war dieser Sachverhalt zu beobachten.

Wie schlecht das Urteil der Medienvertreter über die Kommunikation der Banken ausfällt, unterstreicht der Vergleich mit den Journalisten-Trends zur Automobilindustrie im vergangenen Jahr (siehe „Angezogene Handbremse“ in *prmagazin* 12/2008, Seiten 34-39). Spitzenreiter Deutsche Bank hätte es mit 30 Prozent Top-of-mind-Nennungen im Ranking der Fahrzeughersteller nur auf Rang vier und die Commerzbank mit 15 Prozent auf Rang sechs geschafft.

**Die stärkste Präsenz.** „wenn es um das Entstehen für Unternehmensbelange oder allgemeine Themen des Bank- und Kreditwesens geht“, zeigt aus Journalistensicht mit deutlichem Abstand Deutsche-Bank-Chef Josef Ackermann (siehe **Abbildung 4**). Die Wertung von 1,6 ist sogar die höchste, die com.X bisher in den Journalisten-Trends gemessen hat. Und sie dürfte ein Grund auch für die gute Beurteilung der PR des Frankfurter Branchenprimus sein. Bei Martin Blessing und der Commerzbank ist ein ähnlicher Zusammenhang erkennbar.

Abbildung 4



## Journalisten-Trends

Gemessen an der schlechten Note für die PR der mittlerweile verstaatlichten HRE, schneidet deren Chef Axel Wieandt relativ gut ab: Möglicherweise wird sein Eintritt ins Institut vor rund einem Jahr als „Retter in der Krise“ honoriert. Und das obwohl Wieandt in den Medien auch schon Kritik erntete – für „Sonderzahlungen“ aufs eigene Konto, womit er die Gehälterdeckung umgehe, die für staatlich gestützte Banken vereinbart wurde.

**Eklant ist die Kluft** zwischen der hohen Bedeutung, die Journalisten manchen Themen beimessen, und der Qualität der Informationen, die Banken und ihre Verbände dazu liefern, so die Kritiker (siehe **Abbildung 5**). Die Diskrepanz ist die höchste, die com.X bisher bei Journalisten-Trends ermittelte. Besonders groß ist sie in den aktuellen Trends bei den Themen Anlegerberatung beziehungsweise -schutz, Bankenaufsicht, Kreditklemme und vor allem Gehälterdeckung. Das könnte eine weitere Erklärung für die unterdurchschnittliche Bewertung der Branchen-PR sein. Die kleinste Lücke klapft bei weniger wichtigen, vor allem Produkt- und Corporate-Themen.

Ohne Antwortvorgabe stufen die Medienvertreter die Themen Anlegerberatung und Kreditklemme als vorrangig ein. Wobei das Thema Kreditklemme (40 Prozent der Nennungen) vor Anlegerschutz (30 Prozent) rangiert, während Bankenaufsicht deutlich nachrangig ist.

**Wichtige Recherchequellen** sind derzeit die Verbraucherschutzorganisationen und Wirtschaftsforschungsinstitute beziehungsweise Universitäten – sowohl in der offenen (siehe **Abbildung 6**) als auch in der gestützten Abfrage (siehe **Abbildung 7**, Seite 24). Angesichts der von den Journalisten genannten Topthemen erstand das nicht. Beachtlich ist die Platzierung der Branchenverbände, die in der Top-of-mind-Wertung sogar klar am häufigsten genannt werden – ein Beleg für die Bedeutung der Organisationen in der Finanzwirtschaft.

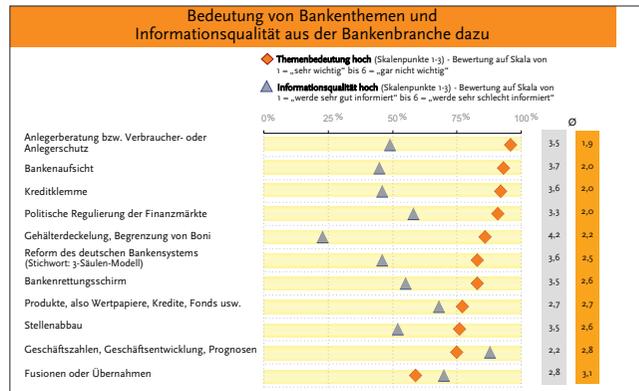


Abbildung 5



Abbildung 6

Die Hauptschuld an der Finanzkrise lasten die Studienteilnehmer Bankern und Politikern an, als Gründe gelten das Versagen der Bankenaufsicht und das Profitstreben der Bankmanager (siehe **Abbildung 8**, Seite 24). Ähnlich hohe Zustimmung bekommt die Aussage, dass die Politik, die sich in der Krise als Retter zu profilieren versucht, selbst erhebliche Mitschuld daran trägt. Erstaunlich, dass es ihr trotz-

dem recht gut gelingt, sich in den Medien als Retter zu inszenieren.

Private Anleger und Kreditnehmer sehen die Befragten nur teilweise in der Verantwortung – sei es aus Blauäugigkeit oder irrealen Gewinnstreben. Ähnlich viele Journalisten erkennen eine Teilschuld der Medien, etwa wegen des Hypes um risikoreiche Anlagen oder Geschäftsstrategien der Banken: Sichere Anlagen wurden in der Berichterstattung schnell zu

## Journalisten-Trends

Abbildung 7

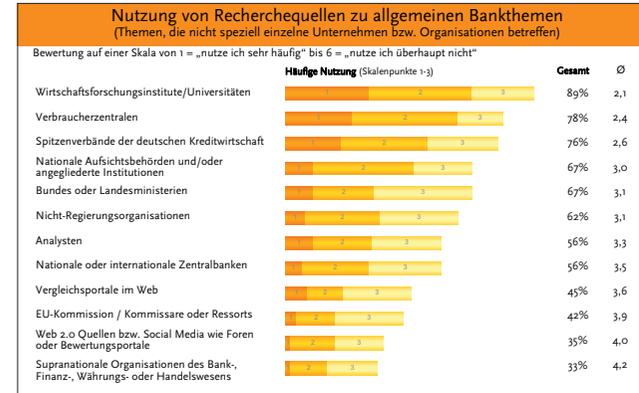
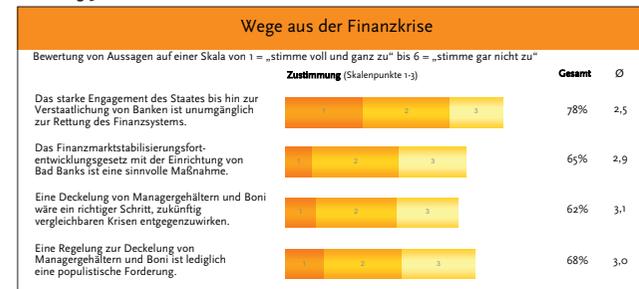


Abbildung 8



Abbildung 9



„Omas langweiligem Sparstrumpf“, Börsenbarometer zum „Pflichtprogramm“ wie der Wetterbericht.

Dass die Finanzkrise nicht vorhersehbar war und somit die deutschen Banken keine Mitschuld trifft, denkt nur eine Minderheit der Medienvertreter. Auch Globalisierungseffekte lassen sie höchstens zum Teil als Entschuldigung gelten (siehe **Abbildung 8**).

**Das Engagement** des Bundes zur Bankenrettung – mit dem Extrem Verstaatlichung – halten mehr als drei Viertel der Befragten für unumgänglich (siehe **Abbildung 9**). Finanzjournalisten äußern sich kritischer: Nur knapp zwei Drittel von ihnen betrachten das Eingreifen der Regierung als unausweichlich. Über die Gründe kann man nur spekulieren: Setzen hier einige – neoliberal – auf Flurbereinigung und Selbstregulierung des Markts? Oder sieht man – moralisch – die Banken als Hauptschuldige allein in der Pflicht zu handeln?

Konkrete Maßnahmen des Gesetzgebers, wie das „Finanzmarktstabilisierungsfortentwicklungsgesetz“ mit der Einrichtung von Bad Banks, erachten zwar fast zwei Drittel der Journalisten als sinnvoll, kritische Stimmen sind aber nicht zu überhören. Erneut fällt die Zustimmung bei den Finanzspezialisten niedriger aus (58 Prozent).

**Fast genauso viel** Zustimmung erhält die viel diskutierte Deckelung von Managergehältern zur Vermeidung künftiger Krisen. Gleichzeitig wittern viele Medienvertreter indes auch Populismus – besonders wenn Politiker das Thema diskutieren, denn einen politischen Systemwechsel befürworten die meisten von ihnen nicht. Letztlich liegt die Höhe des Gehalts, das ein privatwirtschaftliches Unternehmen seinen Angestellten zahlt, in dessen eigenem Ermessen. Und egal, ob es um Vorstandschefs oder Fußballprofis geht: Es kann irreal viel Geld auch für schlechte Leistung sein.

Ricarda Delasaue/Thomas Quast ■

## Journalisten-Trends 2009

Die Langzeitstudie des com.X Instituts in Kooperation mit dem *prmagazin* ermittelt seit 2001 jährlich anhand unterschiedlicher Themen und Branchen aktuelle Tendenzen zur Wechselwirkung von PR und Journalismus. 2009 im Fokus: die Banken.

### Konzeption und Durchführung

com.X Institut für Kommunikations-Analyse und Evaluation

### Methode

15-minütige Telefoninterviews mit geschlossenen und offenen Fragen (ungestützt, ohne Antwortvorgaben)

### Zeitraum Feldphase

16. bis 29. Oktober 2009

### Befragte

100 Finanz- und Wirtschaftsredakteure von:

- > Tages-, Wochen- und Wirtschaftszeitungen/-zeitschriften sowie Nachrichtenagenturen (34)
- > Onlineredaktionen vorgeannter Medien und weiteren bedeutenden Onlineredaktionen (3)
- > lokalen/regionalen Zeitungen (7)
- > überregionalen TV-/Radiosendern (12)
- > lokalen/regionalen TV-/Radiosendern (24)
- > Freie ohne spezifische Medienzuordnung (20)

### Bezugsquelle der Gesamtstudie

Die Studie mit vielen weiteren Details ist erhältlich als Download unter [www.comx-forschung.de](http://www.comx-forschung.de).  
Fragen beantwortet Thomas Quast unter Telefon 0234/3250830.

### Themen der Vorjahre

**2001** Lebensmittelbranche

Teil 1: *prmagazin* 8/2001, Seiten 30-36

Teil 2: *prmagazin* 9/2001, Seiten 26-29

**2002** IT- und Telekommunikationsbranche

Teil 1: *prmagazin* 7/2002, Seiten 22-29

Teil 2: *prmagazin* 9/2002, Seiten 36-39

**2003** Gesundheitsbranche

Teil 1: *prmagazin* 7/2003, Seiten 52-57

Teil 2: *prmagazin* 9/2003, Seiten 42-47

**2004** Medienbranche

Teil 1: *prmagazin* 7/2004, Seiten 56-60

Teil 2: *prmagazin* 9/2004, Seiten 54-58

**2005** Wissenschaft (Einsteinjahr)

Teil 1: *prmagazin* 8/2005, Seiten 48-53

Teil 2: *prmagazin* 10/2005, Seiten 62-65

**2006** Fußball-WM und Sportsponsoring

Teil 1: *prmagazin* 7/2006, Seiten 32-36

Teil 2: *prmagazin* 8/2006, Seiten 28-33

**2007** Energiebranche

Teil 1: *prmagazin* 10/2007, Seiten 24-28

Teil 2: *prmagazin* 11/2007, Seiten 36-41

**2008** Automobilbranche

Teil 1+2: *prmagazin* 12/2008, Seiten 34-39

## com.X Institut – Forschung und Beratung

Die Studie „Journalisten-Trends“ wurde vom com.X Institut entwickelt. Seit 1998 steht das Team um Nicole Warthun und Thomas Quast für Forschung und Beratung rund um Programme, Kommunikation und PR. com.X ist für Ministerien, Unternehmen, Verbände, Initiativen und Agenturen verschiedener Größenordnung und Branchen tätig. Zu den Forschungs- und Beratungsschwerpunkten der Bochumer gehören die Evaluation öffentlich geförderter (Kommunikations-) Programme und -kampagnen, PR-Evaluation, Erfolgskontrolle von Sponsoring und CSR, Mitarbeiterbefragungen sowie Stakeholder- und Journalistenstudien. ■



com.X-Geschäftsführer Nicole Warthun und Thomas Quast sowie Mitautorin und Leiterin Datenauswertung Ricarda Delasauce (von links).

### com.X

Institut für Kommunikations-Analyse und Evaluation, Ehrenfeldstraße 34, 44789 Bochum

Tabellenteil

## INHALT

Frage Nr.	Offene:	Seite
1	Wichtige Themen im Kontext Banken bzw. Kreditwirtschaft - offene Frage	1
2	Wichtige/Interessante Themen (gestützt)	2
3a	Top-of-Mind Banken mit guter Pressearbeit (ungestützt)	7
3b	Top-of-Mind Banken mit gutem Expertenangebot (ungestützt)	8
4	Bewertung Pressearbeit vorgegebener Banken	9
5	Bewertung Präsenz vorgegebener Vorstandsvorsitzender von Banken	14
6	Einschätzung zur Präsenz von Vorständen	17
7	Informationsqualität zu wichtigen/interessanten Themen	19
8a	Maßnahmen zur Eindämmung der Gefahr von Finanzkrisen (ungestützt)	24
8b	Maßnahmen zur Eindämmung der Gefahr von Finanzkrisen (gestützt)	25
9a	Einschätzung zur Transparenz der Banken	30
9b	Mögliche Veränderung der Transparenz seit der Finanzkrise	30
10	Einschätzungen zum Verhalten der Banken infolge der Finanzkrise	31
11	Bank mit aktivem und sichtbarem Wandel?	37
12	Volkswirtschaftliche Bedeutung einer international tätigen Bank	38
13	Einschätzungen zum Phänomen Industrie- bzw. B2B-Banken	39
Anhang:	Fragebogen	

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F1: Welche Themen finden Sie als Journalist im Kontext Banken bzw. Kreditwirtschaft besonders wichtig oder interessant?

Offene Frage, Antworten kategorisiert, Mehrfachnennungen möglich

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
Verbraucherrelevante Themen	64	64	71	44	61	69	69	64	66	68	60	62	66	65	62
Politische Regulierung der Finanzmärkte	31	36	24	44	24	38	46	32	31	46	21	34	28	34	19
Geschäftszahlen, Geschäftsentwicklung, Prognosen	27	24	24	44	26	19	31	32	28	29	26	26	28	28	24
Euro-/Staatschuldenkrise und ihre Folgen	26	33	22	25	30	13	23	28	31	18	28	24	28	27	24
Produkte, also Wertpapiere, Kredite, Fonds usw.	21	24	22	13	24	19	23	16	17	25	21	22	20	20	24
Mittelstadts- / Unternehmensfinanzierung	16	15	18	13	30	13	0	0	0	7	33	16	16	16	14
Kreditklemme	5	9	0	13	2	13	8	4	7	7	2	6	4	6	0
Gehälterdeckelung, Begrenzung von Boni	5	3	6	6	4	6	0	8	3	7	5	4	6	6	0
Zinssätze für Dispositions- und Überziehungskredite	4	6	2	6	2	0	0	12	10	0	2	0	8	5	0
Bankenaufsicht	4	3	4	6	0	13	0	8	7	7	0	6	2	3	10
Reform des deutschen Bankensystems (3-Säulen-Modell, Universalbankensystem ...)	2	0	4	0	0	6	0	4	3	4	0	2	2	3	0
Sonstige	12	6	14	19	11	13	15	12	10	14	12	12	12	13	10

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F2: Ich nenne Ihnen jetzt einige Themen. Bitte sagen Sie uns, wie wichtig diese Themen für die Berichterstattung über Banken Ihrer Ansicht nach sind.

**Bankenaufsicht**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	24	33	16	31	15	44	15	32	21	39	16	26	22	25	19
2	41	39	43	38	41	38	46	40	45	39	40	38	44	39	48
3	22	15	25	25	22	19	31	20	28	14	23	18	26	23	19
4	9	12	8	6	15	0	0	8	3	7	14	14	4	9	10
5	2	0	4	0	4	0	0	0	0	0	5	2	2	1	5
6 = gar nicht wichtig	2	0	4	0	2	0	8	0	3	0	2	2	2	3	0
Keine Angabe/ weiß nicht	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert	2,3	2,1	2,5	2,1	2,6	1,8	2,5	2,0	2,3	1,9	2,6	2,3	2,3	2,3	2,3

F2: Ich nenne Ihnen jetzt einige Themen. Bitte sagen Sie uns, wie wichtig diese Themen für die Berichterstattung über Banken Ihrer Ansicht nach sind.

**Euro-/ Staatsschuldenkrise und ihre Folgen**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	40	39	39	44	28	38	54	56	52	46	28	40	40	42	33
2	36	30	37	44	41	44	31	24	28	39	40	36	36	34	43
3	19	24	18	13	24	13	15	16	17	11	26	18	20	20	14
4	3	3	4	0	2	6	0	4	3	4	2	4	2	4	0
5	2	3	2	0	4	0	0	0	0	0	5	2	2	0	10
6 = gar nicht wichtig	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Keine Angabe/ weiß nicht	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert	1,9	2,0	1,9	1,7	2,1	1,9	1,6	1,7	1,7	1,7	2,2	1,9	1,9	1,9	2,1

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F2: Ich nenne Ihnen jetzt einige Themen. Bitte sagen Sie uns, wie wichtig diese Themen für die Berichterstattung über Banken Ihrer Ansicht nach sind.

**Gehälterdeckelung, Begrenzung von Boni**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	10	9	10	13	7	6	15	16	14	11	7	8	12	9	14
2	31	21	33	44	28	38	38	28	34	36	26	40	22	30	33
3	31	39	29	19	28	31	31	36	31	36	28	24	38	33	24
4	16	24	10	19	20	19	0	16	10	14	21	14	18	15	19
5	6	3	8	6	7	6	8	4	7	4	7	6	6	6	5
6 = gar nicht wichtig	5	3	8	0	9	0	8	0	3	0	9	6	4	6	0
Keine Angabe/ weiß nicht	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	0	5
Mittelwert	2,9	3,0	3,0	2,6	3,2	2,8	2,7	2,6	2,7	2,6	3,2	2,9	3,0	3,0	2,7

F2: Ich nenne Ihnen jetzt einige Themen. Bitte sagen Sie uns, wie wichtig diese Themen für die Berichterstattung über Banken Ihrer Ansicht nach sind.

**Politische Regulierung der Finanzmärkte**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	32	33	29	38	26	44	38	32	28	46	26	36	28	32	33
2	39	45	41	19	48	25	23	40	38	25	49	40	38	44	19
3	20	9	24	31	13	25	31	24	31	21	12	14	26	16	33
4	6	6	4	13	9	6	8	0	3	4	9	6	6	5	10
5	3	6	2	0	4	0	0	4	0	4	5	4	2	3	5
6 = gar nicht wichtig	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Keine Angabe/ weiß nicht	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert	2,1	2,1	2,1	2,2	2,2	1,9	2,1	2,0	2,1	1,9	2,2	2,0	2,2	2,0	2,3

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F2: Ich nenne Ihnen jetzt einige Themen. Bitte sagen Sie uns, wie wichtig diese Themen für die Berichterstattung über Banken Ihrer Ansicht nach sind.

**Geschäftszahlen, Geschäftsentwicklung, Prognosen**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	9	6	12	6	11	13	8	4	3	11	12	12	6	8	14
2	33	30	35	31	35	31	23	36	31	36	33	30	36	34	29
3	31	33	29	31	35	19	31	32	34	21	35	32	30	33	24
4	17	21	14	19	11	25	15	24	28	14	12	14	20	18	14
5	7	6	6	13	4	13	23	0	3	14	5	8	6	4	19
6 = gar nicht wichtig	3	3	4	0	4	0	0	4	0	4	5	4	2	4	0
Keine Angabe/ weiß nicht	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert	2,9	3,0	2,8	3,0	2,8	2,9	3,2	2,9	3,0	3,0	2,8	2,9	2,9	2,9	3,0

F2: Ich nenne Ihnen jetzt einige Themen. Bitte sagen Sie uns, wie wichtig diese Themen für die Berichterstattung über Banken Ihrer Ansicht nach sind.

**Kreditklemme**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	13	18	14	0	22	13	8	0	3	7	23	14	12	14	10
2	35	24	43	31	41	31	38	24	31	29	42	32	38	32	48
3	28	27	18	63	20	25	23	48	34	36	19	28	28	30	19
4	13	15	16	0	4	13	31	20	28	14	2	12	14	13	14
5	6	9	6	0	7	13	0	4	3	7	7	8	4	6	5
6 = gar nicht wichtig	3	3	2	6	2	6	0	4	0	7	2	4	2	4	0
Keine Angabe/ weiß nicht	2	3	2	0	4	0	0	0	0	0	5	2	2	1	5
Mittelwert	2,7	2,8	2,6	2,9	2,4	3,0	2,8	3,2	3,0	3,1	2,3	2,8	2,7	2,8	2,6

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F2: Ich nenne Ihnen jetzt einige Themen. Bitte sagen Sie uns, wie wichtig diese Themen für die Berichterstattung über Banken Ihrer Ansicht nach sind.

**Zinssätze für Dispositions- und Überziehungskredite**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	21	27	16	25	13	25	38	24	31	21	14	14	28	22	19
2	36	33	33	50	28	38	46	44	45	39	28	38	34	35	38
3	19	15	22	19	24	6	15	20	17	11	26	18	20	22	10
4	13	6	22	0	17	25	0	4	3	18	16	12	14	11	19
5	7	15	2	6	11	6	0	4	0	11	9	10	4	5	14
6 = gar nicht wichtig	4	3	6	0	7	0	0	4	3	0	7	8	0	5	0
Keine Angabe/ weiß nicht	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert	2,6	2,6	2,8	2,1	3,0	2,5	1,8	2,3	2,1	2,6	3,0	2,9	2,3	2,6	2,7

F2: Ich nenne Ihnen jetzt einige Themen. Bitte sagen Sie uns, wie wichtig diese Themen für die Berichterstattung über Banken Ihrer Ansicht nach sind.

**Produkte, also Wertpapiere, Kredite, Fonds usw.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	14	27	8	6	22	13	0	8	7	7	23	18	10	14	14
2	37	36	37	38	37	50	31	32	28	50	35	38	36	35	43
3	26	21	27	31	13	25	62	32	41	29	14	22	30	27	24
4	16	6	20	25	20	6	0	24	21	7	19	14	18	18	10
5	4	3	6	0	4	0	8	4	3	4	5	4	4	3	10
6 = gar nicht wichtig	2	3	2	0	2	6	0	0	0	4	2	2	2	3	0
Keine Angabe/ weiß nicht	1	3	0	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0
Mittelwert	2,6	2,3	2,8	2,8	2,5	2,5	2,8	2,8	2,9	2,6	2,5	2,5	2,8	2,7	2,6

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F2: Ich nenne Ihnen jetzt einige Themen. Bitte sagen Sie uns, wie wichtig diese Themen für die Berichterstattung über Banken Ihrer Ansicht nach sind.

**Reform des deutschen Bankensystems (3-Säulen-Modell, Universalbankensystem...)**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	18	12	20	25	13	25	38	12	21	25	12	20	16	16	24
2	31	39	27	25	35	38	15	28	24	29	37	32	30	34	19
3	21	18	24	19	24	19	0	28	21	14	26	18	24	22	19
4	16	21	14	13	22	0	15	16	17	11	19	12	20	15	19
5	10	6	12	13	4	13	31	8	14	14	5	14	6	8	19
6 = gar nicht wichtig	4	3	4	6	2	6	0	8	3	7	2	4	4	5	0
Keine Angabe/ weiß nicht	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert	2,8	2,8	2,8	2,8	2,8	2,6	2,8	3,0	2,9	2,8	2,7	2,8	2,8	2,8	2,9

F2: Ich nenne Ihnen jetzt einige Themen. Bitte sagen Sie uns, wie wichtig diese Themen für die Berichterstattung über Banken Ihrer Ansicht nach sind.

**Staatsbeteiligung an Banken**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	8	3	12	6	9	19	8	0	3	11	9	10	6	6	14
2	36	48	27	38	35	31	15	52	41	29	37	36	36	37	33
3	32	27	37	25	35	38	31	24	31	36	30	28	36	33	29
4	14	15	12	19	13	13	23	12	7	21	14	14	14	13	19
5	8	6	8	13	9	0	8	12	10	4	9	8	8	10	0
6 = gar nicht wichtig	2	0	4	0	0	0	15	0	7	0	0	4	0	1	5
Keine Angabe/ weiß nicht	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert	2,8	2,7	2,9	2,9	2,8	2,4	3,5	2,8	3,0	2,8	2,8	2,9	2,8	2,9	2,7

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F3a: Und welche Bank macht aus Ihrer professionellen Sicht als Journalist besonders gute Pressearbeit und Kommunikation?

*Offene Frage, Antworten kategorisiert, Mehrfachnennungen möglich*

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
Commerzbank	23	15	29	19	26	25	23	16	14	29	26	20	26	24	19
Sparkassen	20	12	24	25	17	25	8	28	28	14	19	18	22	22	14
Deutsche Bank	19	24	18	13	24	13	15	16	10	21	23	22	16	15	33
Volks- und Raiffeisenbanken	13	6	16	19	9	13	23	16	24	7	9	8	18	15	5
Sparkassenverband	5	6	2	13	2	6	15	4	7	11	0	4	6	4	10
ING DiBa	4	6	4	0	7	6	0	0	0	4	7	2	6	5	0
Genossenschaftsbanken	3	0	4	6	2	0	0	8	3	4	2	4	2	4	0
Sonstiges (Einzelnennungen)	23	30	25	0	26	25	31	12	17	21	28	26	20	20	33
Überhaupt keine Bank	6	9	2	13	7	6	15	0	3	7	7	6	6	8	0
keine Angabe	12	9	14	13	13	13	8	12	14	7	14	12	12	11	14

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F3b: Gibt es Banken, die zu finanzwirtschaftlichen Fachthemen aktiv Experten als Gesprächspartner anbieten?

Offene Frage, Antworten kategorisiert, Mehrfachnennungen möglich

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
Commerzbank	16	6	22	19	15	19	8	20	14	21	14	10	22	18	10
Deutsche Bank	14	21	6	25	13	6	15	20	24	7	12	10	18	15	10
Sparkassen	11	6	12	19	7	6	15	20	24	4	7	12	10	11	10
Volks- und Raiffeisenbanken	8	0	12	13	2	6	15	16	21	4	2	8	8	9	5
Fast alle Banken machen das	5	12	2	0	11	0	0	0	0	4	9	6	4	5	5
Sparkassenverband	3	6	2	0	2	6	8	0	0	11	0	2	4	3	5
GLS Bank	3	0	2	13	2	6	0	4	0	7	2	6	0	1	10
Schwäbisch Hall	2	3	2	0	2	0	0	4	3	0	2	2	2	3	0
Postbank	2	0	2	6	2	0	0	4	3	0	2	2	2	3	0
ING DiBa	2	3	2	0	4	0	0	0	0	7	0	2	2	3	0
HSH Nordbank	2	0	4	0	4	0	0	0	0	0	5	4	0	3	0
HSBC Trinkaus & Burkhardt AG	2	3	2	0	2	0	8	0	0	4	2	0	4	1	5
Sonstige (Einzelnennungen)	18	9	25	13	20	19	15	16	10	21	21	18	18	20	10
Keine Angabe	47	55	43	44	48	50	54	40	41	46	51	50	44	47	48

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F4: Bitte bewerten Sie nun Pressearbeit und Kommunikation einiger deutscher Banken.

**Aareal Bank**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr gut	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	7	12	2	13	7	6	8	8	3	14	5	8	6	8	5
3	10	9	12	6	9	31	0	4	3	18	9	10	10	11	5
4	14	18	14	6	15	13	0	20	14	11	16	16	12	13	19
5	16	15	16	19	13	13	8	28	24	11	14	12	20	13	29
6 = ungenügend	11	3	16	13	15	0	23	4	14	4	14	12	10	9	19
Keine Angabe/ weiß nicht	42	42	41	44	41	38	62	36	41	43	42	42	42	47	24
Mittelwert	4,2	3,8	4,5	4,2	4,4	3,5	5,0	4,3	4,7	3,5	4,4	4,2	4,3	4,1	4,7

F4: Bitte bewerten Sie nun Pressearbeit und Kommunikation einiger deutscher Banken.

**Commerzbank**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr gut	8	9	10	0	13	6	8	0	0	7	14	8	8	9	5
2	37	27	39	50	35	44	23	44	34	46	33	38	36	37	38
3	28	30	24	38	24	31	23	36	31	32	23	32	24	24	43
4	9	9	8	13	7	0	23	12	21	0	7	4	14	11	0
5	5	6	6	0	7	6	8	0	3	4	7	4	6	4	10
6 = ungenügend	4	9	2	0	4	6	8	0	3	4	5	4	4	4	5
Keine Angabe/ weiß nicht	9	9	12	0	11	6	8	8	7	7	12	10	8	11	0
Mittelwert	2,8	3,0	2,6	2,6	2,7	2,7	3,3	2,7	3,0	2,5	2,7	2,7	2,8	2,7	2,9

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F4: Bitte bewerten Sie nun Pressearbeit und Kommunikation einiger deutscher Banken.

**Deka Bank**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr gut	2	3	2	0	2	6	0	0	0	4	2	2	2	3	0
2	28	30	22	44	37	25	31	12	14	32	35	32	24	29	24
3	31	33	31	25	26	31	8	52	38	32	26	30	32	33	24
4	14	9	18	13	15	19	15	8	10	14	16	8	20	10	29
5	6	6	6	6	4	0	8	12	14	0	5	2	10	6	5
6 = ungenügend	4	3	6	0	4	0	15	0	7	0	5	8	0	1	14
Keine Angabe/ weiß nicht	15	15	16	13	11	19	23	16	17	18	12	18	12	18	5
Mittelwert	3,1	2,9	3,3	2,8	3,0	2,8	3,6	3,2	3,5	2,7	3,0	3,0	3,1	2,9	3,6

F4: Bitte bewerten Sie nun Pressearbeit und Kommunikation einiger deutscher Banken.

**Deutsche Bank**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr gut	11	15	10	6	15	13	8	4	3	14	14	18	4	9	19
2	28	27	27	31	35	13	23	28	28	14	37	26	30	25	38
3	21	18	18	38	13	44	8	28	21	39	9	24	18	24	10
4	22	18	25	19	20	6	38	28	31	14	21	14	30	24	14
5	5	12	0	6	4	13	0	4	3	7	5	2	8	6	0
6 = ungenügend	4	0	8	0	4	6	8	0	3	4	5	6	2	1	14
Keine Angabe/ weiß nicht	9	9	12	0	9	6	15	8	10	7	9	10	8	10	5
Mittelwert	2,9	2,8	3,0	2,9	2,7	3,1	3,3	3,0	3,2	3,0	2,8	2,7	3,2	3,0	2,8

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F4: Bitte bewerten Sie nun Pressearbeit und Kommunikation einiger deutscher Banken.

**Deutsche Postbank**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr gut	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0
2	22	18	25	19	22	31	15	20	17	25	23	26	18	19	33
3	26	24	24	38	28	19	23	28	31	14	30	16	36	28	19
4	24	21	25	25	15	25	38	32	34	32	12	18	30	24	24
5	7	18	2	0	7	13	0	8	7	7	7	10	4	8	5
6 = ungenügend	3	0	6	0	7	0	0	0	0	0	7	4	2	3	5
Keine Angabe/ weiß nicht	17	18	16	19	20	13	23	12	10	21	19	24	10	18	14
Mittelwert	3,3	3,5	3,2	3,1	3,3	3,2	3,3	3,3	3,3	3,3	3,2	3,3	3,3	3,3	3,2

F4: Bitte bewerten Sie nun Pressearbeit und Kommunikation einiger deutscher Banken.

**DZ Bank**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr gut	3	6	0	6	2	0	0	8	3	4	2	2	4	4	0
2	16	18	20	0	20	19	0	16	10	21	16	20	12	19	5
3	29	24	29	38	24	31	31	36	34	32	23	32	26	27	38
4	17	24	14	13	24	0	8	20	21	0	26	8	26	15	24
5	6	9	4	6	2	19	8	4	7	11	2	2	10	8	0
6 = ungenügend	4	0	8	0	4	0	15	0	7	0	5	8	0	1	14
Keine Angabe/ weiß nicht	25	18	25	38	24	31	38	16	17	32	26	28	22	27	19
Mittelwert	3,3	3,1	3,3	3,2	3,2	3,3	4,1	3,0	3,5	2,9	3,3	3,2	3,3	3,1	3,8

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F4: Bitte bewerten Sie nun Pressearbeit und Kommunikation einiger deutscher Banken.

**ING-DiBa**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr gut	5	6	6	0	11	0	0	0	0	4	9	4	6	4	10
2	29	36	24	31	26	38	23	32	24	36	28	36	22	29	29
3	33	33	29	44	35	38	38	24	28	39	33	30	36	35	24
4	14	9	18	13	13	6	15	20	24	4	14	12	16	14	14
5	3	0	6	0	2	6	0	4	3	4	2	0	6	3	5
6 = ungenügend	2	0	4	0	2	0	0	4	3	0	2	2	2	0	10
Keine Angabe/ weiß nicht	14	15	14	13	11	13	23	16	17	14	12	16	12	15	10
Mittelwert	2,8	2,5	3,1	2,8	2,7	2,8	2,9	3,1	3,2	2,6	2,8	2,7	3,0	2,8	3,1

F4: Bitte bewerten Sie nun Pressearbeit und Kommunikation einiger deutscher Banken.

**KfW Bankengruppe**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr gut	6	3	10	0	7	6	0	8	3	7	7	8	4	6	5
2	39	39	33	56	43	25	15	52	34	39	42	42	36	39	38
3	22	24	27	0	26	25	31	8	21	14	28	24	20	20	29
4	11	6	10	25	4	13	15	20	21	14	2	2	20	13	5
5	5	6	6	0	4	0	23	0	10	0	5	4	6	4	10
6 = ungenügend	2	3	2	0	4	0	0	0	0	0	5	4	0	1	5
Keine Angabe/ weiß nicht	15	18	12	19	11	31	15	12	10	25	12	16	14	16	10
Mittelwert	2,7	2,8	2,7	2,6	2,7	2,6	3,5	2,5	3,0	2,5	2,7	2,6	2,9	2,7	2,9

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F4: Bitte bewerten Sie nun Pressearbeit und Kommunikation einiger deutscher Banken.

**Unicredit Bank**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr gut	2	0	2	6	2	0	0	4	0	4	2	2	2	1	5
2	12	18	12	0	15	6	15	8	7	11	16	10	14	14	5
3	28	30	29	19	30	44	15	20	17	39	28	40	16	25	38
4	24	18	25	31	20	13	23	40	41	14	19	14	34	27	14
5	6	3	4	19	4	6	8	8	7	7	5	4	8	6	5
6 = ungenügend	5	6	6	0	2	6	15	4	10	4	2	4	6	3	14
Keine Angabe/ weiß nicht	23	24	22	25	26	25	23	16	17	21	28	26	20	24	19
Mittelwert	3,5	3,3	3,5	3,8	3,2	3,5	3,9	3,6	4,0	3,3	3,2	3,3	3,6	3,4	3,6

F4: Bitte bewerten Sie nun Pressearbeit und Kommunikation einiger deutscher Banken.

**WGZ Bank**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr gut	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0
2	5	6	4	6	7	0	0	8	3	4	7	6	4	6	0
3	28	27	24	44	24	44	0	40	28	32	26	28	28	34	5
4	24	24	27	13	22	31	23	24	28	21	23	22	26	20	38
5	7	3	10	6	7	13	0	8	7	7	7	6	8	6	10
6 = ungenügend	7	3	12	0	7	0	23	4	14	4	5	6	8	4	19
Keine Angabe/ weiß nicht	28	36	22	31	33	13	54	16	21	32	30	30	26	28	29
Mittelwert	3,7	3,5	4,0	3,3	3,6	3,6	5,0	3,5	4,0	3,6	3,6	3,6	3,8	3,5	4,6

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F5: Für wie präsent halten sie die Vorstandsvorsitzenden fünf ausgewählter Banken, wenn es um das Einstehen für Unternehmensbelange oder allgemeine Themen des Bank und Kreditwesens geht?

**Anshu Jain (Deutsche Bank)**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr präsent	15	24	10	13	26	6	0	8	3	11	26	10	20	14	19
2	33	33	33	31	24	44	38	40	38	39	26	40	26	33	33
3	28	24	29	31	26	31	15	36	31	29	26	22	34	29	24
4	11	9	8	25	11	0	23	12	17	7	9	10	12	13	5
5	7	6	10	0	11	13	0	0	0	7	12	10	4	6	10
6 = überhaupt nicht präsent	3	0	6	0	2	0	15	0	7	0	2	2	4	3	5
Keine Angabe/ weiß nicht	3	3	4	0	0	6	8	4	3	7	0	6	0	3	5
Mittelwert	2,7	2,4	2,9	2,7	2,6	2,7	3,3	2,5	2,9	2,6	2,6	2,7	2,7	2,7	2,7

F5: Für wie präsent halten sie die Vorstandsvorsitzenden fünf ausgewählter Banken, wenn es um das Einstehen für Unternehmensbelange oder allgemeine Themen des Bank und Kreditwesens geht?

**Martin Blessing (Commerzbank)**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr präsent	9	3	12	13	9	0	15	12	7	14	7	4	14	8	14
2	43	58	31	50	43	69	0	48	31	57	42	42	44	46	33
3	23	18	25	25	17	19	62	16	34	18	19	28	18	23	24
4	17	18	18	13	24	0	8	20	21	0	26	18	16	18	14
5	2	0	4	0	2	6	0	0	0	4	2	2	2	0	10
6 = überhaupt nicht präsent	3	0	6	0	4	0	8	0	3	0	5	0	6	4	0
Keine Angabe/ weiß nicht	3	3	4	0	0	6	8	4	3	7	0	6	0	3	5
Mittelwert	2,7	2,5	2,9	2,4	2,8	2,4	3,0	2,5	2,9	2,2	2,9	2,7	2,7	2,7	2,7

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F5: Für wie präsent halten sie die Vorstandsvorsitzenden fünf ausgewählter Banken, wenn es um das Einstehen für Unternehmensbelange oder allgemeine Themen des Bank und Kreditwesens geht?

**Theodor Weimer (Unicredit Deutschland)**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr präsent	1	0	0	6	0	0	0	4	0	4	0	2	0	0	5
2	7	12	4	6	9	6	0	8	3	11	7	6	8	6	10
3	17	18	18	13	17	6	8	28	17	14	19	22	12	22	0
4	34	39	35	19	35	56	31	20	24	43	35	32	36	29	52
5	23	18	20	44	20	13	31	32	41	7	21	22	24	24	19
6 = überhaupt nicht präsent	11	9	14	6	17	13	8	0	3	11	16	8	14	13	5
Keine Angabe/ weiß nicht	7	3	10	6	2	6	23	8	10	11	2	8	6	6	10
Mittelwert	4,1	3,9	4,2	4,1	4,2	4,2	4,5	3,7	4,3	3,8	4,2	4,0	4,3	4,2	3,9

F5: Für wie präsent halten sie die Vorstandsvorsitzenden fünf ausgewählter Banken, wenn es um das Einstehen für Unternehmensbelange oder allgemeine Themen des Bank und Kreditwesens geht?

**Jürgen Fitschen (Deutsche Bank)**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr präsent	28	24	25	44	28	19	15	40	28	25	30	30	26	25	38
2	38	48	31	38	33	56	46	32	34	54	30	40	36	38	38
3	19	15	24	13	22	13	15	20	24	11	21	14	24	22	10
4	6	3	8	6	9	0	8	4	7	0	9	6	6	8	0
5	4	6	4	0	9	0	0	0	0	0	9	4	4	4	5
6 = überhaupt nicht präsent	2	0	4	0	0	6	8	0	3	4	0	0	4	1	5
Keine Angabe/ weiß nicht	3	3	4	0	0	6	8	4	3	7	0	6	0	3	5
Mittelwert	2,2	2,2	2,4	1,8	2,4	2,2	2,5	1,9	2,3	2,0	2,4	2,1	2,4	2,3	2,1

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F5: Für wie präsent halten sie die Vorstandsvorsitzenden fünf ausgewählter Banken, wenn es um das Einstehen für Unternehmensbelange oder allgemeine Themen des Bank und Kreditwesens geht?

**Ulrich Schröder (KfW Bankengruppe)**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr präsent	3	6	2	0	2	13	0	0	0	7	2	6	0	3	5
2	17	12	22	13	22	19	8	12	7	21	21	18	16	16	19
3	30	36	24	38	28	19	8	52	38	29	26	34	26	30	29
4	21	18	18	38	20	19	31	20	24	18	21	16	26	23	14
5	13	15	16	0	13	6	31	8	17	7	14	16	10	10	24
6 = überhaupt nicht präsent	8	6	10	6	11	13	8	0	3	7	12	2	14	10	0
Keine Angabe/ weiß nicht	8	6	10	6	4	13	15	8	10	11	5	8	8	8	10
Mittelwert	3,5	3,5	3,6	3,5	3,5	3,3	4,3	3,3	3,7	3,2	3,6	3,3	3,8	3,6	3,4

F5: Für wie präsent halten sie die Vorstandsvorsitzenden fünf ausgewählter Banken, wenn es um das Einstehen für Unternehmensbelange oder allgemeine Themen des Bank und Kreditwesens geht?

**Wolfgang Kirsch (DZ Bank)**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr präsent	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	13	18	10	13	9	19	0	24	17	14	9	16	10	15	5
3	21	12	24	31	17	13	38	24	24	25	16	24	18	18	33
4	29	33	27	25	41	19	23	16	17	21	42	32	26	28	33
5	18	21	14	25	20	13	0	28	24	11	19	14	22	19	14
6 = überhaupt nicht präsent	11	9	14	6	11	13	31	0	10	11	12	4	18	13	5
Keine Angabe/ weiß nicht	8	6	12	0	2	25	8	8	7	18	2	10	6	8	10
Mittelwert	3,9	3,9	4,0	3,8	4,1	3,8	4,3	3,5	3,9	3,7	4,1	3,6	4,2	4,0	3,8

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F6: Bitte bewerten Sie einige Aussagen zur Präsenz von Vorstandsvorsitzenden bzw. hohen Unternehmensvertretern in der Öffentlichkeit und den Medien in Deutschland. Dabei geht es nicht nur um Banken.

**Über alle Branchen gesehen verhalten sich hohe Unternehmensvertreter gegenüber den Medien viel zu zurückhaltend, sind also zu wenig präsent.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	7	6	8	6	7	6	23	0	3	11	7	8	6	5	14
2	24	18	25	31	20	38	15	28	28	29	19	28	20	28	10
3	36	36	35	38	39	31	46	28	34	32	40	24	48	34	43
4	21	21	25	6	24	6	8	32	24	14	23	24	18	22	19
5	7	9	4	13	4	13	0	12	7	11	5	10	4	6	10
6 = stimme gar nicht zu	4	6	2	6	7	0	8	0	3	0	7	6	2	4	5
Keine Angabe/ weiß nicht	1	3	0	0	0	6	0	0	0	4	0	0	2	1	0
Mittelwert	3,1	3,3	3,0	3,1	3,2	2,8	2,7	3,3	3,1	2,9	3,2	3,2	3,0	3,1	3,1

F6: Bitte bewerten Sie einige Aussagen zur Präsenz von Vorstandsvorsitzenden bzw. hohen Unternehmensvertretern in der Öffentlichkeit und den Medien in Deutschland. Dabei geht es nicht nur um Banken.

**Insgesamt kann die Medien- und Öffentlichkeitspräsenz der Vorstandsvorsitzenden der Banken als positives Beispiel für Präsenz gelten.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	1	0	2	0	2	0	0	0	0	4	0	0	2	1	0
2	9	9	6	19	13	6	0	8	3	7	14	10	8	9	10
3	40	39	43	31	41	25	46	44	48	29	42	44	36	35	57
4	25	33	20	25	22	25	31	28	34	21	21	20	30	28	14
5	18	15	20	19	17	38	8	12	10	25	19	18	18	19	14
6 = stimme gar nicht zu	6	3	8	6	4	6	8	8	0	14	5	6	6	6	5
Keine Angabe/ weiß nicht	1	0	2	0	0	0	8	0	3	0	0	2	0	1	0
Mittelwert	3,7	3,6	3,7	3,6	3,5	4,1	3,8	3,7	3,5	4,0	3,6	3,7	3,7	3,7	3,5

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F6: Bitte bewerten Sie einige Aussagen zur Präsenz von Vorstandsvorsitzenden bzw. hohen Unternehmensvertretern in der Öffentlichkeit und den Medien in Deutschland. Dabei geht es nicht nur um Banken.

**Es ist gut, wenn ein Unternehmen über die Präsenz hoher Unternehmensvertreter in Medien und Öffentlichkeit ein Gesicht bekommt.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	52	48	49	69	50	63	54	48	41	64	51	54	50	52	52
2	35	36	35	31	35	31	31	40	41	32	33	36	34	34	38
3	10	9	14	0	11	6	8	12	14	4	12	6	14	11	5
4	2	3	2	0	2	0	8	0	3	0	2	2	2	1	5
5	1	3	0	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0
6 = stimme gar nicht zu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Keine Angabe/ weiß nicht	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert	1,7	1,8	1,7	1,3	1,7	1,4	1,7	1,6	1,8	1,4	1,7	1,6	1,7	1,7	1,6

F6: Bitte bewerten Sie einige Aussagen zur Präsenz von Vorstandsvorsitzenden bzw. hohen Unternehmensvertretern in der Öffentlichkeit und den Medien in Deutschland. Dabei geht es nicht nur um Banken.

**Die Medienpräsenz der Vorstandsvorsitzenden der Banken ist überzogen.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0
2	10	12	10	6	13	0	8	12	10	7	12	12	8	9	14
3	25	30	20	31	17	44	38	20	28	32	19	24	26	24	29
4	27	15	35	25	33	6	23	32	34	14	30	26	28	28	24
5	24	27	24	19	26	31	8	24	17	25	28	24	24	27	14
6 = stimme gar nicht zu	12	15	8	19	9	19	15	12	7	21	9	10	14	10	19
Keine Angabe/ weiß nicht	1	0	2	0	0	0	8	0	3	0	0	2	0	1	0
Mittelwert	4,0	4,0	3,9	4,1	3,9	4,3	3,8	4,0	3,8	4,2	4,0	3,9	4,1	4,0	4,0

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F7: Eingangs des Interviews haben wir Sie gebeten, die Wichtigkeit einiger Themen für die Berichterstattung über Banken bzw. die Kreditwirtschaft einzuschätzen. Ich möchte Sie nun bitten, zu sagen, wie gut Sie zu diesen Themen aus der Branche selbst insgesamt informiert werden.

#### Bankenaufsicht

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = werde sehr gut informiert	4	9	0	6	4	0	0	8	3	4	5	4	4	5	0
2	22	24	22	19	24	19	31	16	24	18	23	24	20	22	24
3	29	24	31	31	26	25	38	32	24	39	26	32	26	24	48
4	21	21	20	25	22	19	23	20	24	18	21	18	24	22	19
5	15	12	18	13	11	19	8	24	24	11	12	12	18	18	5
6 = werde sehr schlecht informiert	4	0	6	6	7	6	0	0	0	4	7	4	4	5	0
Keine Angabe/ weiß nicht	5	9	4	0	7	13	0	0	0	7	7	6	4	5	5
Mittelwert	3,3	3,0	3,5	3,4	3,3	3,6	3,1	3,4	3,4	3,3	3,4	3,2	3,5	3,4	3,1

F7: Eingangs des Interviews haben wir Sie gebeten, die Wichtigkeit einiger Themen für die Berichterstattung über Banken bzw. die Kreditwirtschaft einzuschätzen. Ich möchte Sie nun bitten, zu sagen, wie gut Sie zu diesen Themen aus der Branche selbst insgesamt informiert werden.

#### Euro-/ Staatsschuldenkrise und ihre Folgen

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = werde sehr gut informiert	10	15	8	6	15	0	8	8	10	4	14	16	4	11	5
2	32	30	33	31	33	19	46	32	24	36	35	32	32	29	43
3	30	18	33	44	24	38	23	40	38	36	21	24	36	29	33
4	15	18	16	6	17	19	8	12	14	11	19	16	14	15	14
5	6	3	8	6	4	0	15	8	14	0	5	4	8	8	0
6 = werde sehr schlecht informiert	3	6	0	6	2	13	0	0	0	7	2	4	2	4	0
Keine Angabe/ weiß nicht	4	9	2	0	4	13	0	0	0	7	5	4	4	4	5
Mittelwert	2,8	2,8	2,8	2,9	2,7	3,4	2,8	2,8	3,0	2,9	2,7	2,7	3,0	2,9	2,6

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F7: Eingangs des Interviews haben wir Sie gebeten, die Wichtigkeit einiger Themen für die Berichterstattung über Banken bzw. die Kreditwirtschaft einzuschätzen. Ich möchte Sie nun bitten, zu sagen, wie gut Sie zu diesen Themen aus der Branche selbst insgesamt informiert werden.

**Gehälterdeckelung, Begrenzung von Boni**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = werde sehr gut informiert	2	0	2	6	2	0	0	4	3	0	2	0	4	3	0
2	11	12	14	0	11	13	23	4	14	7	12	18	4	11	10
3	25	18	29	25	20	25	54	20	24	36	19	24	26	19	48
4	26	24	27	25	26	25	8	36	24	25	28	18	34	28	19
5	21	21	16	38	24	6	8	32	28	14	21	20	22	24	10
6 = werde sehr schlecht informiert	10	12	10	6	13	13	8	4	7	7	14	14	6	10	10
Keine Angabe/ weiß nicht	5	12	2	0	4	19	0	0	0	11	5	6	4	5	5
Mittelwert	3,9	4,0	3,7	4,1	4,0	3,8	3,2	4,0	3,8	3,8	4,0	3,9	3,9	3,9	3,6

F7: Eingangs des Interviews haben wir Sie gebeten, die Wichtigkeit einiger Themen für die Berichterstattung über Banken bzw. die Kreditwirtschaft einzuschätzen. Ich möchte Sie nun bitten, zu sagen, wie gut Sie zu diesen Themen aus der Branche selbst insgesamt informiert werden.

**Politische Regulierung der Finanzmärkte**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = werde sehr gut informiert	6	9	4	6	7	6	0	8	7	4	7	10	2	8	0
2	29	39	24	25	28	25	38	28	31	29	28	20	38	28	33
3	28	15	35	31	26	25	15	40	31	29	26	30	26	27	33
4	21	12	25	25	20	19	31	20	24	21	19	22	20	22	19
5	8	9	10	0	13	6	8	0	3	4	14	8	8	9	5
6 = werde sehr schlecht informiert	4	6	0	13	2	6	8	4	3	7	2	6	2	4	5
Keine Angabe/ weiß nicht	4	9	2	0	4	13	0	0	0	7	5	4	4	4	5
Mittelwert	3,1	2,9	3,1	3,3	3,1	3,1	3,3	2,9	3,0	3,2	3,1	3,2	3,0	3,1	3,1

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F7: Eingangs des Interviews haben wir Sie gebeten, die Wichtigkeit einiger Themen für die Berichterstattung über Banken bzw. die Kreditwirtschaft einzuschätzen. Ich möchte Sie nun bitten, zu sagen, wie gut Sie zu diesen Themen aus der Branche selbst insgesamt informiert werden.

**Geschäftszahlen, Geschäftsentwicklung, Prognosen**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = werde sehr gut informiert	25	27	24	25	20	6	31	44	38	21	19	26	24	27	19
2	46	39	49	50	50	50	31	44	45	39	51	40	52	49	33
3	15	12	18	13	17	13	23	8	10	14	19	20	10	13	24
4	8	12	6	6	7	13	15	4	7	14	5	6	10	6	14
5	1	0	2	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	0	5
6 = werde sehr schlecht informiert	1	0	0	6	0	6	0	0	0	4	0	2	0	1	0
Keine Angabe/ weiß nicht	4	9	2	0	4	13	0	0	0	7	5	4	4	4	5
Mittelwert	2,1	2,1	2,1	2,3	2,2	2,6	2,2	1,7	1,9	2,4	2,2	2,2	2,1	2,0	2,5

F7: Eingangs des Interviews haben wir Sie gebeten, die Wichtigkeit einiger Themen für die Berichterstattung über Banken bzw. die Kreditwirtschaft einzuschätzen. Ich möchte Sie nun bitten, zu sagen, wie gut Sie zu diesen Themen aus der Branche selbst insgesamt informiert werden.

**Kreditklemme**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = werde sehr gut informiert	2	6	0	0	0	6	0	4	3	4	0	4	0	1	5
2	15	15	16	13	20	0	8	20	21	4	19	18	12	16	10
3	37	30	41	38	39	13	38	48	45	29	37	34	40	42	19
4	30	18	33	44	24	44	46	24	24	43	26	24	36	24	52
5	7	18	2	0	4	19	8	4	7	11	5	8	6	8	5
6 = werde sehr schlecht informiert	3	3	2	6	4	6	0	0	0	4	5	6	0	4	0
Keine Angabe/ weiß nicht	6	9	6	0	9	13	0	0	0	7	9	6	6	5	10
Mittelwert	3,4	3,4	3,3	3,5	3,3	4,0	3,5	3,0	3,1	3,7	3,3	3,3	3,4	3,3	3,5

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F7: Eingangs des Interviews haben wir Sie gebeten, die Wichtigkeit einiger Themen für die Berichterstattung über Banken bzw. die Kreditwirtschaft einzuschätzen. Ich möchte Sie nun bitten, zu sagen, wie gut Sie zu diesen Themen aus der Branche selbst insgesamt informiert werden.

**Zinssätze für Dispositions- und Überziehungskredite**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = werde sehr gut informiert	7	9	6	6	9	6	0	8	7	7	7	8	6	5	14
2	13	6	20	6	11	6	23	16	21	11	9	16	10	11	19
3	21	15	25	19	20	25	23	20	21	21	21	20	22	18	33
4	31	39	20	50	33	31	23	32	24	36	33	32	30	33	24
5	12	15	10	13	13	0	8	20	17	4	14	8	16	14	5
6 = werde sehr schlecht informiert	10	3	16	6	9	13	23	4	10	11	9	8	12	13	0
Keine Angabe/ weiß nicht	6	12	4	0	7	19	0	0	0	11	7	8	4	6	5
Mittelwert	3,6	3,6	3,6	3,8	3,6	3,6	3,8	3,5	3,6	3,6	3,7	3,4	3,8	3,8	2,9

F7: Eingangs des Interviews haben wir Sie gebeten, die Wichtigkeit einiger Themen für die Berichterstattung über Banken bzw. die Kreditwirtschaft einzuschätzen. Ich möchte Sie nun bitten, zu sagen, wie gut Sie zu diesen Themen aus der Branche selbst insgesamt informiert werden.

**Produkte, also Wertpapiere, Kredite, Fonds usw.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = werde sehr gut informiert	13	21	12	0	17	6	8	12	14	7	16	14	12	8	33
2	30	30	24	50	20	38	23	48	34	39	21	40	20	32	24
3	30	30	33	19	37	19	38	20	31	21	35	22	38	34	14
4	13	6	14	25	11	13	23	12	14	14	12	8	18	14	10
5	5	0	10	0	2	6	8	8	7	7	2	6	4	3	14
6 = werde sehr schlecht informiert	4	0	6	6	7	6	0	0	0	4	7	4	4	5	0
Keine Angabe/ weiß nicht	5	12	2	0	7	13	0	0	0	7	7	6	4	5	5
Mittelwert	2,8	2,2	3,0	2,9	2,8	2,9	3,0	2,6	2,7	2,8	2,8	2,6	2,9	2,9	2,5

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F7: Eingangs des Interviews haben wir Sie gebeten, die Wichtigkeit einiger Themen für die Berichterstattung über Banken bzw. die Kreditwirtschaft einzuschätzen. Ich möchte Sie nun bitten, zu sagen, wie gut Sie zu diesen Themen aus der Branche selbst insgesamt informiert werden.

**Reform des deutschen Bankensystems (3-Säulen-Modell, Universalbankensystem...)**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = werde sehr gut informiert	2	6	0	0	4	0	0	0	0	0	5	4	0	1	5
2	13	12	14	13	17	0	0	20	17	0	19	10	16	14	10
3	31	30	27	44	28	38	38	28	34	36	26	32	30	30	33
4	27	21	31	25	22	25	38	32	28	36	21	24	30	25	33
5	18	15	22	13	17	13	23	20	21	14	19	20	16	19	14
6 = werde sehr schlecht informiert	4	6	2	6	4	13	0	0	0	7	5	6	2	5	0
Keine Angabe/ weiß nicht	5	9	4	0	7	13	0	0	0	7	7	4	6	5	5
Mittelwert	3,6	3,5	3,7	3,6	3,5	4,0	3,8	3,5	3,5	3,9	3,5	3,7	3,6	3,7	3,5

F7: Eingangs des Interviews haben wir Sie gebeten, die Wichtigkeit einiger Themen für die Berichterstattung über Banken bzw. die Kreditwirtschaft einzuschätzen. Ich möchte Sie nun bitten, zu sagen, wie gut Sie zu diesen Themen aus der Branche selbst insgesamt informiert werden.

**Staatsbeteiligung an Banken**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = werde sehr gut informiert	2	6	0	0	2	0	0	4	3	0	2	4	0	3	0
2	10	9	12	6	17	0	8	4	7	0	19	8	12	10	10
3	29	27	31	25	24	31	54	24	31	36	23	28	30	25	43
4	26	18	27	38	22	25	8	44	34	29	19	30	22	27	24
5	22	27	20	19	24	19	31	16	21	18	26	18	26	23	19
6 = werde sehr schlecht informiert	6	3	8	6	7	13	0	4	3	7	7	8	4	8	0
Keine Angabe/ weiß nicht	5	9	2	6	4	13	0	4	0	11	5	4	6	5	5
Mittelwert	3,8	3,7	3,8	3,9	3,7	4,1	3,6	3,8	3,7	4,0	3,7	3,8	3,8	3,8	3,6

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F8a: Welche Maßnahme oder Gegebenheit bzw. welches Mittel sehen Sie als das geeignetste an, um die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen?

Offene Frage, Antworten kategorisiert, Mehrfachnennungen möglich

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
Regulierung	31	21	31	50	30	19	23	44	34	32	28	32	30	33	24
Aufsicht und Kontrolle	26	15	29	38	26	13	23	36	31	21	26	24	28	23	38
Eigenkapital erhöhen	13	12	16	6	11	25	15	8	3	25	12	10	16	14	10
Transparenz	10	9	10	13	13	13	8	4	0	14	14	12	8	6	24
Trennbankensystem	10	15	6	13	9	6	31	4	10	11	9	10	10	10	10
Interner Kulturwandel / Ethik	8	6	12	0	11	13	8	0	3	11	9	6	10	10	0
Boni, Anreize	6	9	6	0	9	6	0	4	0	7	9	8	4	8	0
Risikovermeidung	5	3	8	0	2	13	0	8	7	11	0	6	4	6	0
Koordinierung und Kooperation EU/ international	4	0	8	0	2	0	0	12	7	4	2	4	4	4	5
Sanktionen / Haftungen	4	6	4	0	7	0	8	0	3	4	5	2	6	4	5
Nachhaltigkeit	3	3	2	6	2	6	0	4	3	4	2	0	6	4	0
Staatliche Beteiligung an Banken	3	3	4	0	2	0	8	4	7	0	2	4	2	4	0
Staat raushalten	2	0	4	0	0	6	8	0	3	4	0	0	4	1	5
Aufsichtsräte / Bankenleistung	2	3	2	0	2	0	8	0	0	4	2	2	2	1	5
Berichterstattung in den Medien	1	3	0	0	2	0	0	0	0	4	0	2	0	1	0
Sonstiges	7	18	2	0	2	13	23	4	14	7	2	6	8	8	5
Keine Angabe / weiß nicht	14	15	14	13	15	19	15	8	14	11	16	16	12	13	19

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F8b: Und welche der folgenden Maßnahmen bzw. Gegebenheiten sind Ihrer Meinung nach geeignet oder wichtig, die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen?

**Regulierung der Branche durch politische Vorgaben**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	27	12	33	38	24	25	54	20	24	32	26	34	20	27	29
2	39	48	35	31	41	19	23	56	52	29	37	38	40	38	43
3	20	27	16	19	17	31	15	20	17	25	19	14	26	22	14
4	8	0	12	13	11	6	8	4	7	4	12	8	8	9	5
5	3	6	2	0	2	13	0	0	0	7	2	2	4	1	10
6 = gar nicht wichtig	2	6	0	0	4	0	0	0	0	0	5	2	2	3	0
Keine Angabe/ weiß nicht	1	0	2	0	0	6	0	0	0	4	0	2	0	1	0
Mittelwert	2,3	2,6	2,1	2,1	2,4	2,6	1,8	2,1	2,1	2,2	2,4	2,1	2,4	2,3	2,2

F8b: Und welche der folgenden Maßnahmen bzw. Gegebenheiten sind Ihrer Meinung nach geeignet oder wichtig, die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen?

**Differenzierte und sachkundige Berichterstattung der Medien**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	41	30	47	44	39	50	54	32	41	43	40	44	38	39	48
2	37	42	37	25	43	19	23	44	34	29	44	36	38	39	29
3	16	21	10	25	13	13	23	20	21	18	12	12	20	15	19
4	2	3	2	0	2	6	0	0	0	4	2	4	0	1	5
5	2	3	2	0	2	6	0	0	0	4	2	2	2	3	0
6 = gar nicht wichtig	1	0	0	6	0	0	0	4	3	0	0	0	2	1	0
Keine Angabe/ weiß nicht	1	0	2	0	0	6	0	0	0	4	0	2	0	1	0
Mittelwert	1,9	2,1	1,7	2,1	1,8	1,9	1,7	2,0	1,9	1,9	1,8	1,8	2,0	1,9	1,8

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F8b: Und welche der folgenden Maßnahmen bzw. Gegebenheiten sind Ihrer Meinung nach geeignet oder wichtig, die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen?

**Ein Umbau des Geschäftsmodells, also beispielsweise Zurückfahren des Investmentbanking und Stärkung des Unternehmens- und Privatkundengeschäfts.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	21	15	27	13	22	19	31	16	24	18	21	18	24	23	14
2	44	45	47	31	48	38	46	40	45	39	47	46	42	43	48
3	22	24	14	44	20	25	0	36	17	29	21	18	26	23	19
4	7	9	4	13	4	13	15	4	10	7	5	10	4	8	5
5	1	0	2	0	0	0	0	4	3	0	0	0	2	0	5
6 = gar nicht wichtig	3	6	2	0	4	0	8	0	0	4	5	4	2	3	5
Keine Angabe/ weiß nicht	2	0	4	0	2	6	0	0	0	4	2	4	0	1	5
Mittelwert	2,3	2,5	2,1	2,6	2,2	2,3	2,3	2,4	2,2	2,4	2,3	2,4	2,2	2,3	2,5

F8b: Und welche der folgenden Maßnahmen bzw. Gegebenheiten sind Ihrer Meinung nach geeignet oder wichtig, die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen?

**Mehr Bemühungen um internen Kulturwandel, also beispielsweise die Veränderung der Unternehmenswerte mit Fokus auf gesellschaftliche Verantwortung.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	30	27	29	38	28	31	31	32	31	32	28	30	30	28	38
2	48	45	53	38	43	38	69	52	59	46	42	44	52	49	43
3	12	18	10	6	20	13	0	4	3	7	21	12	12	13	10
4	6	6	4	13	7	13	0	4	0	11	7	8	4	6	5
5	2	0	2	6	0	0	0	8	7	0	0	2	2	1	5
6 = gar nicht wichtig	1	3	0	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0
Keine Angabe/ weiß nicht	1	0	2	0	0	6	0	0	0	4	0	2	0	1	0
Mittelwert	2,0	2,2	1,9	2,1	2,1	2,1	1,7	2,0	1,9	2,0	2,2	2,1	2,0	2,1	2,0

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F8b: Und welche der folgenden Maßnahmen bzw. Gegebenheiten sind Ihrer Meinung nach geeignet oder wichtig, die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen?

**Staatliche Beteiligung an Banken**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	5	3	6	6	4	0	15	4	10	0	5	6	4	5	5
2	11	6	12	19	11	25	8	4	0	21	12	16	6	11	10
3	16	18	18	6	17	13	8	20	17	14	16	16	16	11	33
4	31	33	29	31	30	25	46	28	41	18	33	26	36	34	19
5	19	18	22	13	22	19	8	20	14	25	19	22	16	19	19
6 = gar nicht wichtig	17	21	12	25	15	13	15	24	17	18	16	12	22	18	14
Keine Angabe/ weiß nicht	1	0	2	0	0	6	0	0	0	4	0	2	0	1	0
Mittelwert	4,0	4,2	3,9	4,0	4,0	3,8	3,7	4,3	4,0	4,0	4,0	3,8	4,2	4,1	3,8

F8b: Und welche der folgenden Maßnahmen bzw. Gegebenheiten sind Ihrer Meinung nach geeignet oder wichtig, die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen?

**Eine zunehmend kritische Haltung der Öffentlichkeit**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	22	18	22	31	22	31	38	8	14	29	23	28	16	20	29
2	45	42	49	38	46	44	31	52	48	46	42	44	46	48	33
3	20	18	20	25	20	6	15	32	31	7	21	16	24	22	14
4	12	21	8	6	13	13	15	8	7	14	14	10	14	9	24
5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6 = gar nicht wichtig	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Keine Angabe/ weiß nicht	1	0	2	0	0	6	0	0	0	4	0	2	0	1	0
Mittelwert	2,3	2,6	2,1	2,2	2,3	2,1	2,2	2,4	2,3	2,2	2,3	2,1	2,4	2,2	2,6

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F8b: Und welche der folgenden Maßnahmen bzw. Gegebenheiten sind Ihrer Meinung nach geeignet oder wichtig, die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen?

**Kritische Beobachtung durch NGOs**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	13	6	16	19	7	25	31	8	14	21	7	20	6	11	19
2	40	36	45	31	50	31	38	28	31	36	49	40	40	39	43
3	22	27	14	38	20	13	15	36	34	14	19	16	28	27	5
4	8	12	6	6	11	6	0	8	7	4	12	4	12	9	5
5	11	12	12	6	9	13	15	12	7	18	9	16	6	10	14
6 = gar nicht wichtig	2	3	2	0	0	6	0	4	3	4	0	0	4	1	5
Keine Angabe/ weiß nicht	4	3	6	0	4	6	0	4	3	4	5	4	4	3	10
Mittelwert	2,7	3,0	2,6	2,5	2,6	2,7	2,3	3,0	2,7	2,7	2,7	2,5	2,8	2,7	2,6

F8b: Und welche der folgenden Maßnahmen bzw. Gegebenheiten sind Ihrer Meinung nach geeignet oder wichtig, die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen?

**Image- und Aufklärungskampagnen der Banken**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	9	9	10	6	15	13	0	0	0	11	14	8	10	8	14
2	12	9	14	13	11	13	15	12	17	7	12	12	12	11	14
3	24	24	20	38	26	19	23	24	17	29	26	24	24	24	24
4	24	18	31	13	17	19	31	36	38	21	16	18	30	25	19
5	17	18	14	25	17	19	8	20	17	14	19	20	14	16	19
6 = gar nicht wichtig	13	21	10	6	13	13	23	8	10	14	14	16	10	14	10
Keine Angabe/ weiß nicht	1	0	2	0	0	6	0	0	0	4	0	2	0	1	0
Mittelwert	3,7	3,9	3,6	3,6	3,5	3,6	4,0	3,9	3,9	3,7	3,6	3,8	3,6	3,7	3,4

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F8b: Und welche der folgenden Maßnahmen bzw. Gegebenheiten sind Ihrer Meinung nach geeignet oder wichtig, die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen?

**Gesunkene Risikobereitschaft bei Investoren und Kreditnehmern**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	7	12	6	0	7	13	8	4	7	7	7	14	0	8	5
2	25	27	20	38	30	13	15	28	17	29	28	30	20	27	19
3	44	33	49	50	35	63	38	52	52	50	35	38	50	41	57
4	10	6	12	13	9	0	23	12	14	7	9	10	10	11	5
5	5	6	6	0	7	0	8	4	7	0	7	0	10	5	5
6 = gar nicht wichtig	3	9	0	0	7	0	0	0	0	0	7	2	4	4	0
Keine Angabe/ weiß nicht	6	6	8	0	7	13	8	0	3	7	7	6	6	5	10
Mittelwert	2,9	2,9	2,9	2,8	3,0	2,6	3,1	2,8	3,0	2,6	3,0	2,6	3,2	2,9	2,8

F8b: Und welche der folgenden Maßnahmen bzw. Gegebenheiten sind Ihrer Meinung nach geeignet oder wichtig, die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen?

**Die Krisenarbeit von EZB und Bundesbank**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	22	18	24	25	20	13	23	32	21	25	21	26	18	24	14
2	40	39	35	56	39	31	46	44	48	32	40	38	42	37	52
3	23	21	27	13	26	19	31	16	24	18	26	24	22	23	24
4	8	9	8	6	11	6	0	8	7	7	9	6	10	9	5
5	2	3	2	0	0	13	0	0	0	7	0	0	4	1	5
6 = gar nicht wichtig	3	9	0	0	2	13	0	0	0	7	2	4	2	4	0
Keine Angabe/ weiß nicht	2	0	4	0	2	6	0	0	0	4	2	2	2	3	0
Mittelwert	2,4	2,7	2,3	2,0	2,4	3,1	2,1	2,0	2,2	2,6	2,3	2,3	2,4	2,4	2,3

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F9a: Wie bewerten Sie Banken insgesamt in Punkto Offenheit und Transparenz gegen-über Journalisten mit einer Schulnote von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend.

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr gut	1	3	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0	2	0	5
2	4	3	4	6	0	0	15	8	10	4	0	6	2	5	0
3	29	30	33	13	30	19	8	44	38	18	30	32	26	28	33
4	39	39	29	69	37	44	46	36	38	46	35	28	50	42	29
5	18	15	22	13	26	19	15	4	3	18	28	20	16	18	19
6 = ungenügend	4	3	6	0	2	6	15	0	7	4	2	6	2	1	14
weiß nicht/ keine Angabe	5	6	6	0	2	13	0	8	3	11	2	8	2	6	0
Mittelwert	3,9	3,7	3,9	3,9	3,9	4,1	4,1	3,4	3,6	4,0	4,0	3,9	3,8	3,8	4,0

F9b: Hat sich das Bemühen der Banken um Offenheit und Transparenz gegenüber Journalisten seit der Krise verändert? Was von dem Folgenden trifft zu?

Das Bemühen um Offenheit und Transparenz gegenüber Journalisten ist...

	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
gleich geblieben	53	55	51	56	48	50	77	52	59	54	49	36	70	53	52
besser geworden	33	30	35	31	35	38	15	36	34	32	33	44	22	33	33
schlechter geworden	6	6	6	6	9	0	0	8	7	0	9	8	4	8	0
Keine Angabe/ weiß nicht	8	9	8	6	9	13	8	4	0	14	9	12	4	6	14

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F10: Wir möchten Sie auch noch um ein paar Einschätzungen zum Verhalten der Banken und anderer Akteure infolge der Krise bitten.

**Gegenüber den Kunden haben die Banken ihre Marketingstrategie kaum geändert und machen in erster Linie weiterhin hohe Rendite- oder Zinsversprechen.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	16	24	12	13	20	25	15	4	3	21	21	20	12	14	24
2	26	24	29	19	26	13	38	28	38	11	28	10	42	27	24
3	31	24	31	44	24	44	15	44	38	32	26	38	24	34	19
4	18	21	18	13	22	13	15	16	10	21	21	20	16	15	29
5	8	6	8	13	7	6	15	8	10	11	5	12	4	9	5
6 = stimme gar nicht zu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
weiß nicht/ keine Angabe	1	0	2	0	2	0	0	0	0	4	0	0	2	1	0
Mittelwert	2,8	2,6	2,8	2,9	2,7	2,6	2,8	3,0	2,9	2,9	2,6	2,9	2,6	2,8	2,7

F10: Wir möchten Sie auch noch um ein paar Einschätzungen zum Verhalten der Banken und anderer Akteure infolge der Krise bitten.

**Die teilweise Deckelung von Managergehältern und Boni ist ein richtiger Schritt zukünftig vergleichbaren Krisen entgegenzuwirken.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	8	9	10	0	15	0	8	0	3	4	14	8	8	10	0
2	37	36	35	44	33	38	31	48	41	43	30	44	30	34	48
3	25	21	25	31	24	25	15	32	28	21	26	20	30	24	29
4	11	6	12	19	7	6	23	16	17	11	7	10	12	13	5
5	8	12	8	0	11	13	8	0	3	7	12	4	12	10	0
6 = stimme gar nicht zu	10	15	8	6	11	13	15	4	7	11	12	12	8	8	19
weiß nicht/ keine Angabe	1	0	2	0	0	6	0	0	0	4	0	2	0	1	0
Mittelwert	3,0	3,2	3,0	2,9	3,0	3,3	3,4	2,8	3,0	3,1	3,1	2,9	3,1	3,0	3,1

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F10: Wir möchten Sie auch noch um ein paar Einschätzungen zum Verhalten der Banken und anderer Akteure infolge der Krise bitten.

**Es hat klare Signale von Topmanagern zur Verantwortungsübernahme für die Krise gegeben, um das Vertrauen in die Branche zu stärken.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	1	3	0	0	2	0	0	0	0	0	2	0	2	1	0
2	6	6	2	19	7	6	0	8	3	7	7	8	4	5	10
3	26	21	29	25	22	31	23	32	31	32	19	24	28	29	14
4	24	18	29	19	24	19	23	28	31	18	23	26	22	24	24
5	28	27	27	31	33	13	31	28	24	21	35	24	32	27	33
6 = stimme gar nicht zu	15	24	12	6	13	31	23	4	10	21	14	18	12	14	19
weiß nicht/ keine Angabe	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mittelwert	4,2	4,3	4,2	3,8	4,2	4,3	4,5	3,9	4,1	4,2	4,2	4,2	4,1	4,1	4,4

F10: Wir möchten Sie auch noch um ein paar Einschätzungen zum Verhalten der Banken und anderer Akteure infolge der Krise bitten.

**Die Banken haben in der Kommunikation mit den Kunden reagiert und versuchen, durch mehr Transparenz Vertrauen zurückzugewinnen.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	3	6	2	0	7	0	0	0	0	0	7	4	2	1	10
2	13	21	10	6	15	25	0	8	7	21	12	18	8	14	10
3	32	27	33	38	35	25	31	32	38	21	35	38	26	33	29
4	28	24	25	44	17	38	23	44	31	39	19	20	36	27	33
5	16	15	20	6	15	6	31	16	17	14	16	12	20	16	14
6 = stimme gar nicht zu	6	6	6	6	9	6	8	0	3	4	9	6	6	6	5
weiß nicht/ keine Angabe	2	0	4	0	2	0	8	0	3	0	2	2	2	3	0
Mittelwert	3,6	3,4	3,7	3,7	3,5	3,4	4,2	3,7	3,7	3,6	3,5	3,4	3,8	3,6	3,5

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F10: Wir möchten Sie auch noch um ein paar Einschätzungen zum Verhalten der Banken und anderer Akteure infolge der Krise bitten.

**Enige Banken nutzen verstärkt externe Berater, um für die Bank und ihr Topmanagement Imagepflege auch bei Journalisten zu betreiben.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	7	6	8	6	9	6	15	0	7	4	9	8	6	8	5
2	25	27	25	19	30	31	15	16	14	36	26	24	26	29	10
3	25	24	25	25	28	6	23	32	24	18	30	32	18	19	48
4	16	9	16	31	15	13	8	24	21	11	16	10	22	13	29
5	10	15	10	0	7	19	15	8	10	14	7	6	14	11	5
6 = stimme gar nicht zu	4	3	6	0	0	13	0	8	7	7	0	2	6	5	0
weiß nicht/ keine Angabe	13	15	10	19	11	13	23	12	17	11	12	18	8	15	5
Mittelwert	3,1	3,1	3,1	3,0	2,8	3,5	2,9	3,5	3,4	3,2	2,8	2,9	3,3	3,1	3,2

F10: Wir möchten Sie auch noch um ein paar Einschätzungen zum Verhalten der Banken und anderer Akteure infolge der Krise bitten.

**Die meisten Topmanager zeigen in der Öffentlichkeit nach wie vor wenig Bereitschaft, zu Ihrer Verantwortung für und in der Krise zu stehen.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	17	24	14	13	20	25	15	8	3	25	21	20	14	15	24
2	40	33	41	50	39	31	46	44	52	32	37	38	42	42	33
3	27	21	31	25	26	19	23	36	34	21	26	30	24	28	24
4	8	15	6	0	9	19	0	4	3	11	9	6	10	8	10
5	5	3	4	13	4	0	8	8	7	4	5	2	8	5	5
6 = stimme gar nicht zu	2	3	2	0	2	0	8	0	0	4	2	2	2	1	5
weiß nicht/ keine Angabe	1	0	2	0	0	6	0	0	0	4	0	2	0	1	0
Mittelwert	2,5	2,5	2,5	2,5	2,5	2,3	2,6	2,6	2,6	2,4	2,5	2,4	2,6	2,5	2,5

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F10: Wir möchten Sie auch noch um ein paar Einschätzungen zum Verhalten der Banken und anderer Akteure infolge der Krise bitten.

**Eine Deckelung von Managergehältern und Boni ist lediglich eine populistische Maßnahme.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	16	24	12	13	22	19	15	4	10	11	23	10	22	13	29
2	27	33	24	25	30	31	15	24	28	21	30	34	20	30	14
3	21	6	29	25	9	25	23	40	24	36	9	18	24	18	33
4	18	18	16	25	20	19	8	20	21	18	16	18	18	19	14
5	12	6	16	13	13	0	31	8	10	11	14	10	14	14	5
6 = stimme gar nicht zu	5	9	4	0	7	0	8	4	7	0	7	8	2	5	5
weiß nicht/ keine Angabe	1	3	0	0	0	6	0	0	0	4	0	2	0	1	0
Mittelwert	3,0	2,8	3,1	3,0	2,9	2,5	3,5	3,2	3,1	3,0	2,9	3,1	2,9	3,1	2,7

F10: Wir möchten Sie auch noch um ein paar Einschätzungen zum Verhalten der Banken und anderer Akteure infolge der Krise bitten.

**Das Thema interner Kulturwandel der Banken ist eher eine kommunikative Beruhigungsmaßnahme für die Öffentlichkeit, als dass tatsächlich etwas passiert.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	21	21	24	13	30	19	8	12	7	21	30	18	24	22	19
2	38	39	37	38	30	38	46	48	52	36	30	34	42	39	33
3	18	21	14	25	17	19	0	28	21	14	19	24	12	15	29
4	13	12	14	13	15	6	31	4	14	11	14	14	12	13	14
5	6	3	8	6	2	13	15	4	3	14	2	4	8	6	5
6 = stimme gar nicht zu	3	3	2	6	4	0	0	4	3	0	5	4	2	4	0
weiß nicht/ keine Angabe	1	0	2	0	0	6	0	0	0	4	0	2	0	1	0
Mittelwert	2,5	2,5	2,5	2,8	2,4	2,5	3,0	2,5	2,7	2,6	2,4	2,6	2,4	2,5	2,5

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F10: Wir möchten Sie auch noch um ein paar Einschätzungen zum Verhalten der Banken und anderer Akteure infolge der Krise bitten.

**Die Errichtung einer zentralen europäischen Bankenaufsicht für die Eurozone ist eine sinnvolle Maßnahme.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	30	18	35	38	20	19	38	52	34	43	19	32	28	33	19
2	46	52	47	31	59	38	38	32	41	32	58	42	50	43	57
3	13	9	10	31	9	25	23	8	17	14	9	12	14	14	10
4	7	12	6	0	7	19	0	4	3	11	7	8	6	6	10
5	2	3	2	0	2	0	0	4	3	0	2	2	2	1	5
6 = stimme gar nicht zu	1	3	0	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0
weiß nicht/ keine Angabe	1	3	0	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0
Mittelwert	2,1	2,4	1,9	1,9	2,2	2,4	1,8	1,8	2,0	1,9	2,2	2,1	2,0	2,0	2,2

F10: Wir möchten Sie auch noch um ein paar Einschätzungen zum Verhalten der Banken und anderer Akteure infolge der Krise bitten.

**Das starke Engagement des Staates bis hin zur Verstaatlichung von Banken war und ist unumgänglich zur Rettung des Finanzsystems.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	8	3	10	13	4	6	15	12	10	11	5	8	8	8	10
2	28	27	27	31	26	50	23	20	17	43	26	32	24	28	29
3	24	18	27	25	22	19	38	24	31	25	19	32	16	23	29
4	21	27	18	19	28	0	15	24	24	4	30	16	26	24	10
5	11	15	10	6	9	25	8	8	10	14	9	6	16	9	19
6 = stimme gar nicht zu	6	3	8	6	7	0	0	12	7	4	7	2	10	6	5
weiß nicht/ keine Angabe	2	6	0	0	4	0	0	0	0	0	5	4	0	3	0
Mittelwert	3,2	3,4	3,1	2,9	3,3	2,9	2,8	3,3	3,3	2,8	3,4	2,9	3,5	3,2	3,1

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F10: Wir möchten Sie auch noch um ein paar Einschätzungen zum Verhalten der Banken und anderer Akteure infolge der Krise bitten.

**Die Bemühungen der Banken um internen Kulturwandel sind vielfach schon weit vorangekommen.**

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	1	3	0	0	0	0	0	4	3	0	0	2	0	1	0
2	5	6	4	6	4	13	0	4	0	11	5	6	4	4	10
3	24	24	24	25	28	13	23	24	31	11	28	32	16	23	29
4	35	30	37	38	35	31	46	32	34	39	33	24	46	33	43
5	28	30	25	31	26	31	23	32	24	32	28	28	28	32	14
6 = stimme gar nicht zu	3	3	4	0	2	6	0	4	3	4	2	6	0	3	5
weiß nicht/ keine Angabe	4	3	6	0	4	6	8	0	3	4	5	2	6	5	0
Mittelwert	4,0	3,9	4,0	3,9	3,9	4,1	4,0	4,0	3,9	4,1	4,0	3,9	4,0	4,0	3,8

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F11: Welche Bank oder Banken haben in Folge der Krise einen aktiven Wandel eingeleitet und auch nach außen sichtbar gemacht bzw. kommuniziert?

*Offene Frage, Antworten kategorisiert, Mehrfachnennungen möglich*

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
Commerzbank	34	30	35	38	39	31	31	28	34	32	35	30	38	35	29
Deutsche Bank	32	24	31	50	30	25	38	36	38	32	28	26	38	32	33
Sparkassen	14	12	12	25	9	6	31	20	28	7	9	12	16	14	14
Volksbanken	10	6	14	6	7	6	31	8	21	4	7	6	14	10	10
Landesbanken	4	3	4	6	4	6	0	4	0	7	5	4	4	5	0
KfW Bank	2	6	0	0	4	0	0	0	0	0	5	2	2	1	5
Sonstige/Einzelnennungen	8	9	10	0	13	13	0	0	0	7	14	8	8	6	14
keine Bank	33	39	29	31	28	50	23	36	24	46	30	44	22	33	33
keine Angabe	4	3	6	0	7	0	0	4	3	0	7	4	4	4	5

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F12: Wie wichtig ist es unter volkswirtschaftlichen Gesichtspunkten, dass eine international tätige Bank ihren Sitz in Deutschland hat?

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = sehr wichtig	19	21	22	6	20	25	31	8	10	25	21	30	8	16	29
2	35	21	31	75	28	25	31	56	48	29	30	32	38	37	29
3	19	18	20	19	17	19	15	24	24	18	16	12	26	19	19
4	9	15	8	0	7	13	23	4	10	11	7	10	8	10	5
5	7	6	10	0	11	0	0	8	7	0	12	6	8	6	10
6 = gar nicht wichtig	9	18	6	0	15	13	0	0	0	14	12	6	12	10	5
weiß nicht/ keine Angabe	2	0	4	0	2	6	0	0	0	4	2	4	0	1	5
Mittelwert	2,8	3,2	2,7	2,1	3,1	2,7	2,3	2,5	2,6	2,7	2,9	2,5	3,1	2,8	2,5

F13: Bitte bewerten Sie auch zum Thema Industriebanken einige Aussagen auf einer Skala von 1 für „stimme voll und ganz zu“ bis 6 für „stimme gar nicht zu“.

Der Trend zu Bankgründungen im und für den Industrie- bzw. Business-to-Business-Bereich wird noch zunehmen.

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	26	27	24	31	30	19	31	20	21	25	30	28	24	25	29
2	44	42	45	44	41	50	31	52	52	43	40	42	46	47	33
3	17	18	16	19	17	19	23	12	17	14	19	18	16	14	29
4	5	3	6	6	2	6	8	8	0	14	2	2	8	6	0
5	4	3	6	0	4	0	0	8	7	0	5	4	4	3	10
6 = stimme gar nicht zu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Keine Angabe/ weiß nicht	4	6	4	0	4	6	8	0	3	4	5	6	2	5	0
Mittelwert	2,1	2,1	2,2	2,0	2,0	2,1	2,1	2,3	2,2	2,2	2,1	2,1	2,2	2,1	2,3

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F13: Bitte bewerten Sie auch zum Thema Industriebanken einige Aussagen auf einer Skala von 1 für „stimme voll und ganz zu“ bis 6 für „stimme gar nicht zu“.

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	5	3	8	0	9	0	8	0	0	4	9	2	8	4	10
2	30	36	25	31	26	44	23	32	28	39	26	30	30	32	24
3	23	21	25	19	20	6	23	40	38	14	19	32	14	22	29
4	27	21	27	38	24	31	38	24	28	29	26	24	30	28	24
5	9	12	8	6	13	13	0	4	3	7	14	4	14	8	14
6 = stimme gar nicht zu	1	0	0	6	2	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0
Keine Angabe/ weiß nicht	5	6	6	0	7	6	8	0	3	7	5	6	4	6	0
Mittelwert	3,1	3,0	3,0	3,4	3,1	3,1	3,0	3,0	3,1	3,0	3,2	3,0	3,1	3,1	3,1

F13: Bitte bewerten Sie auch zum Thema Industriebanken einige Aussagen auf einer Skala von 1 für „stimme voll und ganz zu“ bis 6 für „stimme gar nicht zu“.  
Die Banken haben den Trend zu Industriebanken mit hoher Priorität auf dem Schirm und werden versuchen entsprechend gegenzusteuern.

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	5	3	8	0	7	0	0	8	7	0	7	6	4	6	0
2	18	15	25	0	17	13	38	12	24	11	19	18	18	14	33
3	42	48	33	56	39	38	46	48	38	57	35	44	40	43	38
4	16	9	20	19	22	13	8	12	10	11	23	8	24	15	19
5	9	12	6	13	7	13	8	12	14	7	7	10	8	9	10
6 = stimme gar nicht zu	2	6	0	0	2	6	0	0	0	4	2	4	0	3	0
Keine Angabe/ weiß nicht	8	6	8	13	7	19	0	8	7	11	7	10	6	10	0
Mittelwert	3,1	3,3	2,9	3,5	3,1	3,5	2,8	3,1	3,0	3,3	3,1	3,1	3,1	3,2	3,0

Gesamt	Ressort			Medienart				regionale Verteilung			Alter		Geschlecht	
	Finanz	Wirtschaft	beides	Wirtschaft & Finanzen	online	Rundfunk	sonst Print	regional	überregional	ohne Zuordnung	bis 45	46+	männlich	weiblich

F13: Bitte bewerten Sie auch zum Thema Industriebanken einige Aussagen auf einer Skala von 1 für „stimme voll und ganz zu“ bis 6 für „stimme gar nicht zu“.  
Der Trend zu Industriebanken ist eine notwendige Reaktion von Unternehmen, die sich diese Option leisten können.

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	14	18	12	13	20	6	15	8	10	7	21	10	18	15	10
2	33	27	35	38	28	50	23	36	31	43	28	38	28	34	29
3	27	24	25	38	24	13	31	40	41	18	23	26	28	27	29
4	14	15	16	6	17	13	23	4	7	14	19	12	16	10	29
5	7	6	8	6	9	6	0	8	3	11	7	8	6	8	5
6 = stimme gar nicht zu	2	6	0	0	0	6	0	4	3	4	0	4	0	3	0
Keine Angabe/ weiß nicht	3	3	4	0	2	6	8	0	3	4	2	2	4	4	0
Mittelwert	2,7	2,8	2,7	2,6	2,7	2,8	2,7	2,8	2,7	2,9	2,6	2,8	2,6	2,7	2,9

F13: Bitte bewerten Sie auch zum Thema Industriebanken einige Aussagen auf einer Skala von 1 für „stimme voll und ganz zu“ bis 6 für „stimme gar nicht zu“.  
Die mögliche Konkurrenz von Industriebanken wird klassische Banken mit Blick auf das Thema Kreditvergabe zu umfassenderen Reaktionen veranlassen.

Basis	100	33	51	16	46	16	13	25	29	28	43	50	50	79	21
1 = stimme voll und ganz zu	5	6	6	0	7	0	8	4	3	4	7	2	8	4	10
2	36	21	33	75	30	31	38	48	48	29	33	38	34	34	43
3	35	42	37	13	35	31	38	36	38	36	33	34	36	35	33
4	8	15	4	6	11	13	8	0	3	11	9	6	10	10	0
5	12	9	16	6	11	25	0	12	3	21	12	14	10	13	10
6 = stimme gar nicht zu	1	3	0	0	2	0	0	0	0	0	2	2	0	1	0
Keine Angabe/ weiß nicht	3	3	4	0	4	0	8	0	3	0	5	4	2	3	5
Mittelwert	2,9	3,1	2,9	2,4	3,0	3,3	2,5	2,7	2,5	3,2	2,9	3,0	2,8	3,0	2,6



Titel:	<b>Fragebogen Journalistentrends 2014</b>
Datum:	29. Juli 2014

Zielgruppe der Erhebung	
Auswahlverfahren	
Erhebungsinstrument	CATI-Befragung
Durchführung der Befragung (Feld)	datafield, Herne
Erhebungszeitraum	

### Legende zum Lesen des Fragebogens

<b>Schwarze Schrift fett</b>	Fragen (so wie vorgelesen)
<i>Schwarze Schrift kursiv</i>	Interviewerhinweise
<b>Rote Schrift</b>	Technische Hinweise zur Programmierung oder zur Fragebogenstruktur



Guten Tag, mein Name ist ... vom Forschungsinstitut com.X.

Wir führen eine telefonische Befragung unter Wirtschafts- und Finanzjournalisten durch, und zwar für die Zeitschrift *prmagazin* die im gleichen Verlag erscheint wie die Zeitschrift *journalist*.

Es geht um das Thema Banken bzw. Kreditwirtschaft in Deutschland, deren PR und Kommunikation.

Dazu möchten wir Sie um einige Einschätzungen bitten.

Das Interview wird maximal 15 Minuten dauern und ist natürlich anonym.

Wenn Sie teilnehmen, erhalten Sie auf Wunsch von uns eine Zusammenfassung der Ergebnisse. Hätten Sie jetzt kurz Zeit, an der Befragung teilzunehmen?

Bei Nachfragen zur Anonymität:

Das Interview erfolgt nach den Richtlinien des Datenschutzgesetzes. Ihre Antworten können nicht mit Ihrem Namen in Verbindung gebracht werden.

Bei Nachfragen zum Zweck des Interviews, zum Magazin oder wann und wo die Ergebnisse veröffentlicht werden:

Das Ergebnis der Befragung wird im *prmagazin*, einem Fachmagazin für PR, voraussichtlich im August dieses Jahres veröffentlicht.

Diese Befragung und deren Veröffentlichung im *prmagazin* gibt es bereits seit 2001 zu verschiedenen Themen mit verschiedenen Journalistengruppen.

Bei Nachfragen, woher die Kontaktdaten stammen:

Die Adressen – darunter auch Ihre – sind verschiedenen Handbüchern entnommen, und zwar dem Presse- und Medienhandbuch „Stamm“ sowie dem DJV-Taschenbuch „Freie Journalisten“

Nachfragen, ob jemand Verantwortliches zu der Studie zu sprechen ist oder wer com.X ist: Sie können sich unter [www.comx-forschung.de](http://www.comx-forschung.de) über com.X informieren oder unter 0234/3250830 den Geschäftsführer und Leiter dieser Studienreihe Thomas Quast erreichen.

Bitte gemäß Liste codieren:

<b>Ressort</b>			
1	Finanz	2	Wirtschaft
3	Beides		

<b>Medienart</b>			
Printmedien		TV/Hörfunk	
1	Publikumszeitschrift +	9	Onlinemedium
2	Tages-/Wochenzeitung überr.	10	TV
3	Tages-/Wochenzeitung regional	11	TV regional
4	Wirtschafts-/Finanzzeit. +	12	TV special interest
5	Wirtschafts-/Finanzzeit. i.w.S.	13	Hörfunk +
6	Nachrichtenagentur	14	Hörfunk regio/lokal

**F1 Wichtige/Interessante Themen (ungestützt)**

Dann komme ich zu meiner ersten Frage zum Thema Banken.  
Welche Themen finden Sie als Journalist im Kontext Banken bzw. Kreditwirtschaft besonders wichtig oder interessant?

Int.: Antworten wörtlich notieren, bis zu 5 Nennungen erfassen

**F2 Wichtige/Interessante Themen (gestützt)**

Ich nenne Ihnen jetzt einige Themen. Bitte sagen Sie uns, wie wichtig diese Themen für die Berichterstattung über Banken Ihrer Ansicht nach sind.

Sie können Ihre Bewertung auf einer Skala von 1 bis 6 abstimmen.  
1 bedeutet: „das Thema ist für die Berichterstattung sehr wichtig“  
6 bedeutet: „das Thema ist für die Berichterstattung gar nicht wichtig“

Int.: Items vorlesen, Skala im Frageverlauf ggf. wiederholen

Items rotieren; „Keine Angabe / weiß nicht“ = 99

	1 = sehr wichtig			6 = gar nicht wichtig		
Bankenaufsicht	1	2	3	4	5	6
Euro-/Staatschuldenkrise und ihre Folgen	1	2	3	4	5	6
Gehälterdeckelung, Begrenzung von Boni	1	2	3	4	5	6
Politische Regulierung der Finanzmärkte	1	2	3	4	5	6
Geschäftszahlen, Geschäftsentwicklung, Prognosen	1	2	3	4	5	6
Kreditklemme	1	2	3	4	5	6
Zinssätze für Dispositions- und Überziehungskredite	1	2	3	4	5	6
Produkte, also Wertpapiere, Kredite, Fonds usw.	1	2	3	4	5	6
Reform des deutschen Bankensystems (3-Säulen-Modell, Universalbankensystem ...)	1	2	3	4	5	6
Staatsbeteiligung an Banken	1	2	3	4	5	6

**F3a Top-of-Mind Banken mit guter Pressearbeit (ungestützt)**

Und welche Bank macht aus Ihrer professionellen Sicht als Journalist besonders gute Pressearbeit und Kommunikation?

Int.: Antworten wörtlich notieren

**F3b Top-of-Mind Banken mit gutem Expertenangebot**

Gibt es Banken, die zu finanzwirtschaftlichen Fachthemen aktiv Experten als Gesprächspartner anbieten?

Ggf. Nachfragen, welche sind das.

Int.: Antworten wörtlich notieren

**F4 Bewertung Pressearbeit vorgegebener Banken**

Bitte bewerten Sie nun Pressearbeit und Kommunikation einiger deutscher Banken. Ich nenne Ihnen die Unternehmen, bitte geben Sie jeweils eine Schulnote von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend für die Pressearbeit und Kommunikation des jeweiligen Unternehmens.

Int.: Items vorlesen, Skala im Frageverlauf ggf. wiederholen

Items rotieren; „Keine Angabe / weiß nicht“ = 99

	1 = sehr gut			6 = ungenügend		
Aareal Bank	1	2	3	4	5	6
Commerzbank	1	2	3	4	5	6
Deka Bank	1	2	3	4	5	6
Deutsche Bank	1	2	3	4	5	6
Deutsche Postbank	1	2	3	4	5	6
DZ Bank	1	2	3	4	5	6
ING-DiBa	1	2	3	4	5	6
KfW Bankengruppe	1	2	3	4	5	6
Unicredit Bank	1	2	3	4	5	6
WGZ Bank	1	2	3	4	5	6

**F5 Bewertung Präsenz vorgegebener Vorstandsvorsitzender von Banken**

Für wie präsent halten sie die Vorstandsvorsitzenden fünf ausgewählter Banken, wenn es um das Entstehen für Unternehmensbelange oder allgemeine Themen des Bank und Kreditwesens geht?

Ich nenne Ihnen nun die Namen, bitte geben Sie auf einer Skala von 1 = sehr präsent bis 6 = überhaupt nicht präsent an, wie sie die Präsenz einschätzen.

Int.: Items vorlesen, Skala im Frageverlauf ggf. wiederholen

Items rotieren; „Keine Angabe / weiß nicht“ = 99

	1 = sehr präsent			6 = überhaupt nicht präsent		
Anshu Jain (Deutsche Bank)	1	2	3	4	5	6
Martin Blessing (Commerzbank)	1	2	3	4	5	6
Theodor Weimer (Unicredit Deutschland)	1	2	3	4	5	6
Jürgen Fitschen (Deutsche Bank)	1	2	3	4	5	6
Ulrich Schröder (KfW Bankengruppe)	1	2	3	4	5	6
Wolfgang Kirsch (DZ Bank)	1	2	3	4	5	6

**F6** Einschätzung zur Präsenz von Vorständen

Bitte bewerten Sie einige Aussagen zur Präsenz von Vorstandsvorsitzenden bzw. hohen Unternehmensvertretern in der Öffentlichkeit und den Medien in Deutschland. Dabei geht es nicht nur um Banken. Bitte werten Sie auf einer Skala von 1 „stimme voll und ganz zu“ bis 6 „stimme gar nicht zu“.

Int.: Items vorlesen, Skala im Frageverlauf ggf. wiederholen

Items rotieren; „Keine Angabe / weiß nicht“ = 99

	1 = stimme voll und ganz zu			6 = stimme gar nicht zu		
Über alle Branchen gesehen verhalten sich hohe Unternehmensvertreter gegenüber den Medien viel zu zurückhaltend, sind also zu wenig präsent.	1	2	3	4	5	6
Insgesamt kann die Medien- und Öffentlichkeitspräsenz der Vorstandsvorsitzenden der Banken als positives Beispiel für Präsenz gelten.	1	2	3	4	5	6
Es ist gut, wenn ein Unternehmen über die Präsenz hoher Unternehmensvertreter in Medien und Öffentlichkeit ein Gesicht bekommt.	1	2	3	4	5	6
Die Medienpräsenz der Vorstandsvorsitzenden der Banken ist überzogen.	1	2	3	4	5	6

**F7** Informationsqualität zu wichtigen/interessanten Themen

Eingang des Interviews haben wir Sie gebeten, die Wichtigkeit einiger Themen für die Berichterstattung über Banken bzw. die Kreditwirtschaft einzuschätzen. Ich möchte Sie nun bitten, zu sagen, wie gut Sie zu diesen Themen aus der Branche selbst insgesamt informiert werden.

Bitte werten Sie wieder auf einer Skala von 1 bis 6.

1 bedeutet diesmal „ich werde zu dem Thema von Banken oder Branchenverbänden insgesamt sehr gut informiert“ / 6 bedeutet „ich werde zu dem Thema von Banken oder Branchenverbänden insgesamt sehr schlecht informiert“

Int.: Items vorlesen, Skala im Frageverlauf ggf. wiederholen

Items rotieren; „Keine Angabe / weiß nicht“ = 99

	1 = werde sehr gut informiert			6 = werde sehr schlecht informiert		
Bankenaufsicht	1	2	3	4	5	6
Euro-/Staatschuldenkrise und ihre Folgen	1	2	3	4	5	6
Gehälterdeckelung, Begrenzung von Boni	1	2	3	4	5	6
Politische Regulierung der Finanzmärkte	1	2	3	4	5	6
Geschäftszahlen, Geschäftsentwicklung, Prognosen	1	2	3	4	5	6
Kreditklemme	1	2	3	4	5	6
Zinssätze für Dispositions- und Überziehungskredite	1	2	3	4	5	6
Produkte, also Wertpapiere, Kredite, Fonds usw.	1	2	3	4	5	6
Reform des deutschen Bankensystems (3-Säulen-Modell, Universalbankensystem ...)	1	2	3	4	5	6
Staatsbeteiligung an Banken	1	2	3	4	5	6

**F8a** Maßnahmen zur Eindämmung der Gefahr von Finanzkrisen (ungestützt)

Noch immer klingt ja die letzte Finanzkrise nach bzw. ist je nach Diktion auch noch gar nicht gebannt.

Welche Maßnahme oder Gegebenheit bzw. welches Mittel sehen Sie als das geeignetste an, um die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen?

Int.: Antworten wörtlich notieren

**F8b** Maßnahmen zur Eindämmung der Gefahr von Finanzkrisen (gestützt)

Und welche der folgenden Maßnahmen bzw. Gegebenheiten sind Ihrer Meinung nach geeignet oder wichtig, die Gefahr von Finanzkrisen in Zukunft einzudämmen? Sie können Ihre Bewertung auf einer Skala von 1 für „sehr wichtig“ bis 6 „gar nicht wichtig“ abstimmen.

Int.: Items vorlesen, Skala im Frageverlauf ggf. wiederholen

Items rotieren; „Keine Angabe / weiß nicht“ = 99

	1 = sehr wichtig			6 = gar nicht wichtig		
Regulierung der Branche durch politische Vorgaben	1	2	3	4	5	6
Differenzierte und sachkundige Berichterstattung der Medien	1	2	3	4	5	6
Ein Umbau des Geschäftsmodells, also beispielsweise Zurückfahren des Investmentbanking und Stärkung des Unternehmens- und Privatkundengeschäfts.	1	2	3	4	5	6
Mehr Bemühungen um internen Kulturwandel, also beispielsweise die Veränderung der Unternehmenswerte mit Fokus auf gesellschaftliche Verantwortung.	1	2	3	4	5	6
Staatliche Beteiligung an Banken	1	2	3	4	5	6
Eine zunehmend kritische Haltung der Öffentlichkeit	1	2	3	4	5	6
Kritische Beobachtung durch NGOs	1	2	3	4	5	6
Image- und Aufklärungskampagnen der Banken	1	2	3	4	5	6
Gesunkene Risikobereitschaft bei Investoren und Kreditnehmern	1	2	3	4	5	6
Die Krisenarbeit von EZB und Bundesbank	1	2	3	4	5	6

**F9a** Einschätzung zur Transparenz der Banken

Vertrauensbildung bei Kunden und in der Öffentlichkeit gilt als ein wichtiges Mittel, das durch die Krise massiv geschwächte Vertrauen in die Banken wiederherzustellen. Um Vertrauen zu schaffen sind Offenheit und Transparenz nötig.

Wie bewerten Sie Banken insgesamt in Punkto Offenheit und Transparenz gegenüber Journalisten mit einer Schulnote von 1 = sehr gut bis 6 = ungenügend.

Die Offenheit und Transparenz der Banken gegenüber Journalisten ist ...

Items rotieren; „Keine Angabe / weiß nicht“ = 99

1 = sehr gut			6 = ungenügend		
1	2	3	4	5	6

**F9b** Mögliche Veränderung der Transparenz seit der Finanzkrise

Hat sich das Bemühen der Banken um Offenheit und Transparenz gegenüber Journalisten seit der Krise verändert? Was von dem Folgenden trifft zu?

Das Bemühen um Offenheit und Transparenz gegenüber Journalisten ist ...

1	gleich geblieben
2	besser geworden
3	schlechter geworden
99	Keine Angabe / weiß nicht (nicht vorlesen)

**F10** Einschätzungen zum Verhalten der Banken infolge der Finanzkrise

Wir möchten Sie auch noch um ein paar Einschätzungen zum Verhalten der Banken und anderer Akteure infolge der Krise bitten.

Bitte bewerten Sie auch diesmal einige Aussagen auf einer Skala von 1 für „stimme voll und ganz zu“ bis 6 für „stimme gar nicht zu“

Int.: Items vorlesen, Skala im Frageverlauf ggf. wiederholen

Items rotieren; „Keine Angabe / weiß nicht“ = 99

	1 = stimme voll und ganz zu			6 = stimme gar nicht zu		
	1	2	3	4	5	6
Gegenüber den Kunden haben die Banken ihre Marketingstrategie kaum geändert und machen in erster Linie weiterhin hohe Rendite- oder Zinsversprechen.						
Die teilweise Deckelung von Managergehältern und Boni ist ein richtiger Schritt zukünftig vergleichbaren Krisen entgegenzuwirken.						
Es hat klare Signale von Topmanagern zur Verantwortungsübernahme für die Krise gegeben, um das Vertrauen in die Branche zu stärken.						
Die Banken haben in der Kommunikation mit den Kunden reagiert und versuchen, durch mehr Transparenz Vertrauen zurückzugewinnen.						
Einige Banken nutzen verstärkt externe Berater, um für die Bank und ihr Topmanagement Imagepflege auch bei Journalisten zu betreiben.						
Die meisten Topmanager zeigen in der Öffentlichkeit nach wie vor wenig Bereitschaft, zu Ihrer Verantwortung für und in der Krise zu stehen.						
Eine Deckelung von Managergehältern und Boni ist lediglich eine populistische Maßnahme.						
Das Thema interner Kulturwandel der Banken ist eher eine kommunikative Beruhigungsmaßnahme für die Öffentlichkeit, als dass tatsächlich etwas passiert.						
Die Errichtung einer zentralen europäischen Bankenaufsicht für die Eurozone ist eine sinnvolle Maßnahme.						
Das starke Engagement des Staates bis hin zur Verstaatlichung von Banken war und ist unumgänglich zur Rettung des Finanzsystems.						
Die Bemühungen der Banken um internen Kulturwandel sind vielfach schon weit vorangekommen.						

**F11 Bank mit aktivem und sichtbarem Wandel?**  
**Welche Bank oder Banken haben in Folge der Krise einen aktiven Wandel eingeleitet und auch nach außen sichtbar gemacht bzw. kommuniziert?**  
 Int.: Antworten wörtlich notieren

**F12 Volkswirtschaftliche Bedeutung einer international tätigen Bank**  
**Wie wichtig ist es unter volkswirtschaftlichen Gesichtspunkten, dass eine international tätige Bank ihren Sitz in Deutschland hat?**  
**Sie können Ihre Bewertung auf einer Skala von 1 für „sehr wichtig“ bis 6 „gar nicht wichtig“ abstimmen.**  
 Int.: Items vorlesen, Skala im Frageverlauf ggf. wiederholen  
 Items rotieren; „Keine Angabe / weiß nicht“ = 99

1 = sehr wichtig					6 = gar nicht wichtig
1	2	3	4	5	6

**F13 Einschätzungen zum Phänomen Industrie- bzw. B2B-Banken**  
**Als letzte inhaltliche Frage möchten wir Sie noch um die Einschätzung zu einem relativ jungen Phänomen bitten.**  
**Für Endverbraucher gibt es ja schon länger Banken bzw. Finanzierungslösungen von Händlern und Anbietern, z.B. bei Autobauern. Das lässt sich nun auch zunehmend in der Industrie beobachten, wie etwa die jüngste Neugründung TRUMPF Financial Services GmbH, des Maschinenbauers TRUMPF, im März.**  
**Ein anderes Beispiel: Siemens hat schon seit Ende 2010 eine eigene Banklizenz u.a. als Reaktion auf die Finanzkrise und vor allem die gefürchtete Kreditklemme.**  
**Bitte bewerten Sie auch zum Thema Industriebanken einige Aussagen auf einer Skala von 1 für „stimme voll und ganz zu“ bis 6 für „stimme gar nicht zu“**  
 Int.: Items vorlesen, Skala im Frageverlauf ggf. wiederholen  
 Items bis auf Item 1 rotieren; „Keine Angabe / weiß nicht“ = 99

	1 = stimme voll und ganz zu			6 = stimme gar nicht zu		
Der Trend zu Bankgründungen im und für den Industrie- bzw. Business-to-Business-Bereich wird noch zunehmen.	1	2	3	4	5	6
Für klassische Universalbanken stellen Industriebanken keine nennenswerte Konkurrenz dar.	1	2	3	4	5	6
Die Banken haben den Trend zu Industriebanken mit hoher Priorität auf dem Schirm und werden versuchen entsprechend gegenzusteuern.	1	2	3	4	5	6
Der Trend zu Industriebanken ist eine notwendige Reaktion von Unternehmen, die sich diese Option leisten können.	1	2	3	4	5	6
Die mögliche Konkurrenz von Industriebanken wird klassische Banken mit Blick auf das Thema Kreditvergabe zu umfassenderen Reaktionen veranlassen.	1	2	3	4	5	6

Filter: D1 und D2 sind i.d.R. durch Kennzeichnung auf der Titelseite abgedeckt und müssen nur bei freien Journalisten gefragt werden. Für freie Journalisten gibt es eine extra Liste!

**D1 Anstellungsverhältnis**  
**Damit ist unsere Befragung schon so gut wie beendet. Sagen Sie mir bitte noch, ob Sie ...?**  
 Int.: Antworten vorlesen

1	fest angestellt sind in der Redaktion eines Mediums
2	freiberuflich tätig für verschiedene Medien

**D2 Haupt-Medium freier Journalisten**  
**Für was für ein Medium arbeiten Sie hauptsächlich?**  
 Int.: Wenn Antwort „Bin freier Journalist, arbeite für mehrere davon“  
**Und für was für Medien arbeiten Sie am meisten?**  
 Int.: Antworten vorlesen  
 Mehrfachnennungen möglich

1	Printmedium	4	Online
2	Radio		
3	Fernsehen	99	Keine Angabe / weiß nicht (nicht vorlesen)

**D3 Teilnahme 2009**  
**Haben Sie 2009 schon einmal an unserer Befragung zu Banken teilgenommen?**

1	ja	2	nein	3	weiß nicht
---	----	---	------	---	------------

**D4 Geschlecht**  
 Nicht fragen, eintragen

1	männlich	2	weiblich
---	----------	---	----------

**D5 Alter**  
**Würden Sie mir zum Schluss noch sagen, wie alt Sie sind?**  
 Int.: Alter notieren, Keine Angabe = 999

**E1 Adressaufnahme für Ergebniszusendung**  
**Das war's auch schon, das Interview ist damit abgeschlossen. Wenn Sie möchten, schicken wir Ihnen gerne eine Zusammenfassung der Ergebnisse dieser Umfrage per E-Mail zu. Möchten Sie die Ergebnisse bekommen?**  
 Int.: Falls Nachfrage zur Anonymität:  
**Natürlich behandeln wir Ihre E-Mail-Adresse nach den Regeln des Datenschutzes und verwenden Sie nur für die Zusendung der Ergebnisse.**

1	Zusendung per Mail erwünscht	→ Adresse erfassen
2	Zusendung per Post erwünscht	→ Adresse erfassen
3	Keine Zusendung erwünscht	→ Schlussseite

**Schlussseite**  
**Wir danken Ihnen ganz herzlich für Ihre freundliche Unterstützung und wünschen Ihnen noch einen schönen Tag!**