

Imagepflege ist eine strategische Aufgabe

Andreas Kühne

Welches Ansehen genießt die mittelständische chemische Industrie? Unternehmen können ihre Darstellung in der Öffentlichkeit verbessern, indem sie intensiver informieren.

Das Verantwortungsbewusstsein der deutschen mittelständischen Chemieindustrie gilt als besonders hoch und die Sicherheitsstandards für Mensch und Umwelt durch staatliche Vorgaben im internationalen Vergleich als vorbildlich. Dennoch haben mehr als die Hälfte der Deutschen (58%) ein negatives Bild von der Chemieindustrie.

Dieses Ergebnis zeigt die Umfrage des Beratungsunternehmens OPC vom Juni. Es befragte 1054 Personen im Alter von 18 bis 65 Jahren in Deutschland zum Image der deutschen Chemieindustrie.

Das zweite Umfrageergebnis: Etwa die Hälfte der Befragten (51%) interessiert sich für Themen der Chemieindustrie, aber nur etwas mehr als ein Viertel (27%) hält sich für genügend informiert. Interesse und Kenntnis der Befragten beeinflussen in hohem Maß das Image

der chemischen Industrie. Das Ergebnis führt zu einem klaren Handlungsauftrag für die Unternehmen.

Unspezifische Ängste

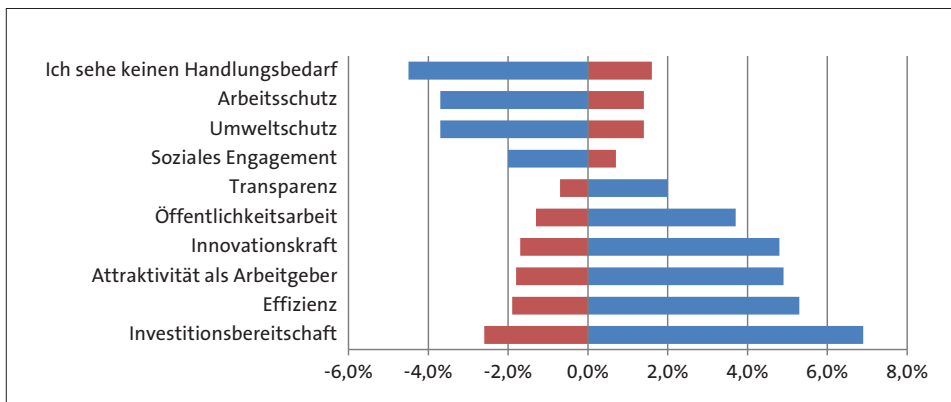
Die Studie, die OPC beim Düsseldorf Market Research Institute in Auftrag gegeben hatte, verlief in zwei Stufen: Nach einer ersten Erhebung zur allgemeinen Einstellung der Befragten, ging es in einem zweiten Schritt darum, inwieweit sie einen Handlungsbedarf bei Verantwortung, Interaktion und Leistungsfähigkeit für mittelständische chemische Unternehmen in Deutschland sehen.

Dabei ging die Studie vor allem der Frage nach, wie Interesse und Kenntnisse das Image der chemischen Industrie beim Endverbraucher beeinflussen. Das Ergebnis: Je höher der Kenntnisstand, desto geringer wird der Handlungsbedarf

bei Umweltschutzmaßnahmen eingeschätzt. Oder umgekehrt: Je geringer der Kenntnisstand, desto größer sind unspezifische Ängste vor Umweltschäden. Obwohl 50% der Befragten sich als interessiert bezeichnen, fühlen sich 73% schlecht informiert.

Nach den detaillierten Umfrageergebnissen lassen sich drei Meinungsgruppen unterscheiden: Die erste Gruppe zeichnet sich durch hohes Interesse, gute Kenntnisse und ein positives Bild der chemischen Industrie aus. Ihnen ist deren Attraktivität als Arbeitgeber wichtig und sie bekunden ein großes Interesse an den für die chemische Industrie wichtigen Themen. Zu dieser Gruppe zählen 19% der Befragten.

Die zweite Gruppe umfasst die Interessierten, aber wenig informierten (27%). Bei ihnen ist Umweltschutz der entscheidende Meinungsbildner. Hier besteht ein großer Unterschied zwischen den positiv und den negativ eingestellten Interviewpartnern. Während 72% der negativ Eingestellten Handlungsbedarf im Umweltschutz sehen, ist dieser nur für 51% der Befragten mit einer positiven Meinung zur chemischen Industrie verbesserungsbedürftig. Diese Befürworter sehen dafür überdurchschnittlich großen Handlungsbedarf in den Bereichen Öffentlichkeitsarbeit und Attraktivität als Arbeitgeber.



Kenntnisstand beeinflusst Empfindungen: Kenner der chemischen Industrie (blau, +7%) trauen ihr beispielsweise mehr Investitionsbereitschaft zu als Nichtkenner (rot, -2,5%) und der Durchschnitt der Befragten (0%).

Die dritte Gruppe bezeichnet Interesse, Kenntnisstand und Einstellung zur chemischen Industrie selbst als unterdurchschnittlich und negativ. Sie ist mit 36% die größte. Ihr gehören diejenigen Personen an, die sich weder für die Chemieindustrie interessieren, noch darüber informiert sind und die ein schlechtes Bild von der Chemieindustrie haben.

Umweltschutz ist Imagepflege

● Es war vor allem die Frage, „In welchen Bereichen sehen Sie Handlungsbedarf für mittelständische Unternehmen in der chemischen Industrie in Deutschland?“, die ein Gefälle zwischen dem unternehmerischen und dem öffentlichen Interesse zeigt. Für alle Befragten steht die unternehmerische Verantwortung der Chemiebetriebe an erster Stelle. Vor allem das Thema Umweltschutz ragt in allen Gruppen aus den Antworten heraus, gefolgt von Fragen des Arbeitsschutzes und der Transparenz. Als wichtig bezeichneten die meisten der Befragten zudem die unterschiedlichen Formen der Interaktion wie Öffentlichkeitsarbeit und Attraktivität als Arbeitgeber. Faktoren der Leistungsfähigkeit der Unternehmen, wie Investitionsbereitschaft, Innovationskraft und Effizienz hingegen schätzten alle Befragten auffallend gering.

Information fördert Ansehen

● Auffällig war, dass viele der Befragten Interesse an der Chemieindustrie zeigten, sich jedoch als wenig informiert bezeichneten. Dabei beeinflussen vor allem die Information und der Kenntnisstand der Befragten die empfundene Bedeutung der Handlungsfelder: Je mehr Konsumenten über ein Unternehmen wissen, desto bedeutsamer schätzten sie dessen Interaktionsbereitschaft und Leistungsfähigkeit ein (Abbildung).

Für die Umsetzung der Ergebnisse in der Praxis hieße dies, mehr

als bisher das Bedürfnis nach Information zu stillen. Mittelständische Chemieunternehmen könnten sich beispielsweise verstärkt auf die regionale Öffentlichkeitsarbeit konzentrieren. Die Hauptzielgruppe sollte dabei vor allem diejenige der positiven „Meinungsbildner“ sein. Es gilt, das Bild als innovatives Unternehmen und attraktiver Arbeitgeber nachhaltig zu verbessern und zu stärken. Auf diesem Weg be-

steht die Chance, schließlich auch die Negativgruppe innerhalb der Bevölkerung zu erreichen.

Andreas Kühne, promovierter Wirtschaftswissenschaftler, arbeitet als Unternehmensberater für OPC in Düsseldorf, spezialisiert auf die Organisations- und Prozessoptimierung von Unternehmen mit mittelständischen Strukturen. Sein Fokus liegt auf der Schnittstelle zwischen den technischen Bereichen wie Forschung und Entwicklung oder Produktion und Management. www.opc-gruppe.de



GESELLSCHAFT DEUTSCHER CHEMIKER



Karriereservice und Stellenmarkt

- ✓ Stellenmarkt für Chemikerinnen und Chemiker – in den „Nachrichten aus der Chemie“ und Online unter www.gdch.de/stellen
- ✓ Informationen rund um Arbeitsmarkt und Beruf
- ✓ Bewerberdatenbank für Fach- und Führungskräfte aus allen Bereichen der Chemie
- ✓ Bewerbungsseminare und -workshops
- ✓ Jobbörsen und Vortragsveranstaltungen
- ✓ Rechtsberatung
- ✓ Gehaltsumfrage

GDCh-Karriereservice und Stellenmarkt	Tel. 069 7917-665
Postfach 90 04 40	Fax 069 7917-322
60444 Frankfurt am Main	E-Mail karriere@gdch.de

www.gdch.de/karriere