



E C C O

International
Communications
Network

ECCO Düsseldorf
EC Public Relations GmbH
Heinrichstraße 73
40239 Düsseldorf
Telefon (0211) 23 94 49-0
Telefax (0211) 23 94 49-29
info@ecco-duesseldorf.de

Pressemitteilung

frei zur sofortigen Veröffentlichung

Düsseldorf, 25.9.2006

Internationale Studie des ECCO-Agenturnetzes

Bei deutschen Unternehmen: „Soziale Verantwortung“ Nebensache?

„Corporate Values Index 2006“ untersuchte in zwölf Ländern,
zu welchen Werten sich Unternehmen bekennen

Ist „Soziale Verantwortung“ im Land der sozialen Marktwirtschaft „out“? Dieser Schluss liegt nahe, wenn die Werte analysiert werden, zu denen sich deutsche Manager auf den Webseiten ihrer Unternehmen bekennen. Gerade einmal auf Platz 14 der Werterangliste schafft es „Soziale Verantwortung“ bei einer Untersuchung des internationalen Agenturnetzes ECCO, die jetzt abgeschlossen wurde. In zwölf Ländern haben die Kommunikationsexperten rund 4.000 Unternehmen unter die Lupe genommen, von denen rund 3.000 einen ausdrücklichen Wertekatalog haben. Der deutsche Teil der Studie wurde mit Unterstützung der Fachhochschule Gelsenkirchen durchgeführt.

Während sich in Deutschland nur rund 15 Prozent der untersuchten Unternehmen zur sozialen Verantwortung bekennen, liegt dieser Wert in den USA und Großbritannien mit 38 bzw. 30 Prozent der Nennungen jeweils auf Platz 4 der Wertskala. Deutsche Unternehmen sehen dagegen im Vergleich am häufigsten in der „Internationalität“ einen Wert, den es hoch zu halten gilt.

Rund 95 Prozent aller 353 untersuchten deutschen Unternehmen bekennen sich zu einem Wertekanon. Dieser fällt im internationalen Vergleich sogar recht großzügig aus: Mit durchschnittlich acht Werten pro Unternehmen stehen die Deutschen mit der Anzahl Wertnennungen an erster Stelle aller untersuchten Länder. Das europäische Nachbarland Frankreich hingegen bewegt sich mit 4,5 Werten pro Unternehmen im Durchschnitt.

Die gezielte Zusammenstellung von Werten hat sich zu einem wichtigen Management-Instrument entwickelt. Immerhin haben 80 Prozent der in Deutschland untersuchten Unternehmen klar identifizierbare Wertvorstellungen auf ihren Internetseiten. „Dabei handelt es sich nicht um Äußerlichkeiten, denn der Formulierung von Unternehmenswerten geht in der Regel ein intensiver Diskussionsprozess auf höchster Führungsebene voraus“, stellt Prof. Dr. Karl-Martin Obermeier von der Fachhochschule Gelsenkirchen fest, der den deutschen Teil der Studie begleitet hat.

Während gesellschaftsbezogene Werte in Deutschland auf den hinteren Plätzen zu finden sind, beziehen sich die Unternehmen hier bei der

relatio:

Public Relations | München | Berlin

ECCO München
relatio PR GmbH
Franz-Joseph-Str. 15-17 RG
80801 München
Telefon: (0 89) 21 02 57-0
Telefax: (0 89) 21 02 57-19
info@relatio-pr.de

PRGS

Public Affairs | Crisis Communication

ECCO Berlin
PRGS – PUBLIC RELATIO
Governmental Solutions
Unter den Linden 74
10117 Berlin
Telefon: (0 30) 2 12 34 22-0
Telefax: (0 30) 2 12 34 22-99
info@prgs.de



ECCO Hamburg
Bellmann, Gröning & Partner GmbH
Kommunikation und Marketing
Beim Schlump 13A
20144 Hamburg
Telefon (0 40) 48 06 55-10
Telefax (0 40) 46 51 30
agentur@bgup.de



E C C O

International
Communications
Network

ECCO Düsseldorf
EC Public Relations GmbH
Heinrichstraße 73
40239 Düsseldorf
Telefon (0211) 23 94 49-0
Telefax (0211) 23 94 49-29
info@ecco-duesseldorf.de

Wertorientierung vor allem auf Wettbewerbsfähigkeit und Professionalität. Die internationalen Top 3 Innovation, Qualität und Kundenzufriedenheit stehen auch hier an der Spitze. Die folgenden Plätze der deutschen Top 5 sind mit den professionellen Werten Internationalität und Know-how belegt. Damit ragt Deutschland aus der Statistik heraus. Internationalität haben durchschnittlich nur 8 Prozent aller untersuchten Unternehmen weltweit angegeben. In England liegt der Wert auf Platz 19, in Frankreich oder Norwegen gar hinter dem 40. Platz. Für deutsche Unternehmen scheinen Themen wie Globalisierung oder weltweite Präsenz eine größere Rolle zu spielen.

Moralische und soziale Werte kommen dagegen im deutschen Wertekanon eher selten vor. Soziale Verantwortung, Respekt oder Integrität befinden sich auf der weltweiten Rangliste unter den Top 10 der häufigsten Nennungen. Im Gegensatz dazu lässt sich das Prinzip der Integrität nur auf 5 Prozent aller deutschen Internetseiten wieder finden. Von Respekt sprechen sogar nur 3 Prozent aller untersuchten Unternehmen in Deutschland, wenn es um spezifische Wertorientierung geht.

Der komplette Untersuchungsbericht in englischer Sprache inklusive einer Kurzauswertung in deutscher Sprache kann über ECCO Düsseldorf/EC Public Relations GmbH, Tel. (02 11) 23 94 49-0, info@ecco-duesseldorf.de zum Preis von 600 Euro zzgl. MWSt bezogen werden. Weitere Informationen für die Redaktion durch:

Lutz Cleffmann
ECCO Düsseldorf
EC Public Relations GmbH
Heinrichstraße 73
40239 Düsseldorf
Telefon (0211) 23 94 49-21
Telefax (0211) 23 94 49-29
lutz.cleffmann@ecco-duesseldorf.de

relatio:

Public Relations | München | Berlin

ECCO München
relatio PR GmbH
Franz-Joseph-Str. 15-17 RG
80801 München
Telefon: (0 89) 21 02 57-0
Telefax: (0 89) 21 02 57-19
info@relatio-pr.de

PRGS

Public Affairs | Crisis Communication

ECCO Berlin
PRGS – PUBLIC RELATIO
Governmental Solutions
Unter den Linden 74
10117 Berlin
Telefon: (0 30) 2 12 34 22-0
Telefax: (0 30) 2 12 34 22-99
info@prgs.de



ECCO Hamburg
Bellmann, Gröning & Partner GmbH
Kommunikation und Marketing
Beim Schlump 13A
20144 Hamburg
Telefon (0 40) 48 06 55-10
Telefax (0 40) 46 51 30
agentur@bgup.de



E C C O

International
Communications
Network

ECCO Düsseldorf
EC Public Relations GmbH
Heinrichstraße 73
40239 Düsseldorf
Telefon (0211) 23 94 49-0
Telefax (0211) 23 94 49-29
info@ecco-duesseldorf.de

Hintergrund Das ECCO Agenturnetz

ECCO ist eines der größten internationalen Netze inhabergeführter PR-Agenturen. Mit rund 460 Mitarbeitern erzielten die ECCO-Agenturen im Jahr 2005 einen Honorarumsatz von knapp 40 Millionen Euro. Neben fast allen Staaten der EU ist ECCO im Nahen Osten, Indien, China, den USA und Lateinamerika vertreten. Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.ecco-network.com>

In Deutschland gehören zu ECCO vier Agenturen in Düsseldorf (EC Public Relations), München (relatio PR), Berlin (Public Relatio Governmental Solutions) und Hamburg (Bellmann Gröning & Partner).

Die deutschen Aktivitäten des ECCO-Netzes werden von Lutz Cleffmann koordiniert, der gleichzeitig die Kundenberatung von ECCO Düsseldorf/EC Public Relations verantwortet. Das Unternehmen ist Ende 2005 aus der Agentur DIKOM hervorgegangen, die 1993 von Lutz Cleffmann gegründet worden war. Zuvor war er unter anderem bei der heutigen Citigate SEA und dem Vorläuferunternehmen der Agenturgruppe Pleon in leitender Position tätig.

Hintergrund

Der Studiengang Journalistik/Public Relations der Fachhochschule Gelsenkirchen

Das Institut für Journalismus und Public Relations an der Fachhochschule Gelsenkirchen wurde 2005 gegründet. Seit Mitte 2006 ist das Institut eine „selbstständige“ Einheit der FH Gelsenkirchen im Range eines Fachbereichs. Das Institut führt den sechssemestrigen Bachelor-Studiengang Journalismus und Public Relations durch sowie seit September 2006 den berufsbegleitenden Weiterbildungs-Master-Studiengang Public Relations. Beide Studiengänge wurden im Sommer 2006 akkreditiert. Der Studiengang Journalismus und Public Relations ist der Nachfolger des Studiengangs Journalismus & Technik-Kommunikation, der bereits seit 2000 läuft.

Das Institut ist recht „familiär“ organisiert: Acht Professoren betreuen zurzeit etwa 220 Präsenz-Studierende im Bachelor-Studium. Bei den verschiedenen Rankings erreicht das Gelsenkirchener Institut für Journalismus und Public Relations immer wieder Spitzenwerte.

Die beiden Gelsenkirchener Studiengänge weisen dabei zwei Besonderheiten auf:

1. Bachelor-Studiengang Journalismus und Public Relations

Die Studierenden besuchen in den ersten vier Semestern ihre Lehrveranstaltungen gemeinsam: Das heißt, auch die Studierenden, die sich schon entschieden haben, dass sie später als Journalistin oder als Journalist arbeiten wollen, lernen – neben ihren journalistischen Veranstaltungen (Schreibwerkstätten, Lehrredaktionen usw.) – auch Moral und Ethik in der PR, strategische Ansätze, Instrumentarien der Public Rela-

relatio:

Public Relations | München | Berlin

ECCO München
relatio PR GmbH
Franz-Joseph-Str. 15-17 RG
80801 München
Telefon: (0 89) 21 02 57-0
Telefax: (0 89) 21 02 57-19
info@relatio-pr.de

PRGS

Public Affairs | Crisis Communication

ECCO Berlin
PRGS – PUBLIC RELATIO
Governmental Solutions
Unter den Linden 74
10117 Berlin
Telefon: (0 30) 2 12 34 22-0
Telefax: (0 30) 2 12 34 22-99
info@prgs.de



ECCO Hamburg
Bellmann, Gröning & Partner GmbH
Kommunikation und Marketing
Beim Schlump 13A
20144 Hamburg
Telefon (0 40) 48 06 55-10
Telefax (0 40) 46 51 30
agentur@bgup.de

tions kennen. Umgekehrt gilt: Diejenigen, die nach ihrem Studium im Bereich Public Relations arbeiten wollen, besuchen gemeinsam mit ihren Kommilitoninnen und Kommilitonen alle oben genannten Lehrveranstaltungen mit journalistischem Schwerpunkt.

Erst nach vier Semestern müssen sich die Studierenden dann endgültig entscheiden, ob sie den Schwerpunkt Journalismus oder Public Relations wählen wollen.

2. Berufsbegleitender Master-Studiengang Public Relations

Dieser Master-Studiengang ist einzigartig in Deutschland und wurde von der Akkreditierungs-Agentur als „innovativ“ gekennzeichnet. Zugangsvoraussetzung zu diesem Studiengang ist ein erster akademischer Abschluss (Bachelor, Diplom, Staatsexamen o. ä.) und ein Jahr einschlägige Berufserfahrung.

Studierende können mit Ihrem Master-Studium jederzeit beginnen, es gibt kein Sommersemester und kein Wintersemester! Den Studienverlauf bestimmen die Studentinnen und Studenten selbst!

Der Master-Studiengang Public Relations ist modular aufgebaut. Jedes Modul besteht aus einem angeleiteten und begleiteten Selbststudienanteil von 120 Stunden und einer Pflichtpräsenz von 30 Stunden. Die Präsenzphasen finden – einmal im Monat – an einem Donnerstag, Freitag und Samstag in Gelsenkirchen statt.

Zur Masterarbeit und zum anschließenden Kolloquium wird zugelassen, wer die 15 Pflichtmodule und fünf Wahlpflicht-Module erfolgreich absolviert hat.

Dr. Karl-Martin Obermeier ist Professor für Public Relations und Journalismus am „Institut für Journalismus und Public Relations“ der Fachhochschule Gelsenkirchen. Hier leitet er seit 2006 den Master-Studiengang Public Relations. Zuvor war er mehr als zwei Jahrzehnte Journalist für Zeitungen, Zeitschriften, Hörfunk und Fernsehen. Von 1995 bis 2000 war er Geschäftsführer und Direktor der Deutschen Hörfunkakademie in Dortmund.



E C C O

International
Communications
Network

ECCO Düsseldorf
EC Public Relations GmbH
Heinrichstraße 73
40239 Düsseldorf
Telefon (0211) 23 94 49-0
Telefax (0211) 23 94 49-29
info@ecco-duesseldorf.de

relatio:

Public Relations | München | Berlin

ECCO München
relatio PR GmbH
Franz-Joseph-Str. 15-17 RG
80801 München
Telefon: (0 89) 21 02 57-0
Telefax: (0 89) 21 02 57-19
info@relatio-pr.de

PRGS

Public Affairs | Crisis Communication

ECCO Berlin
PRGS – PUBLIC RELATIO
Governmental Solutions
Unter den Linden 74
10117 Berlin
Telefon: (0 30) 2 12 34 22-0
Telefax: (0 30) 2 12 34 22-99
info@prgs.de



ECCO Hamburg
Bellmann, Gröning & Partner GmbH
Kommunikation und Marketing
Beim Schlump 13A
20144 Hamburg
Telefon (0 40) 48 06 55-10
Telefax (0 40) 46 51 30
agentur@bgup.de