

Wenig Glaubwürdigkeit für Politik, Finanz- und Wohnungsbranche

Zwar verfügen viele deutsche Unternehmen, Medienmarken und Institutionen über eine gute Ausgangsbasis, um sich glaubwürdig über einen gesellschaftlich relevanten Daseinszweck zu positionieren. Einige Branchen befinden sich aber weiterhin erheblich in Schieflage: Insbesondere Parteien sowie die Finanzbranche und große Wohnungsgesellschaften schaffen es nicht, in Purpose-relevanten Imagedimensionen wie Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit in der öffentlichen Wahrnehmung zu punkten.

Der auf Basis der Befragungsergebnisse erstellte Purpose-Readiness-Index (PRI) zeigt die klaren Gewinner und Verlierer: Mit Indexwerten über 70 erreichen 14 Marken das höchste Level an Purposeglaubwürdigkeit, sie gelten als voll „Purpose ready“.

Immerhin 55 Marken sind derzeit zumindest „teilweise Purpose ready“, 21 Marken weisen „kritische Purpose-Lücken“ auf. Sechs Organisationen fehlt die gute Basis für eine Positionierung über einen Purpose.

NGOs und Technologiekonzerne überzeugen am meisten

Differenziert nach Branchen erzielen Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Technologiekonzerne jeweils überdurchschnittliche PRI-Werte von mehr als 70. Einzelhändler, Konsummarken, Maschinenbau sowie Pharma- und Chemieindustrie liegen ebenfalls über dem Branchendurchschnitt von 62,6, leicht darunter notieren die Automobilbranche (62,3), der

Dienstleistungssektor (62,0), die Branchen Logistik (60,9), Medien (60,8), IT (60,5) sowie Öl- und Energieunternehmen (60,2).

Dr. Niklas Schaffmeister, Managing Partner von Globeone, erklärt: „Gegenüber unserer ersten Purpose-Studie von 2019 hat die Automobilbranche ihren PRI-Wert von 57,2 auf 62,3 verbessert. Damals belastete der Dieselskandal, heute wirkt sich offenbar die begonnene Wende zur E-Mobilität positiv aus. Auch der Einzelhandel steigerte seine Purposeglaubwürdigkeit deutlich, der PRI legte von 64,5 auf 69,1 zu. Hier zeigt sich auch insbesondere die zugenommene Wertschätzung der Verbraucher während des Lockdowns.“

Grundsätzlicher Befund der Sektorenanalyse: Je „servicelastiger“ die Branche ist, desto geringer der PRI. Technologie, Einzelhandel, Maschinenbau, Pharma- und Chemieindustrie sowie Automobilbranche liegen alle vor Dienstleistungen, Logistik, IT, Finanzen und Versicherungen und Wohnungsbranche. Finanzen und Versicherungen (58,7) sowie Wohnungswirtschaft (43,3) bilden mit den politischen

Parteien und Institutionen (49,6) die Schlusslichter im Branchenranking.

Simon Aschermann, Mitautor der Studie, erklärt diesen Befund:



Wohnungskonzernen und Parteien fehlt die Purposeglaubwürdigkeit

Mit PRI-Werten von unter 50 fehlen börsennotierten Wohnungskonzerne wie Vonovia (44,0) und Deutsche Wohnen (42,7) sowie politischen Parteien wie der FDP (46,7) und der AfD (34,0) aktuell die Voraussetzungen für eine glaubwürdige Positionierung mit einem übergeordneten Zweck.

Finanz- und Versicherungsorganisationen wie die Deutsche Bank (51,2), die Deutsche Börse (55,2), die Commerzbank (55,8), die Postbank (58,3) und Ergo (59,5) halten sich so eben noch im Grenzbereich der Purposeglaubwürdigkeit.

Schaffmeister meint: „Für diese Konzerne ist der Weg zu einer belastbaren Ausgangsbasis für eine glaubwürdige Purpose-Positionierung zwar relativ steinig, aber längst nicht versperrt. Aus unserer Erfahrung kann das Bestreben, einen gesellschaftlich anerkannten Unternehmenszweck strategisch ins Geschäftsmodell zu integrieren, oftmals die dafür notwendigen Veränderungen anstoßen. Purpose- und Transformationsprojekte gehen daher oft Hand in Hand.“

Vertreter der untersuchten Unternehmen und Institutionen können die „Purpose Readiness“-Studie kostenlos auf der [Website von Globeone](#) herunterladen.

Globeone Purpose Readiness Index – Ranking

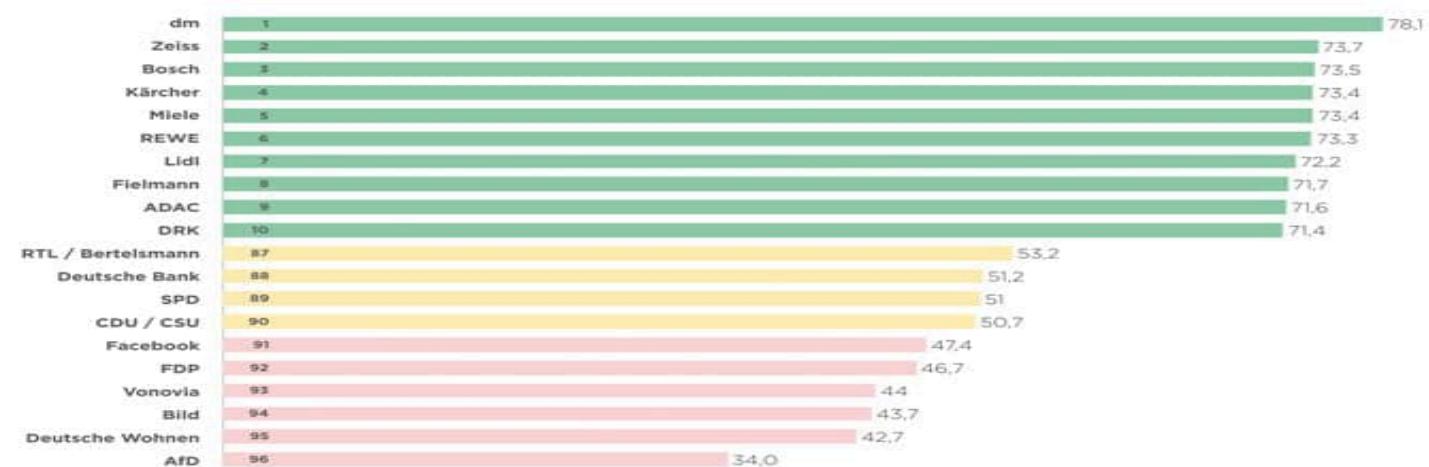
1	dm	PRI 78.1	2	ZEISS	PRI 73.7	3	BOSCH	PRI 73.5	4	KÄRCHER	PRI 73.4	5	Miele	PRI 73.4	6	REWE	PRI 73.3	7	LIDL	PRI 72.2	8	Fielmann	PRI 71.7
9.	ADAC	PRI 71.6	10	Deutsches Rotes Kreuz	PRI 71.4	11		PRI 71.3	12	HORNBACH	PRI 71.0	13	OSRAM	PRI 70.7	14	Deutsche Post	PRI 70.4	15	SIEMENS Healthineers	PRI 69.9	16	VIESSMANN	PRI 69.7
17	LIEBHERR	PRI 69.4	18	Henkel	PRI 69.3	19		PRI 69.0	20	SIEMENS	PRI 68.9	21	Continental	PRI 68.9	22	WURTH	PRI 68.5	23	ZF	PRI 68.5	24	FRESENIUS MEDICAL CARE	PRI 67.9
25	ZDF	PRI 67.3	26	PUMA	PRI 67.1	27	Google	PRI 67.0	28		PRI 66.9	29	Mediaworld SATURN	PRI 66.5	30	SAP	PRI 66.4	31	FRESENIUS	PRI 66.1	32	otto group	PRI 66.1
33	Süddeutsche Zeitung	PRI 66.1	34	BMW	PRI 66.0	35	Handelsblatt	PRI 65.8	36	AUDI	PRI 65.6	37	METRO	PRI 65.2	38	adidas	PRI 65.1	39		PRI 64.9	40	comdirect	PRI 64.6
41	MERCK	PRI 64.3	42	Frankfurter Allgemeine	PRI 64.3	43	SIXT	PRI 64.0	44	Beiersdorf	PRI 63.9	45	AIRBUS	PRI 63.8	46	DER SPIEGEL	PRI 63.7	47	KION	PRI 63.7	48	Infineon	PRI 63.6
49	I&I	PRI 63.4	50	AAV	PRI 62.7	51	Tesla	PRI 62.7	52	zalando	PRI 62.5	53	Allianz	PRI 62.4	54	ProSiebenSat.1 Media SE	PRI 62.4	55	ARAL	PRI 62.3	56		PRI 62.3
57	amazon	PRI 61.9	58	Munich RE	PRI 61.9	59	Mercedes-Benz	PRI 61.8	60	VORWERK	PRI 61.8	61	O-BASF	PRI 61.8	62	Report	PRI 61.7	63	Delivery Hero	PRI 61.4	64	Sparkasse	PRI 61.3
65	e-on	PRI 61.2	66	EVONIK	PRI 60.7	67	taze	PRI 60.7	68	BOSS	PRI 60.6	69	TUI	PRI 60.6	70	Apple	PRI 59.9	71	RENAULT	PRI 59.7	72	DB	PRI 59.6
73	ERGO	PRI 59.5	74	RWE	PRI 59.2	75	Postbank	PRI 58.3	76	VW	PRI 58.2	77	T-Mobile	PRI 58.1	78	Shell	PRI 58.0	79	Porsche	PRI 57.0	80	Lufthansa	PRI 56.6
81	RHEINMETALL GROUP	PRI 56.4	82	BRUNNEN	PRI 56.3	83	COMMERZBANK	PRI 55.8	84	DEUTSCHE BÖRSE GROUP	PRI 55.2	85	DIE LINKE.	PRI 54.5	86	RTL	PRI 54.0	87	RTL GROUP	PRI 53.2	88	Deutsche Bank	PRI 51.2
89	SPD	PRI 51.0	90	CDU CSU	PRI 50.7	91	Facebook	PRI 47.4	92	Freie Demokratie FDP	PRI 46.7	93	VONOVIA	PRI 44.0	94	Bild	PRI 43.7	95	DEUTSCHE WOHNEN	PRI 42.7	96	AfD	PRI 34.0

Quelle: Globeone (2021). Alle Rechte vorbehalten.

Quelle:

Index-Ranking-2021-Globeone-GmbH

Gewinner und Verlierer des Purpose Readiness Index 2021



Quelle: Globeone (2021). Alle Rechte vorbehalten.

Quelle:

Gewinner-2021-Globeone-GmbH

Versicherungs- und Finanznachrichten

expertenReport



<https://www.experten.de/id/4921602/wenig-glaubwuerdigkeit-fuer-politik-finanz-und-wohnungsbranche/>