

# Microsoft bei „weichen“ Themen groß

## Wo Menschen gerne arbeiten – und wo das Thema eine Rolle spielt

Microsoft ist nicht nur bei seinen Mitarbeitern als Arbeitgeber beliebt. Das Unternehmen kommuniziert seine Spitzenstellung als Arbeitgeber auch erfolgreich in den Medien.

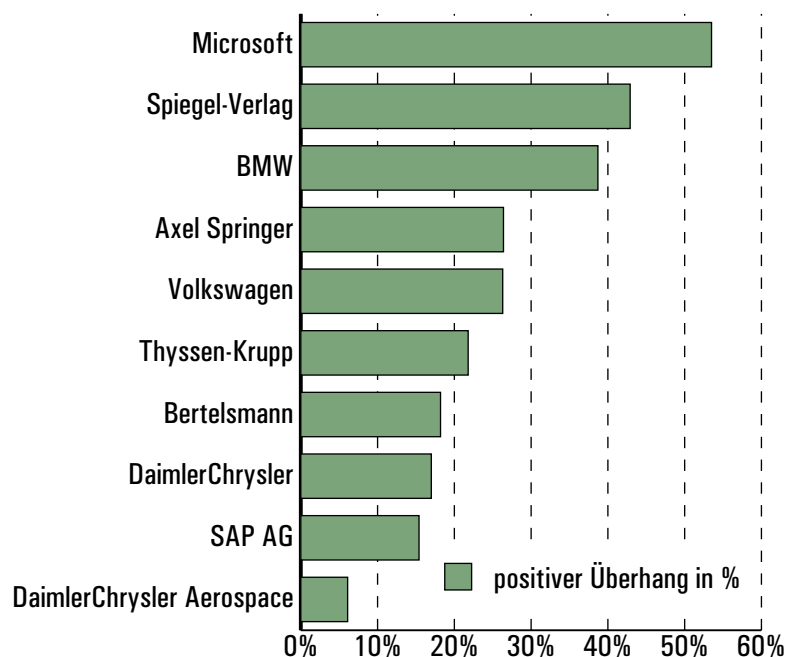
Glaubwürdigkeit des Managements, Respekt für Mitarbeiter, Fairness, Teamorientierung, Stolz der Mitarbeiter auf ihr Unternehmen – nach diesen Kriterien bewerten Mitarbeiter ihr Unternehmen in Umfragen, die das Great Place to Work-Institut jährlich durchführt. Das Wirtschaftsmagazin Capital hat in seiner Ausgabe 04/2004 die besten der 143 Unternehmen aufgelistet, die in Deutschland an dieser Umfrage teilgenommen haben.

Medien Tenor hat zum Vergleich gemessen, wie die Medien das Bemühen um die Schaffung „großartiger“ Arbeitsplätze wahrnehmen. Unternehmensethik, Arbeitsumfeld oder Glaubwürdigkeit und Ansehen der Manager waren die Themen, nach denen die Beiträge gefiltert wurden. Microsoft ist nicht nur Umfragesieger, sondern kommuniziert seine Eigenschaft als geschätzter Arbeitgeber auch erfolgreich: Im Medien Tenor-Ranking belegt das Unternehmen (wie bereits im Vorjahreszeitraum) den ersten Platz. Unter den fünf in Deutschland tätigen „Great Place to Work“-Unternehmen mit mehr als 5.000 Angestellten kamen sonst nur das Pharma-Unternehmen Boehringer Ingelheim und der Textilhändler Hennes & Mauritz mit vereinzelt Beiträgen in die Medien.

Microsoft und BMW belegen in zwei Jahren hintereinander konstant jeweils die Plätze 1 und 3, Springer Verlag und Bertelsmann die Plätze 6 und 7. Springer schnitt auch im Zeitraum 2002/03 gut ab – im selben Zeitraum gehörten Frankfurter Allgemeine Zeitung und Süddeutsche Zeitung zu den zehn Unternehmen mit dem schlechtesten Image als Arbeitgeber. Auch in Zeiten von Entlassungen gibt es Unterschiede im Umgang mit den Mitarbeitern.

In der FAZ hat das Thema den relativ kleinsten Anteil von 2,1 % (gegenüber 4 % im Durchschnitt der Tageszeitungen) aller

## Als DaimlerChrysler noch unter den zehn Besten war: 2002/03

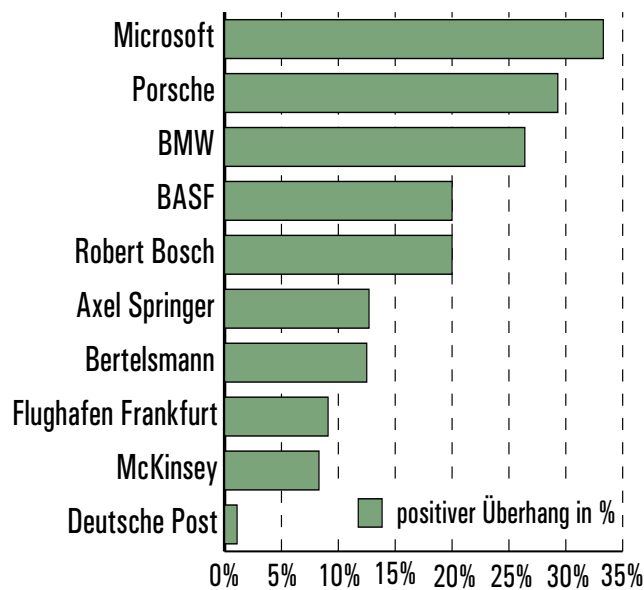


Arbeitgeber sortiert nach Überhang positiver Wertungen

Quelle: Medien Tenor  
01.05.2002 – 30.04.2003

Basis: 8.075 Passagen in  
33 Medien

## Nachhaltig gutes Image: Microsoft, BMW und Porsche: 2003/04



Arbeitgeber sortiert nach Überhang positiver Wertungen

Quelle: Medien Tenor  
01.05.2003 – 30.04.2004

Basis: 9.541 Passagen in  
33 Medien

Unternehmensthemen. Dafür beträgt der Überhang des Anteils negativer Wertungen in der FAZ „nur“ 4,9 % (Mittelwert: 9,1 %): Positive Nachrichten haben hier die relativ größten Chancen, durchzukommen. Bei den Wochenmedien ragt Focus heraus: Er widmet dem Thema mit 6,9 % aller Unternehmensthemen überproportional viel Platz (gegenüber 4,9 % im Durchschnitt der Tageszeitungen), und der Überhang des Anteils positiver Wertungen beträgt hier 38,8 % gegenüber 1,6 % im Durchschnitt der Wochenmedien.

### Basis:

**Medien:** Welt, F.A.Z., Süddeutsche, Fr. Rundschau, tageszeitung, Bild, Berliner Zeitung, Tagesthemen, heute journal, RTL Aktuell, Sat.1 18:30, Tagesschau, heute, ProSieben, Focus, Spiegel, Die Zeit, Rh. Merkur, Stern, F.A.S., WamS, BamS, Super Illu, Fakt, Frontal 21, Kontraste, Monitor, Panorama, Plusminus, Report (BR), Report (SWR), WISO, Berlin direkt

**Analysezeitraum:** 01.05.2002 – 30.04.2004

**Analyse:** Untersuchung der wertenden Passagen über Arbeitgeber.

## Agenda Setting Beitrag, MT Forschungsbericht Nr. 144, Mai 2004