

Presseinformation

Mitleid mit Pleitefirmen: Mehrheit der Bürger fordert Staatshilfen

Opel ganz oben auf der Liste der Hilfwürdigen/Wenig Mitgefühl mit der Hypo Real Estate

Nürnberg, 11. März 2009 – Der Staat soll Traditions-Unternehmen, die in die Krise geraten sind, finanziell unter die Arme greifen, meinen zwei Drittel der Bürger. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage des Nürnberger Marktforschungsunternehmens Konzept & Analyse gemeinsam mit dem Online-Panel-Betreiber Respondi AG. Befragt wurden insgesamt 2000 Männer und Frauen aller Altersschichten und Bildungsgruppen.

Ganz oben auf der Liste der Firmen, die gerettet werden sollen, steht die General-Motors-Tochter Opel: Ihr würden 57 Prozent der Befragten Staatshilfe zusprechen. An zweiter Stelle bei den Mitleidskandidaten: Märklin Modelleisenbahnen mit 44 Prozent – und zwar bei Männern und Frauen. Nostalgie kennt hier also offenbar keine Geschlechtergrenzen. Auf Platz drei ebenfalls ein Traditions-Label: die Unterwäsche-Marke Schiesser mit 38 Prozent, die vor allem in der Feinripp-Generation der 30 bis 49jährigen Mitgefühl erntet.

Wenig Mitleid hat die Bevölkerung dagegen mit Firmen, die Misswirtschaft betrieben haben: Im Fall der Hypo Real Estate etwa würden nur noch 22 Prozent helfen – bei der umgekehrten Fragestellung sprechen sich sogar 69 Prozent dafür aus, der HRE nicht aus der Patsche zu helfen. Auch im Fall der Schaeffler Firmengruppe ist die Hilfsbereitschaft verhalten: Nur 28 Prozent halten hier Staatshilfe für angezeigt.

Die schwedische Automarke Saab würden vor allem Frauen vermissen, ebenso Schiesser. Auch Traditionsfirmen mit haushaltsnahen Produkten wie Pfaff Nähmaschinen und Rosenthal Porzellan scheinen vor allem Frauen leid zu tun – insgesamt lässt sich beobachten, dass Frauen eher nach Staatshilfe rufen als Männer. Diese dagegen – wie übrigens auch ältere Befragte – sind härter und vertrauen eher auf die Selbstheilungskräfte des Marktes.

Erstaunlich: Unter den Befragten, die von der Krise direkt oder indirekt betroffenen sind, ist die Hilfsbereitschaft nicht deutlich größer als im Rest der Bevölkerung. Allerdings würde diese Gruppe eher ohne Bedingungen helfen, also keinen Unterschied zwischen unverschuldet und selbst verschuldet machen.

Was die Marken angeht, bei denen die Hilfsbereitschaft am größten ist, tut sich eine Ost-West-Schere auf: Während in den alten Bundesländern etwa Hertie Kaufhäuser weit höher auf der Liste der Hilfwürdigen stehen, stellen sich die Befragten in den

neuen Bundesländern ganz klar hinter etablierte Ost-Marken wie etwa MZ Motorräder – aber auch hinter Firmen wie Infineon, weil der Halbleiter-Konzern in Dresden ein Werk unterhält.

Eine pikante Beobachtung am Rande: Die Hilfsbereitschaft geht in der Bevölkerung durch alle Bildungs- und Einkommensschichten – und damit durch die gesamte Wählerschaft. Vor diesem Hintergrund wird Staatshilfe für Pleitekonzerne auch zum Wahlkampfthema – und die Haltung von Angela Merkel, gerade Opel nicht zu unterstützen, zum Vabanque-Spiel für die Kanzlerin.

„Trotz der Angst vor weiterer Staatsverschuldung und dem Verlust von Steuergeldern will die Bevölkerung, dass der Staat angeschlagenen Firmen auch finanziell zur Seite steht – in erster Linie durch Kreditbürgschaften, aber auch durch den Kauf von Firmenanteilen als Sicherheit“, meint Ralph Ohnemus, Vorstandsvorsitzender der Konzept & Analyse AG. „Auffällig ist, dass die große Mehrheit der Bevölkerung zwar staatliche Unterstützung befürwortet, wenn die Befragten aber entscheiden sollen, wer konkret Hilfe bekommt, ist man sich mit Ausnahme von Opel weniger einig.“

Über Konzept & Analyse:

Konzept & Analyse gehört mit über 40 Mitarbeitern zu den führenden Unternehmen im Bereich der qualitativen Marktforschung und ist seit 20 Jahren für namhafte Markenartikler aus allen Branchen sowie für Verbände, Finanz- und Versicherungsdienstleister und Medienunternehmen tätig. Sie zählen zu den Experten im Bereich der BestAger Forschung. Alle Projekte werden von Marktforschungsspezialisten und erfahrenen Marketingexperten gemeinsam betreut. Einer der Schwerpunkte des Instituts liegt auf der Konsum- und Motivforschung. Auf der Basis des MarkenMonopol-Konzepts wurden Methoden wie das Psychodrama oder die MOT-Wirkungsanalyse entwickelt. Damit können die ursächlichen rationalen und emotionalen Gründe und Motive für das Kaufverhalten erhoben werden, an denen die Standardmarktforschung scheitert. Die Wirksamkeit der eigenen Methoden wurde in knapp 100 verschiedenen Märkten und Produktkategorien bewiesen.

Über Respondi:

Die Respondi AG ist ein junges Unternehmen mit Sitz in Köln und als Feldinstitut im Bereich internetbasierter Marktforschung spezialisiert. Als Anbieterin internationaler Online-Access-Panels in acht europäischen Ländern führt die Respondi AG Online-Befragungen für namhafte nationale und internationale Marktforschungsinstitute durch.

Die Respondi als eigenständige Aktiengesellschaft wurde 2005 gegründet.

Weitere Informationen:

Dr. Uwe Lebok, Vorstand/COO
Konzept & Analyse AG
Kinkelstraße 12 / 90482 Nürnberg
Telefon 0911/99 542-0
uwe.lebok@konzept-analyse.de
www.konzept-analyse.de

Blandina Mangelkramer
Freie PR-Beraterin
Mobil 0173-3621784
bmangelkramer@yahoo.com