

Pressemitteilung Deutschland

Edelman Trust Barometer 2019: Vertrauen in Institutionen stabilisiert sich, Unternehmen an Vertrauensspitze

- **Der freie Fall ist vorbei: Vertrauen in Institutionen stabilisiert sich in Deutschland und weltweit (je +3 Punkte) – große Schere zwischen informierter und breiter Öffentlichkeit (je 16 Punkte)**
- **Informationsgier der Menschen auf neuem Level: Journalismus und Marken hängen Social Media im Vertrauensranking ab**
- **Vertrauen verpflichtet: Unternehmen können Vertrauen für sich nutzen**

Frankfurt, 22. Januar 2019 – Der freie Fall ist vorbei und das Vertrauen in Institutionen stabilisiert sich in Deutschland und global leicht. Weltweit ist das Vertrauen der Gesamtbevölkerung um drei Punkte auf 52 Punkte gestiegen. Das zeigen die aktuellen Daten des 19. Edelman Trust Barometers. Darin hat Edelman über 33.000 Menschen in 27 Märkten zu ihrem Vertrauen befragt.

Auch wenn der Vertrauensindex hierzulande ebenfalls von 41 auf 44 Punkte ansteigt, darf der Schein nicht trügen. Zwar wächst das Vertrauen der Deutschen in die Wirtschaft (+3 %Pkt., 47 %), NGOs (+7 %Pkt., 44 %) und die Medien (+2 %Pkt., 44 %) leicht, gleichzeitig ist das sinkende Vertrauen in die Regierung besorgniserregend (-3 %Pkt., 40 %). Im internationalen Vergleich ist das Vertrauen sogar auffallend gering: Deutschland liegt 2019 dabei nur auf Platz 21 von 26 Ländern (2018: Platz 19).

Vertrauen verpflichtet: Unternehmen und CEOs müssen Haltung zeigen

Die Erwartungen an die Zukunft sind düster. Nur rund jeder vierte Deutsche (26 %) aus der breiten Öffentlichkeit schätzt, dass es ihm und seiner Familie in den kommenden fünf Jahren besser gehen wird (informierte Öffentlichkeit 38 %). „Immer mehr Menschen glauben, dass das gesellschaftliche System für sie nicht funktioniert. Wenn wir es nicht schaffen, die Menschen von einer positiven Zukunft zu überzeugen, dann haben wir ein großes soziales und demokratisches Problem“, sagt Ernst Primosch, CEO Edelman in der DACH-Region.

Unternehmen sind in der besten Position, das Vertrauen zu stärken. Gleichwohl steigen die Erwartungen an Unternehmen und ihre CEOs massiv. Weltweit geben 76 Prozent der Befragten an, dass sie von CEOs verlangen die Führung bei der Veränderung zu übernehmen und nicht darauf zu warten, dass die Regierung sie durchsetzt.

„CEOs müssen mehr Kontur zeigen. Haltung wird zum Imperativ“, so Ernst Primosch. „Die Stabilisierung auf recht niedrigem Niveau gibt Hoffnung auf eine Trendumkehr. Gerade weil Unternehmen an der Vertrauensspitze stehen, kommt ihnen eine enorme Bedeutung zu. Mit diesem Vorschuss können Unternehmen Vertrauen sowohl für die Allgemeinheit generieren, als auch für sich selbst einsetzen. Richtig genutzt wird Vertrauen für Unternehmen zu einem Wettbewerbsvorteil.“

Die Zeit des neuen Mitarbeiter-Unternehmens-Pakts ist da

Hierzulande geben 73 Prozent der Befragten an, dass sie ihrem Arbeitgeber vertrauen. Global sind es 75 Prozent. Dieser globale Wert liegt auf der Vertrauensskala ganze 19 Punkte über dem Wert des Vertrauens in die Wirtschaft (global 56 %). Die eigenen Mitarbeiter werden immer mehr zum Dreh- und Angelpunkt. „Unternehmen und Mitarbeiter sollten einen neuen Vertrauenspakt schließen. Nur wenn Unternehmen richtig kommunizieren, können etwa die Loyalität und die Arbeitsmoral steigen“, sagt Ernst Primosch.

Gier nach Informationen: Menschen auf der Suche nach Antworten

Hinzu kommt: Der Wunsch nach mehr Informationen wächst zudem weltweit weiter (+22 %Pkt., Deutschland +18 %Pkt.). Interessant ist, dass traditionelle Medien hierzulande im Vertrauensranking weiterhin ganz oben stehen (68 %). Die Ergebnisse zeigen deutlich: Klassische Medien hängen Social Media ab (32 %). „Die Spielregeln ändern sich aktuell, die Prinzipien guter Kommunikation bleiben. Entscheidend ist und bleibt nicht der Kanal, sondern der Absender. Die Menschen suchen Antworten, die Unternehmen und CEOs können sie geben“, sagt Ernst Primosch. So sehen hierzulande 39 Prozent der Menschen CEOs als glaubwürdige Absender von Informationen – ein Anstieg von fünf Prozentpunkten. Eine ähnliche Entwicklung zeigt sich bei den Mitarbeitern. Für 56 Prozent der Befragten aus Deutschland sind Mitarbeiter eine der glaubwürdigsten Informationsquellen.

Vertrauensschere zwischen informierter und breiter Öffentlichkeit

Das Trust Barometer 2019 zeigt zudem einen alarmierenden Unterschied. Die Vertrauensschere zwischen der informierten und der breiten Öffentlichkeit wird größer. „Es ist den Institutionen bereits gelungen, die informierte Öffentlichkeit abzuholen. Die breite Öffentlichkeit jedoch bleibt zurück. Hier muss die Kommunikation verbessert werden, um die Unterstützung der Mehrheit nicht zu verlieren. Und: Auch Unternehmen müssen künftig aktiver und über eigene Inhalte hinaus kommunizieren“, so Ernst Primosch. Weltweit liegt der Vertrauensindex der informierten Öffentlichkeit in Institutionen mit 65 Punkten weit über dem der breiten Öffentlichkeit (49 Punkte). Die Lücke war mit 16 Punkten noch nie größer. Auch in Deutschland zeigen sich große Unterschiede. Hierzulande erreicht die informierte Öffentlichkeit einen Vertrauensindex von 60 Punkten, während die breite Öffentlichkeit auf nur 42 Punkte kommt. Größer war der Unterschied in Deutschland noch nie.

Über das Edelman Trust Barometer

Das Edelman Trust Barometer ist eine jährliche Studie zu Vertrauen in Regierungen, Nichtregierungsorganisationen (NGOs), Wirtschaft und Medien, die in diesem Jahr zum 19. Mal durchgeführt wurde. Die Umfrage wurde von der Marktforschungsfirma Edelman Intelligence entwickelt, die Datenerhebung erfolgte mithilfe von 30-minütigen Online-Interviews. Der Erhebungszeitraum lag zwischen dem 19. Oktober und 16. November 2018. Für das Edelman Trust Barometer 2019 wurden in 27 Märkten über 33.000 Menschen befragt, darunter 6.000 aus der informierten Öffentlichkeit (Menschen im Alter von 25 bis 64 Jahren mit einem Hochschulabschluss, einem überdurchschnittlichen Haushaltseinkommen innerhalb der Top 25 % sowie mit intensivem Medien- und Informationskonsum). Weitere Informationen unter <http://www.edelman.de/trust-2019>

Über Edelman

Edelman Deutschland ist eine der führenden Kommunikationsagenturen mit Büros in Berlin, Hamburg, Köln und Frankfurt am Main und Teil von Edelman, einer der führenden globalen Communications Marketing Agenturen. Unsere 350 Experten beraten in den Bereichen Strategie & Executive Communication, Social Media & Digitales Marketing, Markenkommunikation, Unternehmenskommunikation, Corporate & Public Affairs, Finanz- und Kapitalmarktkommunikation, Gesundheitskommunikation, Krisenkommunikation sowie Film-, Video- und Fotoproduktion. Weitere Informationen unter www.edelman.de.

Pressekontakt

Fabiola Lübbert, Consultant Corporate Communications

Tel.: +49 (0)221 828281-33, E-Mail: fabiola.luebbert@edelman.com