

COVID-19: Arbeitgeber als wichtige Informationsquelle



Christian Krpoun, CEO currycom

Credit: Stephan Huger
Fotograf: Stephan Huger

Wien (OTS) -

~

* Edelman Trust Barometer: 74 Prozent der Menschen weltweit sorgen sich um Fake-News und die Glaubwürdigkeit von Informationen zu Covid-19

* Arbeitgeber als wichtige Quelle für Informationen

* Menschen erwarten Zusammenarbeit zwischen Politik und Wirtschaft

~

Vertrauen ist gerade in Krisenzeiten ein außerordentlich wichtiger Faktor. Das gilt auch und ganz besonders jetzt: Auf der Suche nach glaubwürdigen Informationen rund um Covid-19 ist der eigene Arbeitgeber eine überaus vertrauenswürdige Quelle. Dies zeigt der soeben erschienene globale „Edelman Trust Barometer 2020 Special Report: Trust und der Coronavirus“. Von 6. bis 10. März wurde die Zehn-Länder-Studie in Brasilien, Kanada, Frankreich, Deutschland, Italien, Japan, Südafrika, Südkorea, Großbritannien und den USA durchgeführt. Österreich wurde zwar nicht abgefragt, dennoch lassen sich daraus Rückschlüsse für das eigene Land ziehen, wie Christian Krpoun, Geschäftsführer der Wiener Kommunikationsagentur currycom, Affiliate Partner für Österreich im weltweiten Edelman-Netzwerk, ausführt: „Wir wissen aus der Praxis, welche wichtige Rolle die Wirtschaft, also die Unternehmen in diesem Land, in der Bewältigung einer Krise wie dieser spielen. Und das wird durch diese internationale Umfrage auch untermauert. Vor allem die interne Kommunikation ist derzeit ein ganz wichtiger Faktor. Klarheit und

Offenheit sind ein absolutes Muss.“

Hier die wichtigsten Ergebnisse aus der Umfrage:

Kommunikation des eigenen Arbeitgebers hat hohe Glaubwürdigkeit: 63 Prozent der Befragten geben an, dass sie Informationen von ihrem Arbeitgeber rund um das Coronavirus vertrauen. Hingegen gaben 35 Prozent der Befragten an, dass sie Informationen, die ausschließlich in Sozialen Medien veröffentlicht werden, nicht glauben.

Etablierte Medien sind die meist genutzte Informationsquelle: Die Hauptnachrichtenkanäle, also etablierte TV-Sender und klassische Printmedien, werden fast doppelt so stark genutzt wie die Online-Seiten der globalen und nationalen Gesundheitsorganisationen. Jüngere Menschen vertrauen im nahezu gleichen Ausmaß auf Soziale Medien: 54 Prozent versus 56 Prozent für klassische Medien. Menschen über 55 Jahre hingegen vertrauen dreimal mehr den klassischen Nachrichtenangeboten. Insgesamt geben 74 Prozent an, dass sie sich um die Verbreitung gefälschter Nachrichten und Falsch-Informationen über das Virus sorgen.

Wissenschaftler und Mediziner sind die vertrauenswürdigsten Stimmen: 68 bis 83 Prozent der Befragten geben an, dass sie Wissenschaftlern und Medizinern am meisten vertrauen. Personen aus dem persönlichen Umfeld vertrauen 63 Prozent der Befragten. 85 Prozent der Befragten gaben an, dass sie mehr Informationen von Wissenschaftlern hören wollen.

Menschen fordern regelmäßigen Informationsfluss: Sieben von zehn Befragten verfolgen die Nachrichtenlage über das Coronavirus in den Medien mindestens einmal am Tag. 33 Prozent gaben an, dass sie mehrmals am Tag nach Informationen suchen. Von den Arbeitgebern wird erwartet, dass sie ihre Informationen über Covid-19 regelmäßig aktualisieren. Dabei fordern 63 Prozent mindestens tägliche Aktualisierungen. Regierungen und Unternehmen müssen zusammenarbeiten: 62 Prozent der Befragten geben an, dass ihr Arbeitgeber effektiv und verantwortungsbewusst auf das Virus reagiert. Es wird aber nicht erwartet, dass Unternehmen oder Regierungen die Situation im Alleingang lösen. Vielmehr wünscht sich fast die Hälfte der Befragten ein gemeinsames Vorgehen von Politik und Wirtschaft. Hohe Erwartungen an Handlungsfähigkeit der Wirtschaft: 78 Prozent der Befragten erwarten, dass die Wirtschaft zum Schutz der Mitarbeiter und der örtlichen Gemeinschaft handelt. 79

Prozent sehen Arbeitgeber in der Pflicht, dass sie ihre Abläufe anpassen, Regelungen für die Arbeit außerhalb der Büroräume schaffen, nicht relevante Veranstaltungen absagen und Geschäftsreisen untersagen. Hinzu kommt, dass 73 Prozent erwarten, dass die Personalpolitik angepasst und so u.a. bezahlter Krankenstand gewährt wird und gefährdete Mitarbeiter nicht zur Arbeit kommen. Arbeitnehmer wollen über Infektionen informiert werden: 57 Prozent der Mitarbeiter wollen Klarheit darüber, wie viele Kollegen sich mit dem Virus infiziert haben und ob sich dieser Umstand auf die Arbeitsfähigkeit des Unternehmens auswirkt (53 Prozent). Die Mitarbeiter wollen über die darüber hinausgehenden Auswirkungen auf das Unternehmen ebenfalls informiert werden – einschließlich Ratschlägen für Reisen und was getan werden kann, um die Verbreitung des Virus zu stoppen. Die Informationen möchten sie per E-Mail oder Newsletter (48 Prozent), durch Veröffentlichungen auf der Website des Unternehmens (33 Prozent) und durch Telefon-/Videokonferenzen (23 Prozent) erhalten.

„Manches wird in Österreich etwas anders zu beurteilen sein, weil wir etwa wissen, dass die Akzeptanz für die Maßnahmen der Bundesregierung hierzulande sehr hoch ist. Nachdem auch der Schulterschluss mit der Wirtschaft funktioniert und die Medien sehr verantwortungsvoll mit dem Thema umgehen, ergibt sich ein gutes Gesamtbild in der öffentlichen Wahrnehmung“, so currycom CEO Christian Krpoun. „Das hohe Interesse an Informationen aus dem eigenen Unternehmen unterstreicht aber einmal mehr die Wichtigkeit einer gut abgestimmten, offenen und transparenten Kommunikation. Das gilt gleichermaßen für die Krise selbst, wie auch für den Neustart der Wirtschaft danach. Nur wer dafür gut gerüstet ist, kann den Aufschwung auch mitnehmen.“

Über die Studie

Der Edelman Trust Barometer 2020 Special Report „Trust und der Coronavirus“ wurde vom 6. bis zum 10. März in den zehn Ländern Brasilien, Kanada, Frankreich, Deutschland, Italien, Japan, Südafrika, Südkorea, Großbritannien und den USA durchgeführt. Insgesamt wurden 10.000 Menschen (1.000 pro Markt) befragt. Alle Daten sind auf nationaler Ebene repräsentativ, basierend auf Alter, Region und Geschlecht.

Der Special Report ist eine Sonderausgabe des Edelman Trust Barometers. Das Edelman Trust Barometer ist eine jährliche Studie zu Vertrauen in Regierungen, Nichtregierungsorganisationen (NGOs),

Wirtschaft und Medien, die in diesem Jahr zum 20. Mal von der Marktforschungsfirma Edelman Intelligence durchgeführt wurde. Weitere Informationen finden Sie [hier.]

(<https://www.edelman.de/research/edelman-trust-barometer-2020>)

Über currycom

currycom communications ist eine führende österreichische Kommunikationsagentur mit Fokus auf gesamtheitliche Beratung sowie hochwertige Umsetzung von Projekten. 2003 gegründet, ist currycom seit 2003 Affiliate Partner des weltweit größten PR-Netzwerks Edelman und beschäftigt aktuell 20 MitarbeiterInnen, die großteils übergreifend in den Bereichen Public Relations, Live Communications und Marketing tätig sind. Je nach Kundenwunsch werden sämtliche Aspekte einer integrierten Kommunikation angeboten: von klassischer PR über Social Media und Blogger Relations bis hin zu Krisenkommunikation und Sponsoringberatung. Seit 2008 ist currycom nach dem Consultancy Management Standard III (CMS) zertifiziert, seit 2014 trägt die Agentur das Österreichische PR-Gütezeichen. Dieses Zertifikat zeichnet inhaltliche Qualität sowie Ablauf- bzw. Organisationsqualität aus und steht zudem für die Einhaltung der im PRVA Ehrenkodex festgelegten ethischen Richtlinien. currycom wurde darüber hinaus von Great Place to Work® als „Österreichs Bester Arbeitgeber 2016“ in der Kategorie SMALL ausgezeichnet. Referenzen: Danone | Dreh & Trink | faber | hp | iSi | Kellogg | Kotányi | Lavazza | McDonald's Österreich | Milka | Nutricia Milupa Österreich | Ronald McDonald Kinderhilfe | VIER PFOTEN. [www.currycom.com]

(<http://www.currycom.com>)

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

Martin Himmelbauer, Head Consultant
martin.himmelbauer@currycom.com
+43 6648104433

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/5498/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0049 2020-03-23/10:57

231057 Mär 20

Link zur Aussendung:

https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20200323_OTS0049