

PRESSEMITTEILUNG

Frankfurt am Main, den 14.8.2019

Deutscher Image Award 2019 geht an die Deutsche Börse AG

Vorstandsvorsitzender Theodor Weimer und Kommunikationschefin Ingrid M. Haas mit renommiertem Preis ausgezeichnet

In diesem Jahr verleiht die internationale Jury den renommierten „Deutschen Image Award“ an den Vorstandsvorsitzenden der Deutschen Börse AG, Dr. Theodor Weimer, und seine Kommunikationschefin Ingrid M. Haas. Bereits in kurzer Zeit haben sich beide Manager durch eine ungewöhnlich erfolgreiche und professionelle Arbeit ein hohes Ansehen in den Medien erworben.

Dr. Theodor Weimer übernahm den Chefsessel bei der Deutschen Börse zum 1. Januar 2018. Davor war er von 2009 bis 2017 Sprecher des Vorstands der HypoVereinsbank. Die F.A.Z. attestiert ihm eine bodenständige Strategie und hebt sein transparentes und optimistisches Auftreten hervor. Das Handelsblatt lobt ihn für seine Authentizität und Verlässlichkeit. Mitarbeiter schätzen seine Energie und Durchsetzungsfähigkeit sowie die Ruhe, die Weimer wieder in das Unternehmen gebracht hat.

Nur wenige Monate nach seinem Amtsantritt legte Weimer den Fokus auf eine neue strategische Ausrichtung des Unternehmens. Dabei setzt er auf Wachstum, Zukäufe sowie neue Technologien und konnte in all diesen Bereichen bereits eine Reihe von Erfolgen erzielen. Zugleich gelang es ihm, das Vertrauen der Investoren, der Politik und des Finanzplatzes Frankfurt zu gewinnen.

Verantwortlich für die mediale Positionierung von Weimer ist seine Kommunikations- und Marketingchefin Ingrid M. Haas. Sie kam anderthalb Monate nach seinem Eintritt zur Deutschen Börse. Im Laufe ihrer Karriere hatte Haas Stationen in kommunikativer und operativer Verantwortung bei Bertelsmann, der RTL Group und RTL Television inne, war dann Verlagsgeschäftsführerin der Gruner+Jahr-Wirtschaftsmedien und zuletzt Kommunikationschefin von Vodafone Deutschland.

Haas ist bereits früher für ihre Arbeit ausgezeichnet worden. So wurde ihr 2003 der Titel „PR-Kopf des Jahres“ von der DPRG verliehen.

Die beiden Geehrten folgen damit auf die Vorjahres-Sieger Kasper Rorsted und Jan Runau von der Adidas AG.

Zum „Deutschen Image Award“:

Das F.A.Z.-Institut, PRIME Research und die Frankfurter Allgemeine Zeitung verleihen jedes Jahr den „Deutschen Image Award“. Den Preis erhalten der CEO mit dem besten internationalen Medienimage für seine exzellente Managementleistung sowie der verantwortliche Kommunikationsmanager für die erfolgreiche kommunikative Vermittlung.

Verfahren

Die Gewinner des „Deutschen Image Awards“ werden jedes Jahr in einem zweistufigen Verfahren ermittelt. Im ersten Schritt erfolgt eine wissenschaftliche Medieninhaltsanalyse der deutschen und internationalen Meinungsführermedien. Sie wird kontinuierlich von F.A.Z.-Institut und PRIME Research International durchgeführt. Mehrere tausend Medienberichte nationaler und internationaler Meinungsführermedien werden hierzu systematisch untersucht. Im zweiten Schritt bewertet eine achtköpfige international besetzte Jury die empirischen Daten und wählt dann die Preisträger aus.

Der „Deutsche Image Award“ wird vom F.A.Z.-Institut und Prime Research im Rahmen des „13. Deutschen Marken-Summit“ am 16. Oktober in der Harley-Davidson-Factory in Frankfurt am Main überreicht. Anmeldungen zur Veranstaltung sind noch möglich: www.marken-summit.de

Bisherige Preisträger:

2018: Kasper Rorsted und Jan Runau, Adidas AG
2017: Dr. Frank Appel und Prof. Dr. Christof Ehrhart, Deutsche Post DHL AG
2016: Dr. Karl-Ludwig Kley und Dr. Walter Huber, Merck KGaA
2015: Dr. Dieter Zetsche und Jörg Howe, Daimler AG
2013: Dr. Elmar Degenhart und Dr. Felix Gress, Continental AG
2012: Jochen Zeitz, Franz Koch und Dr. Ulf Santjer, PUMA SE
2011: Prof. Dr. Martin Winterkorn und Stephan Grühsem, Volkswagen AG
2010: Dr. Norbert Reithofer und Maximilian Schöberl, BMW AG
2009: Dr. Simone Bagel-Trah, Kasper Rorsted und das Kommunikationsteam der Henkel AG & Co. KGaA
2008: Klaus-Peter Müller und Richard Lips (Commerzbank AG)
2007: Prof. Dr. Wolfgang Reitzle und Dr. Harry Roegner, Linde AG
2006: Herbert Hainer und Jan Runau, adidas AG
2005: Dr. Nikolaus Schweickart und Dr. Thomas Gauly, ALTANA AG
2004: Dr. Klaus Zumwinkel und Prof. Manfred Harnischfeger, Deutsche Post AG
2003: Dr. Jürgen Hambrecht und Dr. Matthias Hensel, BASF AG
2002: Dr. Wendelin Wiedeking und Anton Hunger, Porsche AG

Der Jury gehören an:

Gerald Braunberger, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt

Dr. Gero Kalt, F.A.Z.-Institut, Frankfurt

Dr. Rainer Mathes, PRIME Research International, Mainz

Ulrich Nies, Präsident der DPRG a.D.

Prof. Dietrich Ratzke, Lomonossow-Universität, Moskau

Prof. Dr. Stephan Ruß-Mohl, Università della Svizzera Italiana, Lugano

Prof. Dr. Helmut Scherer, Hochschule für Musik und Theater, Hannover

Prof. Dr. Norbert Schwarz, University of Southern California, Los Angeles

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Barbara Schulik

Frankenallee 71-81

60327 Frankfurt am Main

Telefon: (0 69) 75 91 – 3083

E-Mail: b.schulik@faz-institut.de