

RESSORTS

MELDUNGEN

PERSONALIEN

PR VERZEICHNIS

TERMINE

JOBBÖRSE

ABO

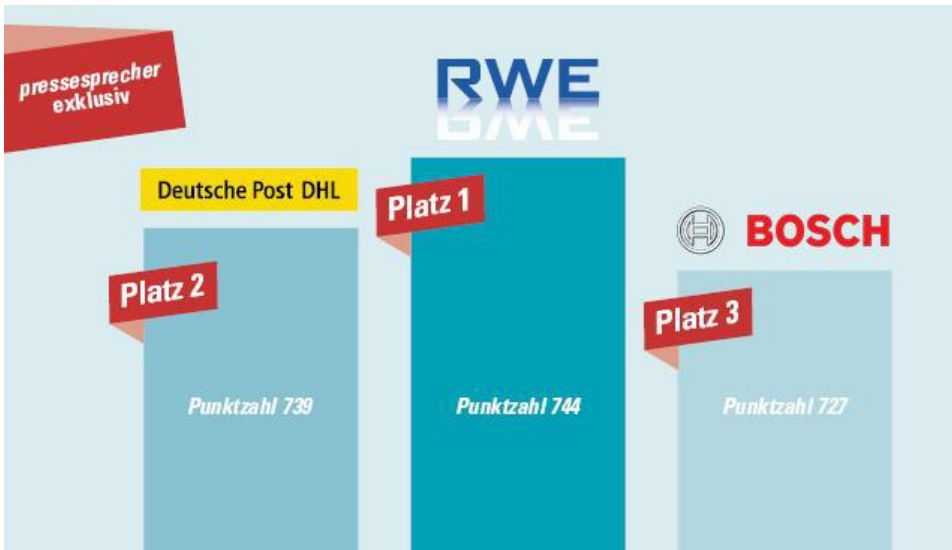
AGENDA

TITEL

PRAXIS

KARRIERE

MEINUNG



Das sind die besten Presse-Webseiten deutscher Unternehmen

Unternehmen können bei Journalisten mit guten Presse-Webseiten punkten. Aber nur bei wenigen sind sinnvolle Content-Strategien erkennbar. pressesprecher zeigt exklusiv das Presse-Seiten-Ranking von NetFederation

von: Christian Berens

21. Februar 2014

Der Pressebereich einer Webseite ist der erste Anlaufpunkt für Journalisten, die Informationen über ein Unternehmen suchen. Deshalb muss die Presseseite serviceorientiert aufgebaut sein und relevante – und gleichzeitig online-gerechte – Inhalte bieten. Um dem wachsenden Anspruch an Veröffentlichungen im Web und dem damit verbundenen Inhalte-Wettbewerb gerecht zu werden, brauchen die Medienvertreter aber mehr: Sie suchen nach Themen und Geschichten, die sie aufgreifen und ausbauen können. Unternehmenswebseiten können dem nur mit einer konsequenten Content-Strategie begegnen und sich so positiv von der Konkurrenz abheben. Klingt logisch, ist aber längst kein Standard, wie unsere aktuelle Studie zeigt. Um zu überprüfen, inwiefern die Online-Auftritte großer deutscher Unternehmen aktuellen Ansprüchen genügen, wird jedes Jahr der Media Relations (MR) Benchmark erstellt. Für den aktuellen Vergleich wurden 100 Presse- und Medienseiten ausgewählter Unternehmen untersucht und auf 70 Kriterien wie inhaltsbezogene Services, Art der angebotenen Inhalte und Mobile-Optimierung hin überprüft. Dabei wurden die Kriterien je nach Relevanz unterschiedlich stark gewichtet. Maximal konnten 1.000 Punkte erreicht werden.

Umfangreiches Angebot, mangelnde Struktur

Der **aktuelle MR-Benchmark** deckt sowohl positive als auch negative Entwicklungen der untersuchten Online-Pressebereiche auf. So wird das Angebot stellenweise vielfältiger: Neben der klassischen Pressemitteilung und dem Download von Bildern (circa 80 Prozent) bietet etwa die Hälfte der



ABONNEMENT

Magazin

Newsletter



Deutschlands Magazin für Kommunikation

- 8 Ausgaben pro Jahr -

VIDEO DER WOCHE

ZAHL DER WOCHE

59

Prozent der Beschwerden, die im vergangenen Jahr beim Deutschen Presserat eingingen bezogen sich auf Online-Texte. Insgesamt wandten sich 1347 Leser an den Presserat.

MAGAZIN ARCHIV



Unternehmen Videos an, immerhin 18 Prozent stellen Audiobeiträge bereit. Allerdings mangelt es fast allen Seiten an der sinnvollen Zusammenstellung und Strukturierung der Inhalte. Außerdem bieten nur 30 der untersuchten Unternehmen Journalisten vorgefertigte Themenpakete. Weitere praktische Services wie beispielsweise eine filterbare Mediathek inklusive Warenkorbfunktion oder Newsletter für Medienvertreter sucht man oft vergebens. Nur bei 13 Prozent aller analysierten Online-Pressebereiche finden Journalisten schnell und einfach relevante Inhalte in der Mediathek. Die Unternehmen verpassen hier die Chance, die Berichterstattung über sich positiv zu beeinflussen und zudem mit eigenen, hochwertigen Inhalten publiziert zu werden.

PDF-Gräber gehören der Vergangenheit an

Positiv hervorzuheben ist, dass fast alle Seiten (98 Prozent) individuell und online-gerecht aufbereitete

HTML-Pressemitteilungen anbieten. Die Zeit langer, unpraktischer PDF-Listen ist offensichtlich vorbei. Dementsprechend steigt auch das Servicelevel. So bieten beispielsweise 53 Prozent der analysierten Auftritte passendes Begleitmaterial für Pressemitteilungen in Form von Bildern und Grafiken zum Download.

Das sind die bestplatzierten Presse-Webseiten deutscher Unternehmen

1. **RWE** (744 Punkte)
2. **Deutsche Post** (739 Punkte)
3. **Robert Bosch** (727 Punkte)
4. **Audi** (693 Punkte)
5. **Siemens** (688 Punkte)
5. **Symrise** (688 Punkte)
6. **BASF** (682 Punkte)
7. **Daimler** (676 Punkte)
7. **Bayer** (676 Punkte)
8. **Münchener Rückversicherungsgesellschaft** (659 Punkte)
9. **Infineon Technologies** (653 Punkte)

Hier geht es zum [vollständigen Ranking](#).

Mobile? Bei vielen Seiten Fehlanzeige!

Ein großes Defizit liegt im Bereich der Mobile-Optimierung. Nach wie vor sind die Presse-Webseiten nur selten für die Anzeige auf mobilen Endgeräten angepasst. Auch an den Mobile-Basics hapert es: Bei 62 der 100 untersuchten Seiten ist noch nicht einmal die Navigation mobil nutzbar.

Im Zeitalter von Tablet und Smartphone ist das ein großer Mangel. Noch bedenklicher ist dieses Ergebnis aber vor allem im Hinblick auf die Zielgruppe zu bewerten. Denn Journalisten, die häufig unterwegs sind und immer seltener Desktop-PCs nutzen, haben durch diese Barriere keinen Zugang zu den Inhalten. Sie bekommen gleichzeitig einen negativen Eindruck vom Unternehmen, das hier technologisch nicht auf dem neuesten Stand ist.

Dringender Handlungsbedarf

Der aktuelle Media Relations Benchmark zeigt, dass sich der Status quo der Online-Pressebereiche im Vergleich zum Vorjahr nur minimal verändert hat. Im Hinblick auf den technologischen Fortschritt (Mobile-Optimierung) und eine verbesserte Nutzbarkeit durch gute Inhalte und Services für die Zielgruppen besteht dringender Handlungsbedarf. Unternehmen müssen die Chance nutzen, sich mit Content-Strategien für Medienvertreter zu positionieren, eigenständig Themen zu generieren und sich mit einem professionellen MR-Bereich auf der Unternehmenswebseite vom Wettbewerb abzuheben.

Zur Person:



1 2 weiter > letzte Seite »

[zum Archiv »](#)

AUS- UND WEITERBILDUNG

Trends, Tools, Theorien für Ihre Karriere im Bereich Public Relations: Mit MBAs, Studiengängen, Fachtagungen und Seminaren.



Hier jetzt mehr erfahren über das [Weiterbildungsangebot](#) ».



Christian Berens ist Geschäftsführer der Kölner Unternehmensberatung **NetFederation**. Die Beratung analysiert und gestaltet Unternehmens-Webseiten und veröffentlicht jährlich verschiedene Benchmarks zum Thema digitale Kommunikation.

Kommentare

Kommentar verfassen

Ihr Name: *

E-Mail-Adresse: *

(wird nicht veröffentlicht)

Kommentar: *

Speichern

MAGAZIN

[Archiv »](#)
[Idee und Redaktion »](#)
[Abonnement »](#)
[Jobs »](#)

MEDIADATEN

[Print & Online »](#)

SPRECHERSZENE

[Aktuell »](#)
[New sletter bestellen »](#)
[Suche »](#)

MEDIENKALENDER

[Aktuelle Termine »](#)
[Suche »](#)

DIENSTLEISTER

[Dienstleister suchen »](#)

BUNDESVERBAND DEUTSCHER PRESSESPRECHER

[Webseite »](#)

KOMMUNIKATIONSKONGRESS

[Kongress »](#)
[Anmeldung »](#)

VERLAG



HELIOS MEDIA
PUBLISHING HOUSE

www.helios-media.com