

Dr. Doeblin
Gesellschaft für
Wirtschaftsforschung mbH

17. August 2023

Snippet 23/09

Wirtschaftsjournalisten-Umfrage

Pressearbeit: Autohersteller fahren vorneweg

Siemens, SAP und adidas holen auf / Journalisten-Kritik an Mißständen

(Ergebnis-Tabelle und technische Erläuterungen s.u.)

BMW, Mercedes-Benz und VW sind die Dax-Spitzenreiter im „Reputationsindex Pressearbeit“ des Wirtschaftsforschungsinstituts Dr. Doeblin vom Juni 2023. Der „Reputationsindex Pressearbeit“ wird jährlich aufgrund der Befragung von Wirtschaftsjournalisten aller Mediengattungen aus den fünf Indikatoren Professionalität der Pressearbeit, Kompetente Gesprächspartner, Nützliche Internet-Kommunikation, Seriöse inhaltliche Angebote und Proaktive Pressearbeit gebildet. Veröffentlicht werden die Ergebnisse in der Studie „Die Kommunikationswirkung von Unternehmen bei Wirtschaftsjournalisten“.

Die drei Autohersteller können damit ihre Rangfolge von 2022 wiederholen. Siemens, SAP, die Porsche AG und die Deutsche Telekom folgen auf den nächsten Rängen. Rangplatzverbesserungen vermelden Siemens (Rang 4 nach Rang 5 im Vorjahr), SAP (Rang 5 nach Rang 12 im Vorjahr) und adidas (Rang 8 nach Rang 17 im Vorjahr).

Die Journalisten schätzen an der BMW-Pressearbeit die schnelle Reaktion auf Anfragen, die Offenheit „auch bei kritischen Themen“, die Kompetenz der Ansprechpartner und die „immer bestens organisierten“ Presseveranstaltungen. Maximilian Schöberl, Leiter Konzernkommunikation bei BMW, gilt als „sehr nahbarer, umgänglicher, kompetenter Möglichmacher, der vor der Journalistenarbeit viel Respekt hat.“

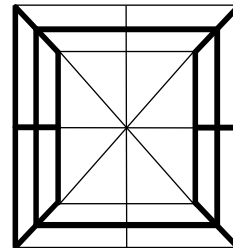
Lob erfährt die Pressearbeit von Mercedes-Benz für Freundlichkeit, Kompetenz, Zuverlässigkeit und Hilfsbereitschaft „zwischen den Zeilen“. Die Mitarbeiter der Pressestelle „reagieren schnell und bieten gleich passende Themen an“. Bei VW schätzen die Journalisten das „erstklassige“ Medienportal und die zeitnahe Reaktion auf Presseanfragen, „stets unterfüttert mit Zahlen, Daten, Fakten“. Die Pressearbeit von Siemens gefällt mit „gut aufgeteilter PR, mit Ansprechpartnern auf Augenhöhe“ sowie mit „guter Service-Mentalität gegenüber Journalisten, ohne devot zu sein“. Bei SAP findet die Erklärungsbereitschaft und das „verständliche IT-Storytelling“ Anerkennung, dazu die „fundierte Aussagen, wenn wir Wirtschaftsthemen regionalisieren“.

Kritik an Pressearbeit

Generell - ohne speziellen Bezug auf Dax-Gesellschaften - äußerten die befragten Wirtschaftsjournalisten vielfach harsche Kritik an Mißständen der Pressearbeit von Unternehmen. Auf die Frage, ob sich die Journalisten in „den letzten sieben Tagen“ über das Verhalten einer Pressestelle „besonders geärgert hat“, folgt häufig der Verweis auf ausbleibende Reaktionen bei Anfragen: „Anfrage wurde ohne Rückmeldung einfach ignoriert“... „Es gibt immer wieder Pressestellen,

Geschäftsführer: Prof. Dr. Jürgen Doeblin
Amtsgericht Charlottenburg (Berlin) HRB 156417 B
St.-Nr. 29/535/01944
Bankverbindung:
Vereinigte Raiffeisenbanken
IBAN: DE82770694610006448046
BIC: GENODEF1GBF

10557 Berlin, Helgoländer Ufer 7 b
Tel. 030-58 856 710
doeblin@wp-online.de
<http://www.wp-online.de>



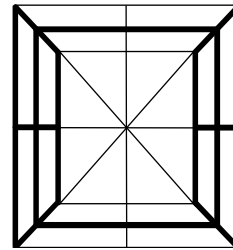
die auf Zeit spielen, wenn ihnen Fragen oder Wünsche nicht in die offizielle PR-Strategie passen“.

Eine wiederkehrende Klage der Journalisten betrifft „das wahllose Verschicken von Pressemitteilungen oder Interviewangeboten mit mehrfachem Nachhaken“, ohne zu prüfen, ob der kontaktierte Journalist „überhaupt der richtige Ansprechpartner“ ist oder ob „überhaupt das richtige Medium“ angesprochen wird. Zu den Kritikpunkten zählen auch „telefonische Nachfragen, ob man eine E-Mail mit einem abseitigen Themenvorschlag auch erhalten hat, dazu Drängeln auf Veröffentlichung“.

Zu den unwillkommenen Erfahrungen der Journalisten gehören auch die Avancen von Pressestellen oder PR-Agenturen, „die mit gefühlt einem Dutzend Mails nachfragen, ob ich nicht doch Interesse an dem belanglosen Thema oder dem Gesprächspartner habe und die mich obendrein noch duzen oder eine völlig unpassende Ansprache verwenden.“

Studienleiter Jürgen Doeblin: „Die geäußerten Klagen sind ein Appell an Unternehmen und PR-Agenturen, in der Pressearbeit stets auf's Neue die Bedürfnisse der Journalisten an einer inhaltlich relevanten Kommunikation zu erkennen und zu berücksichtigen. Stil im Umgang mit Medien schadet dabei gewiß nicht.“

(Ergebnis-Tabelle und technische Erläuterungen s.u.)



Ergebnis-Tabelle

Reputationsindex Pressearbeit Top Ten Dax-Unternehmen / Juni 2023

Der Reputationsindex Pressearbeit summiert die Prozentergebnisse der fünf Indikatoren der Studie „Die Kommunikationswirkung von Unternehmen bei Wirtschaftsjournalisten“:

- ▷ Professionalität der Pressearbeit
- ▷ Kompetente Gesprächspartner
- ▷ Nützliche Internet-Kommunikation
- ▷ Seriöse inhaltliche Angebote
- ▷ Proaktive Pressearbeit

	1	2	3
	Rangplätze 2023	Reputations- index 2023	Rangplätze 2022
BMW	1	108	1
Mercedes-Benz	2	96	2
Volkswagen	3	74	3
Siemens	4	59	5
SAP	5	57	12
Porsche AG	6	56	6
Deutsche Telekom	7	55	4
adidas	8	51	17
Deutsche Post	9	49	7
Allianz	10	47	8

Technische Erläuterungen

Methodik	Bundesweite Umfrage bei Wirtschaftsjournalisten. Die Verteilung der Journalisten auf Mediengattungen, die Position in der Redaktion und die thematische Zuständigkeit entspricht den Durchschnittsstrukturen unserer jahrelangen Wirtschaftsjournalistenbefragungen.
Zeitraum der Befragung	2.6. bis 14.6.2023
Stichprobe	102 Wirtschaftsjournalisten

Copyright Dr. Doebelin Gesellschaft für Wirtschaftsforschung mbH 2023