

# PR-Studie

August 2002

## **Informationsgehalt des Pressebereichs auf der Internet-Seite von Unternehmen**

**Zehn Regeln für effektive Öffentlichkeitsarbeit im Netz**



# PR-Studie – Informationsgehalt des Pressebereichs auf der Internet-Seite von Unternehmen

Untersucht wurden 334 Unternehmen aus dem Bereich  
**IT und Telekommunikation**

Ist ein Pressebereich vorhanden?

Inhalt:

- Textmaterial
- Bildmaterial

Ist eine Kontaktmöglichkeit vorhanden?

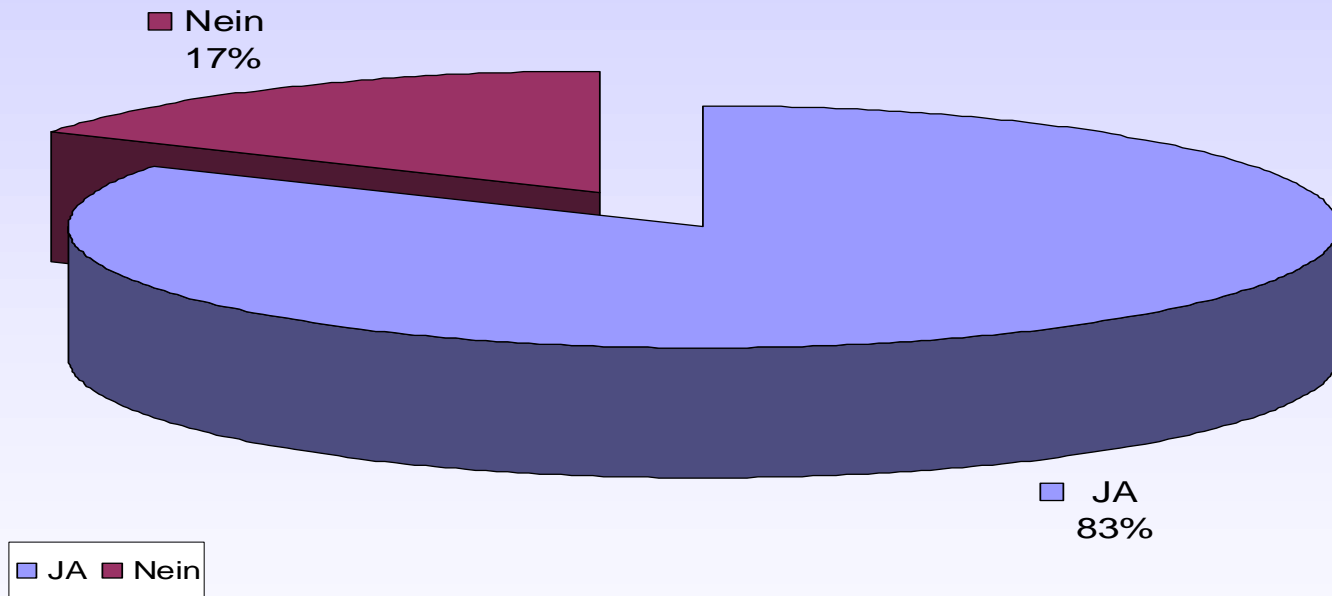
Gibt es ein Angebot von regelmäßigen Informationen?

Zehn Gebote für einen informativen und gut strukturierten Pressebereich

## Ist ein Pressebereich vorhanden?

- Von 334 untersuchten Unternehmen haben 278 (83 Prozent) einen Pressebereich
- 56 Unternehmen (17 Prozent) bieten keinerlei Informationen oder Material für die Presse an

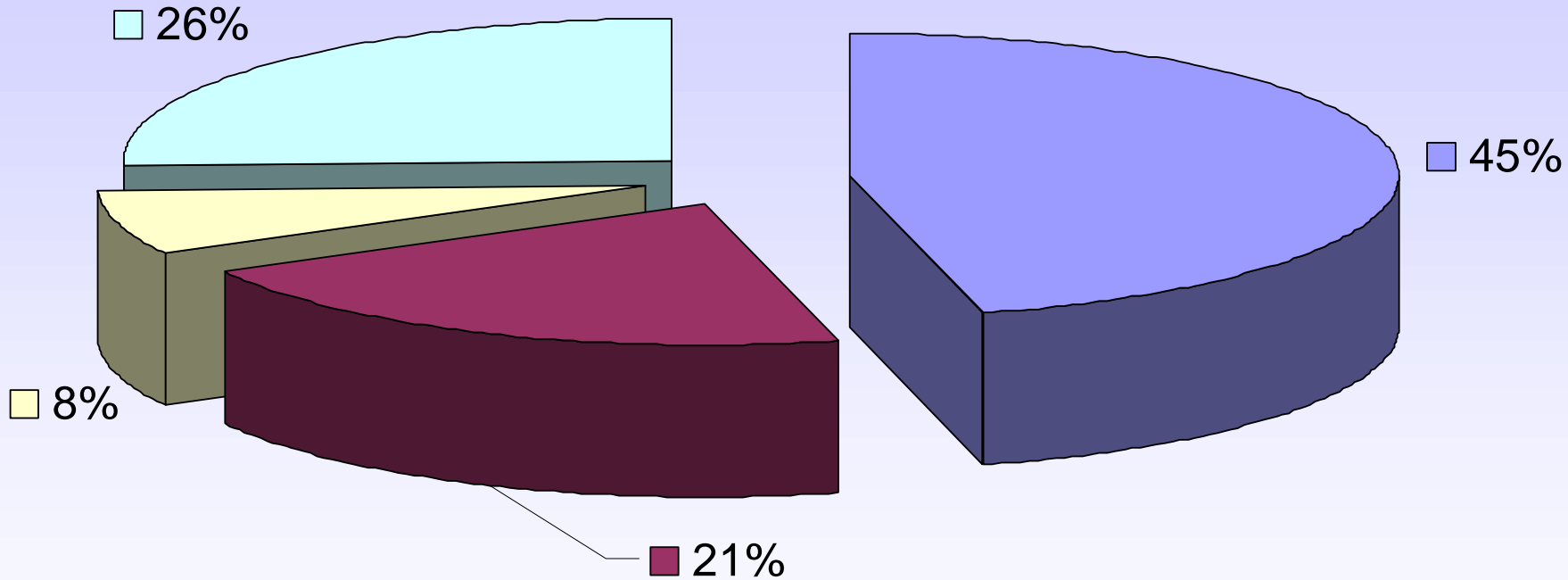
# Ist ein Pressebereich vorhanden?



# Registrierung beim Betreten des Pressebereichs

- Bei fünf von 278 Unternehmen ist eine Registrierung erforderlich.  
Bei diesen zwei Prozent handelt es sich um große, international tätige Unternehmen.
- 273 Unternehmen (98 Prozent) machen den Pressebereich für jeden frei zugänglich.

# Wo befindet sich der Pressebereich?



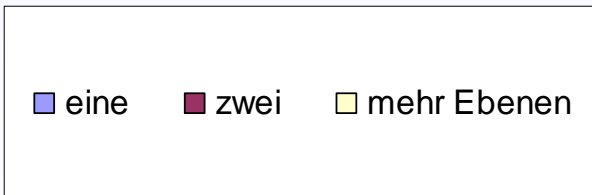
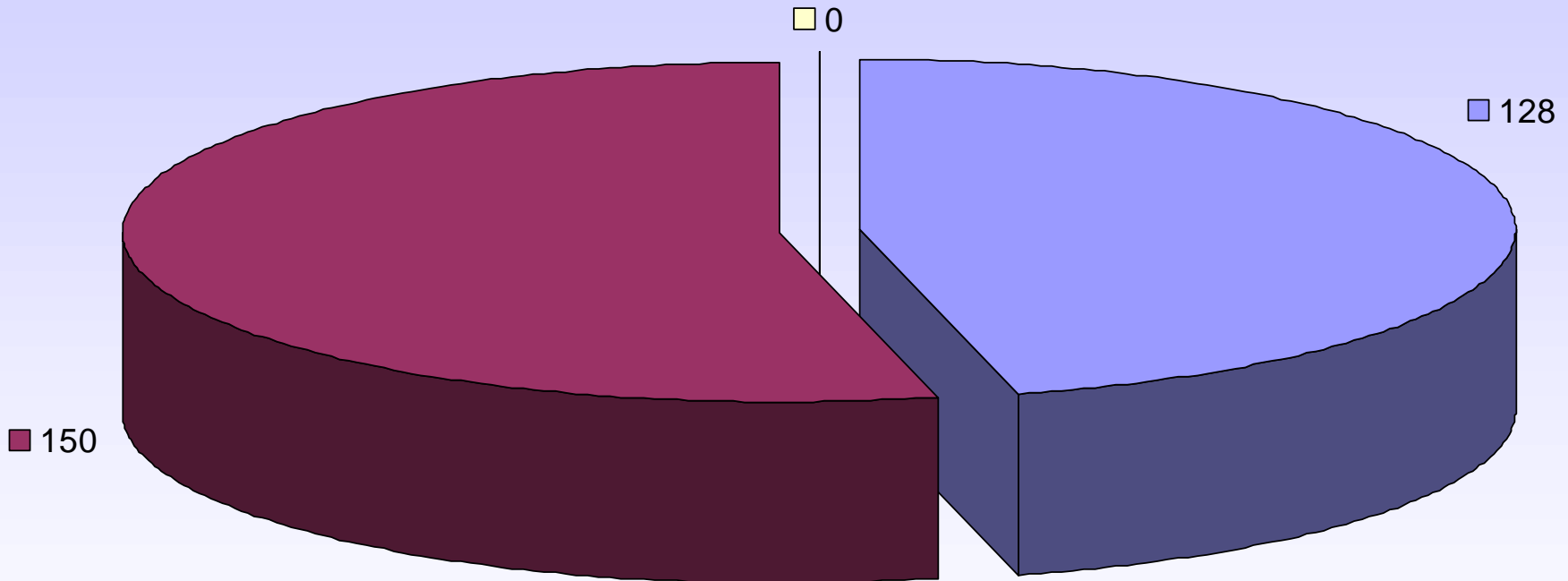
- Startseite
- Unternehmen, "Über uns"
- Service
- Sonstiges (PR, Pressemitteilungen, etc.)

## Anzahl der Ebenen bis zum Pressebereich

Allgemein: Der Pressebereich ist schnell zu erreichen

- 128 Unternehmen trennen den Pressebereich durch eine Ebene von der Startseite
- bei 150 Unternehmen sind zwei Ebenen bis zu den gewünschten Informationen zu überwinden
- mehr Ebenen gab es bei keiner Firma

# Anzahl der Ebenen bis zum Pressebereich



# Inhalt des Pressebereichs

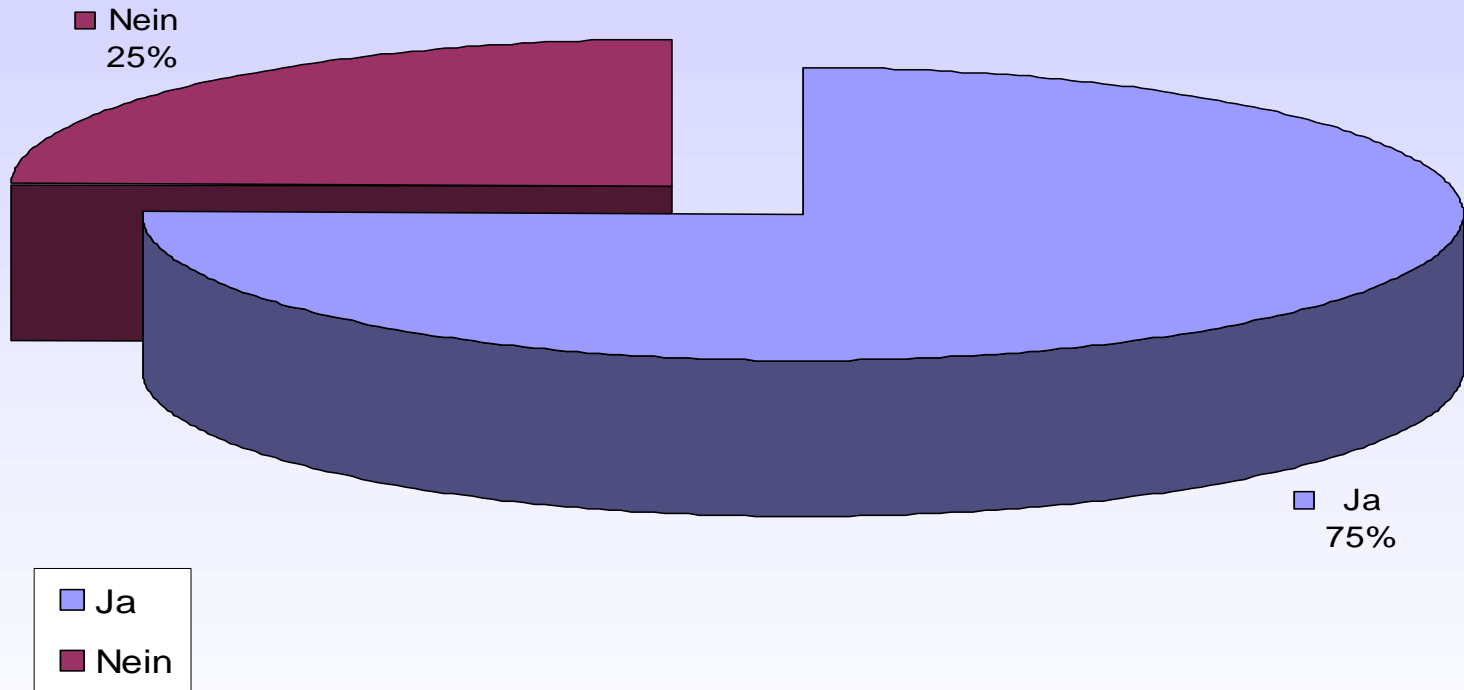
- Textmaterial:

Allgemein: Jedes Unternehmen bietet  
Pressemitteilungen oder Ähnliches an

## **Aktualität der Pressemitteilungen (innerhalb der letzten zwei Monate)**

- 209 Unternehmen (75 Prozent) achten auf die Aktualität ihrer Presseinformation
- 25 Prozent (immerhin 69 Unternehmen) haben selbst kurz nach einem Messeauftritt keine Pressemitteilung dazu veröffentlicht

# Aktualität der Pressemitteilungen

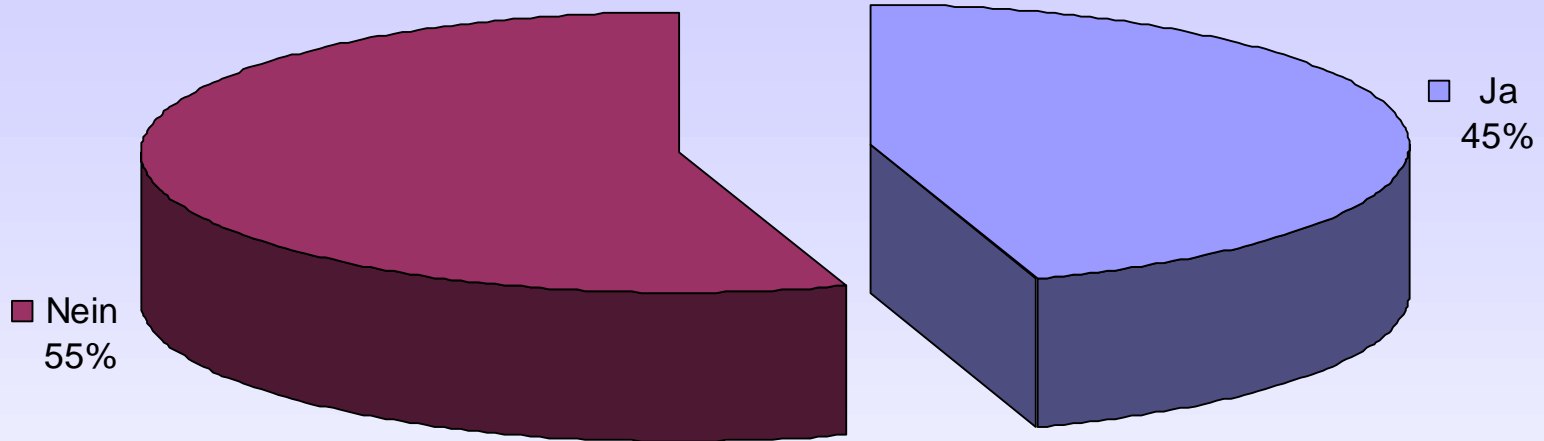


# Archivierung der Pressemitteilungen (gegebenenfalls mit Suchfunktion)

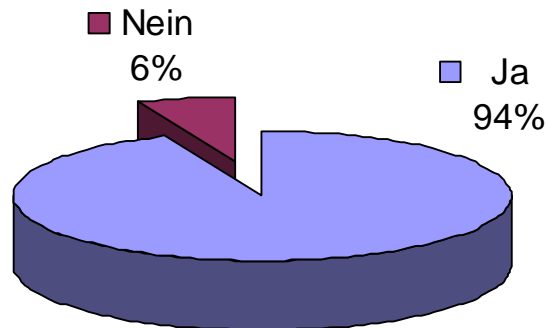
Allgemein: Ein separates Archiv mit  
Suchfunktion wird äußerst selten angeboten

- 125 Unternehmen (45 Prozent) bieten im allgemeinen fortlaufende Informationen an (mit weitgehend detaillierter Ordnung)
- bei 153 Unternehmen (55 Prozent) ist kein Archiv vorhanden oder eine zeitlicher Ordnung der Pressemitteilungen zu erkennen

# Archivierung und detaillierte Ordnung der Pressemitteilungen



detaillierte Ordnung

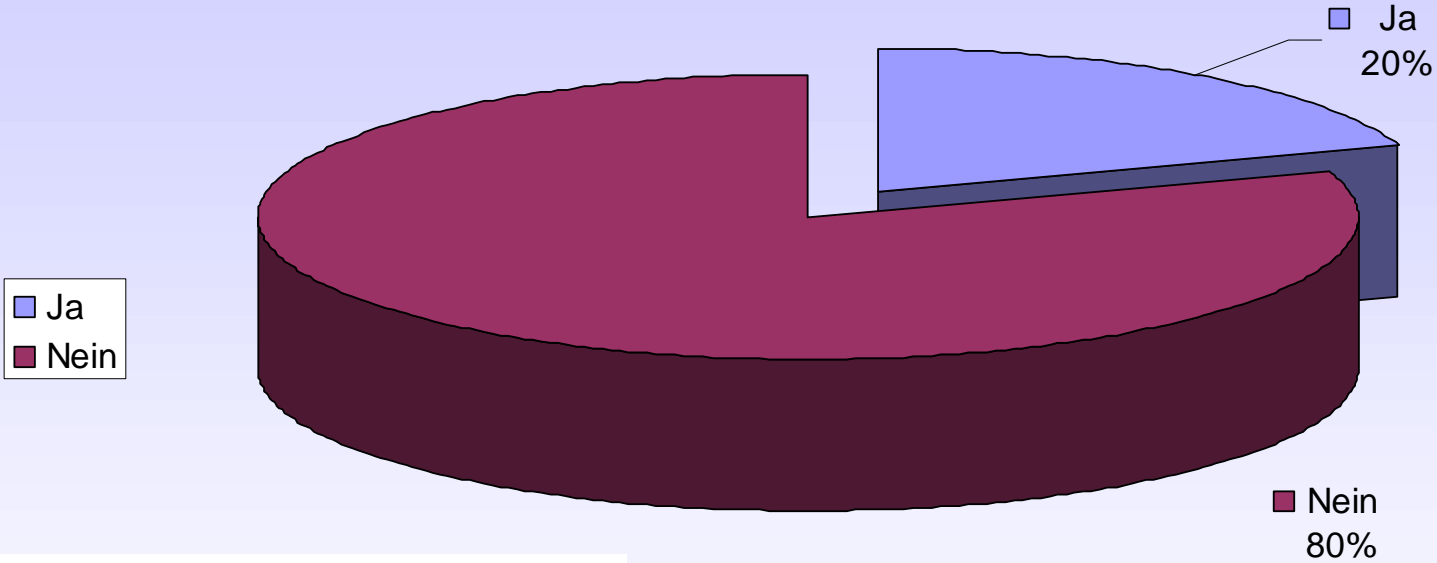


# Downloadmöglichkeit und Format der Presseinformation

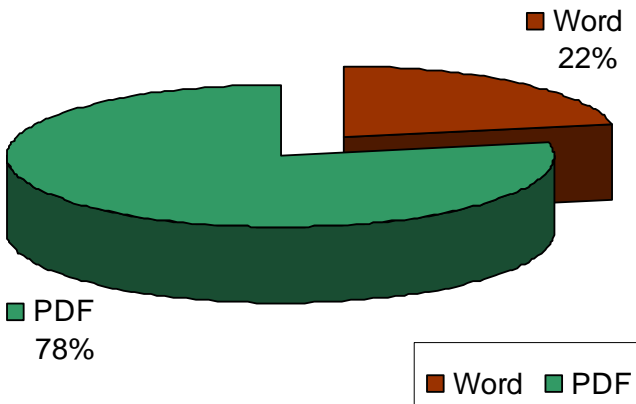
Allgemein: Von 278 Unternehmen bieten nur sehr wenige  
die Download-Funktion an (oft nur PDF-Dateien)

- 55 Unternehmen (20 Prozent) bieten eine Download-Funktion an
- Davon 43 als PDF- und zwölf als Word-Datei
- bei 223 Unternehmen (80 Prozent) entfällt die Funktion ganz

# Downloadmöglichkeit und Format der Presseinformation

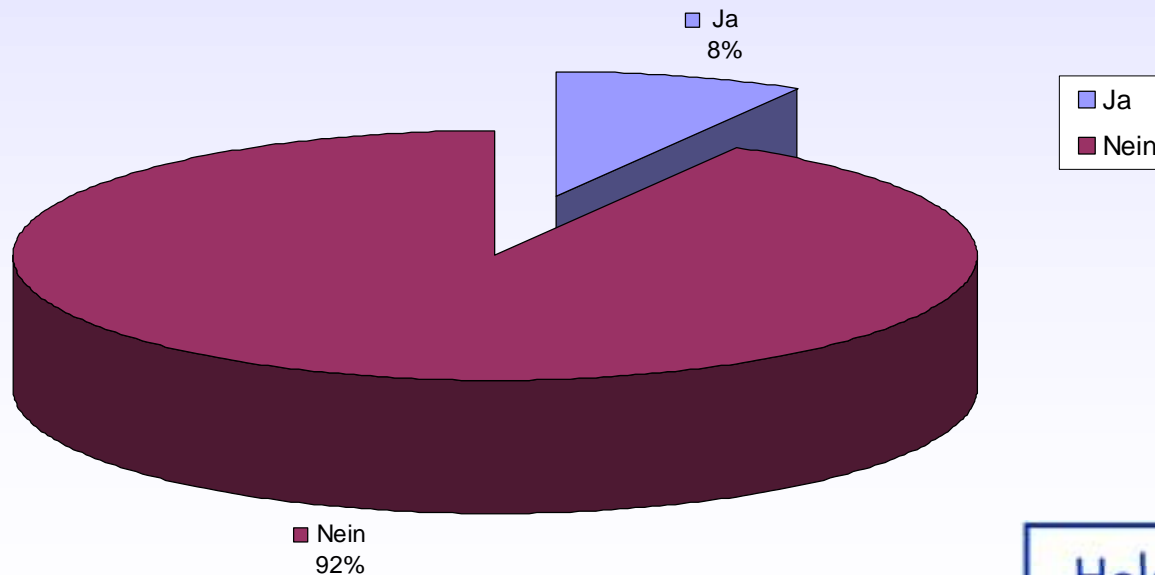


## Format



# Übersetzung in andere Sprachen

- nur bei 23 Unternehmen, die meist international tätig sind und eine mehrsprachige Internet-Seite vorweisen können
- bei 255 Unternehmen (92 Prozent) entfällt das Angebot ganz, sowohl als eigenständige Web-Seite als auch im Pressebereich selbst

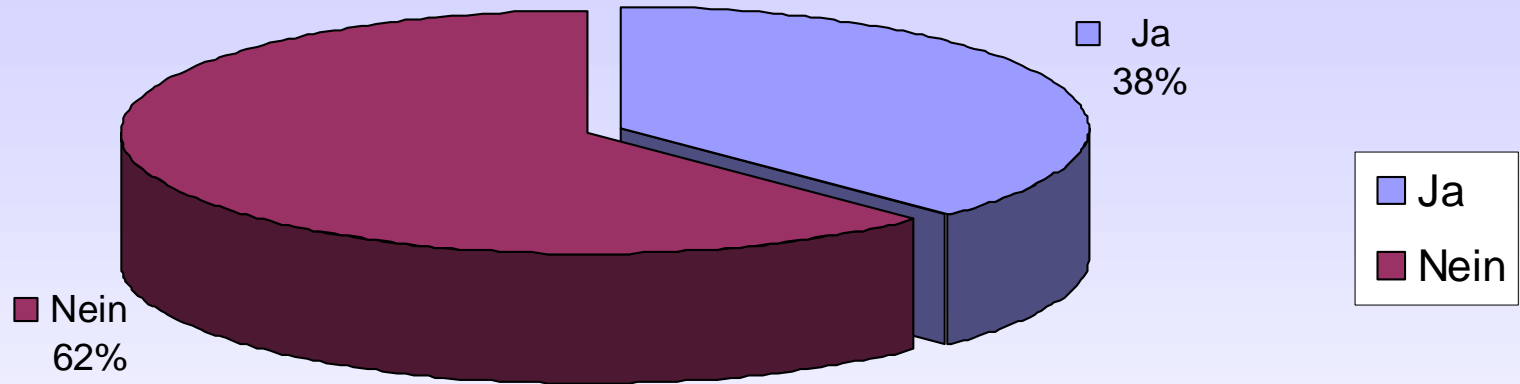


# Downloadmöglichkeit, Format und Übersetzung des Unternehmensprofils

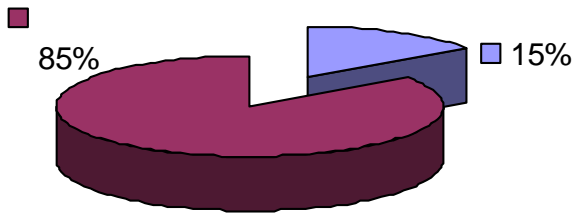
Allgemein: Von 278 Unternehmen bieten nur sehr wenige ein extra Profil an

- Bei 105 Unternehmen (38 Prozent) ist das Unternehmensprofil in die Pressemitteilung integriert  
Extra Dateien zum Download bieten nur 16 an
- 173 Unternehmen (62 Prozent) haben kein Profil im Pressebereich

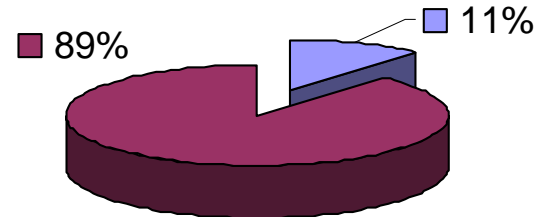
# Downloadmöglichkeit, Format und Übersetzung des Unternehmensprofils



## Möglichkeit des Downloads



## Übersetzung in andere Sprachen

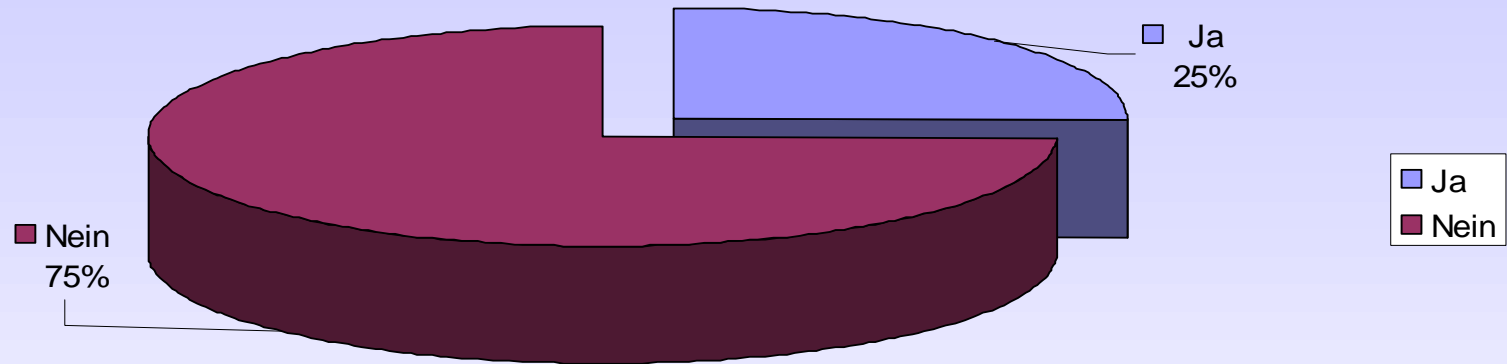


# Direkte Anforderungs- oder Downloadmöglichkeit von Produktinformationen –Links zu Produkten

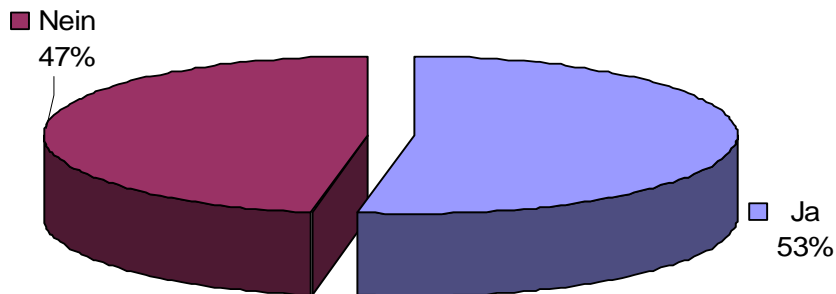
Allgemein: Sehr wenig Information oder Links zu Produkten im Pressebereich

- Von 278 Unternehmen bieten nur 70 (25 Prozent) Produktinformationen im Pressebereich an
- Direkt per Email oder Post anfordern kann man die Produktinformationen bei 37 Unternehmen (53 Prozent)
- Downloaden bei 56 Unternehmen (80 Prozent)
- 208 Unternehmen (75 Prozent) haben weder Produktinformationen noch verweisen sie auf einen Link.

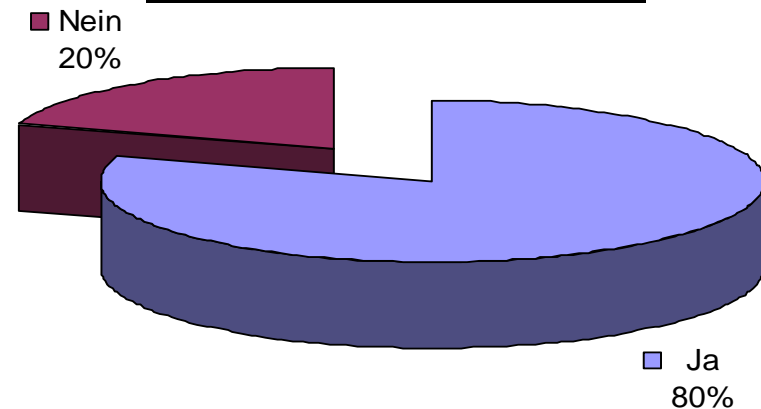
# Direkte Anforderungs- oder Downloadmöglichkeit von Produktinformationen – Links im Pressebereich



## Direkte Anforderungsmöglichkeit

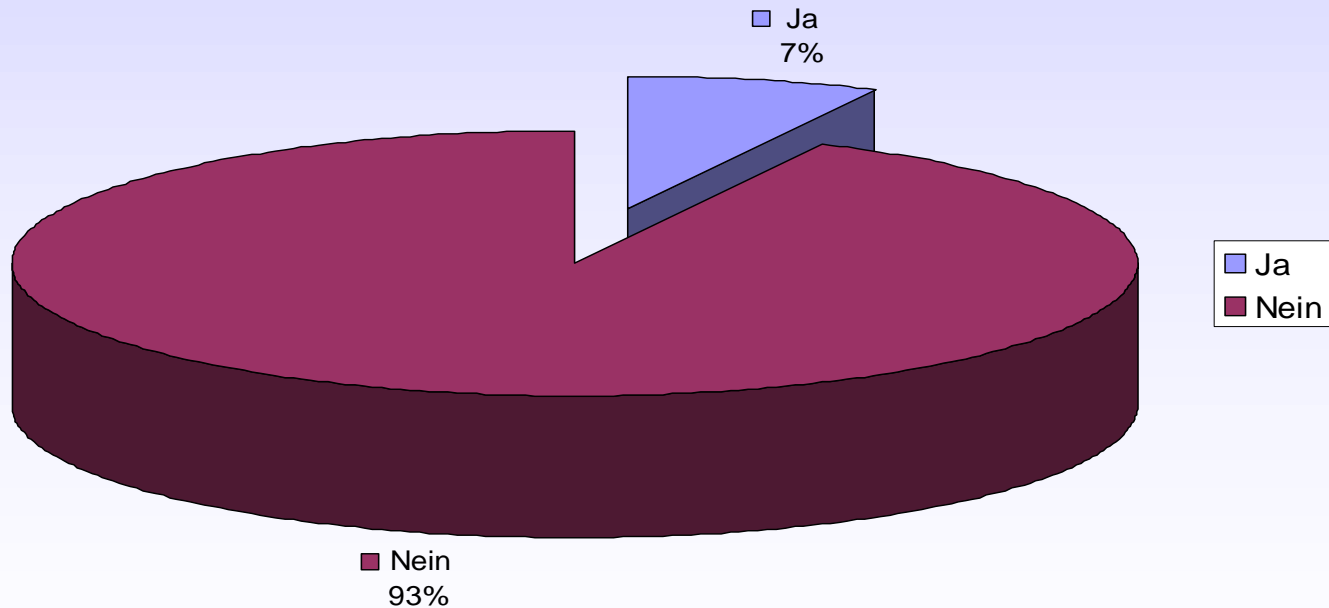


## Möglichkeit des Downloads



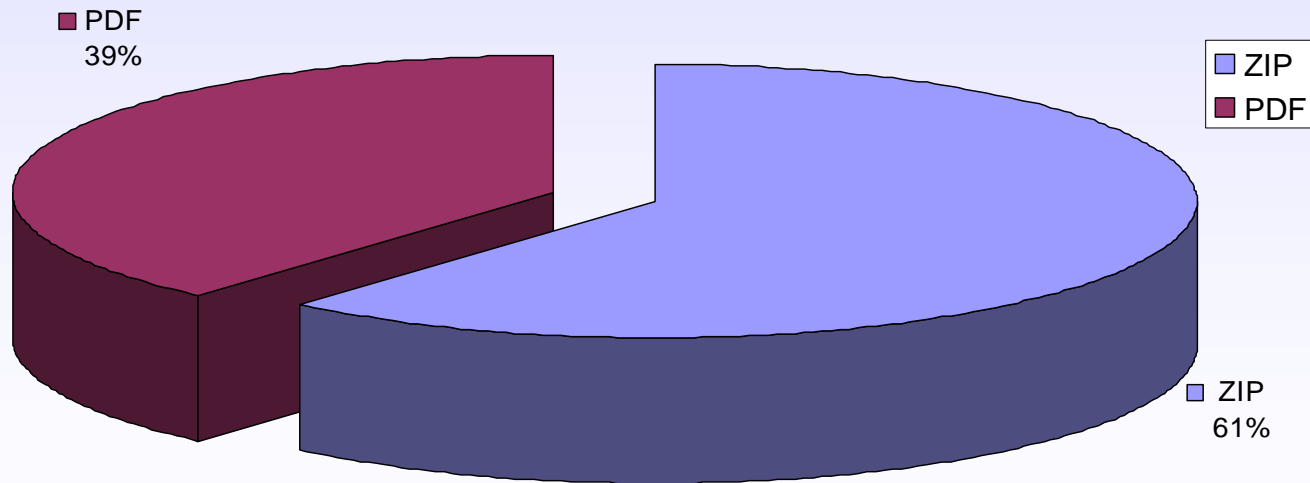
# Übersetzung in andere Sprachen

- Von 70 Unternehmen, die Produktinformationen anbieten, stellen nur fünf eine Übersetzung zur Verfügung.



# Format der Produktinformationen

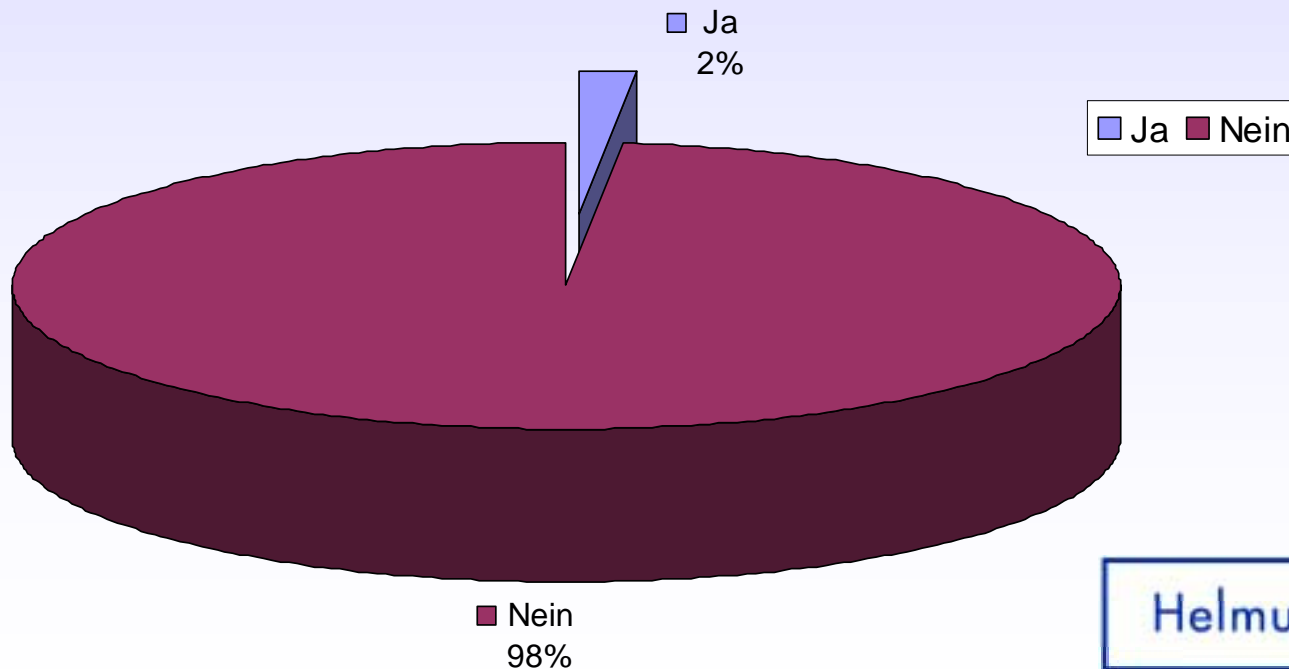
- 43 Unternehmen bevorzugen das ZIP-Format, da Produktinformationen meist sehr große Dateien sind
- 27 Unternehmen bieten nur PDF an



# Presse-Terminkalender

Allgemein: Termine findet man oft nur außerhalb  
des Pressebereichs

- Im Pressebereich selbst geben nur fünf von 278 Unternehmen Termine bekannt



# Inhalt des Pressebereichs

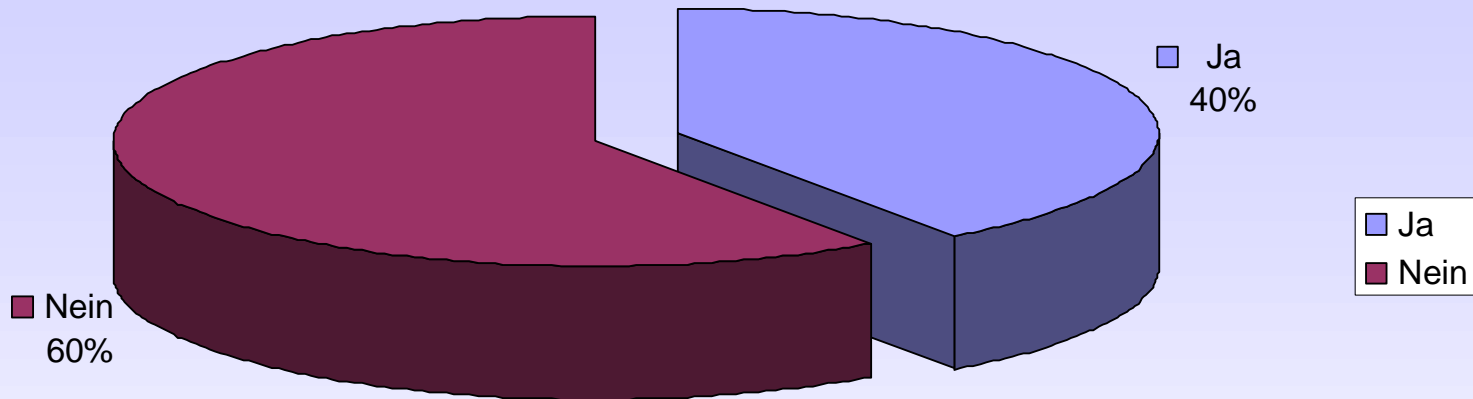
- Bildmaterial:

Allgemein: Fast alle Unternehmen bieten Bilder an, jedoch sind diese zur Weiterverarbeitung meist ungeeignet

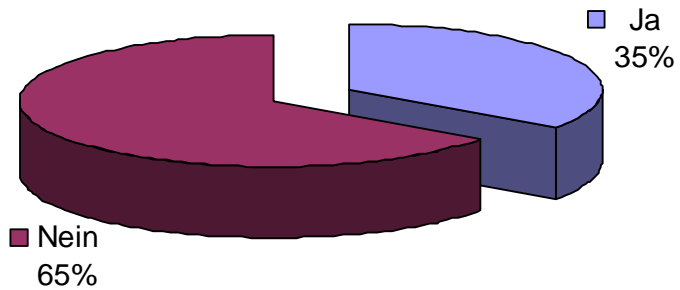
## Bildmaterial allgemein im Pressebereich

- 112 von 278 Unternehmen bieten Bildmaterial aller Art an
- Logos zum Herunterladen haben nur 39 von 112 Unternehmen
- Sonstige Bilder zum Beispiel von der Geschäftsleitung, Produkten, Grafiken, etc. bieten erstaunlich viele an: 107 von 112 Unternehmen
- Bei 166 Unternehmen (60 Prozent) ist kein Bildmaterial vorhanden

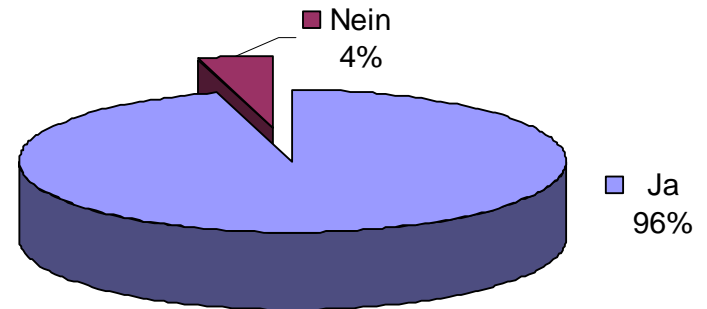
# Bildmaterial allgemein im Pressebereich



## Logos

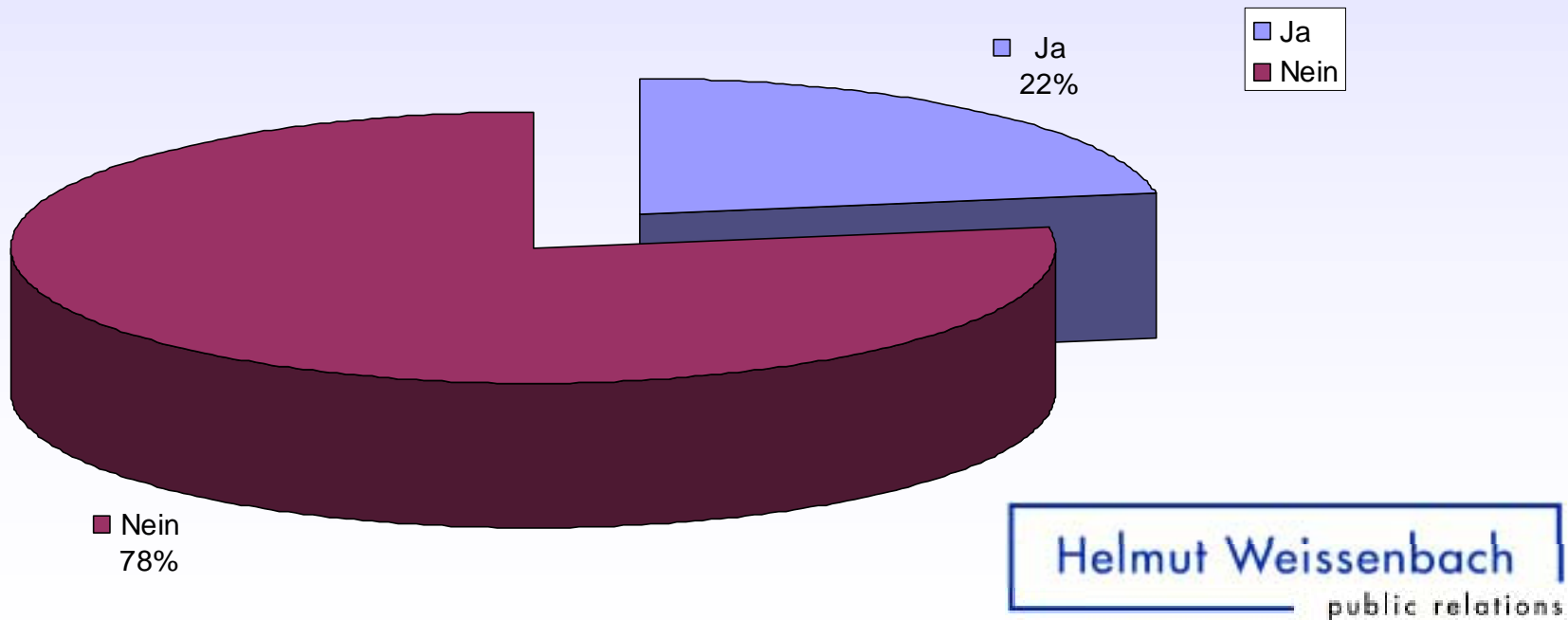


## Sonstige Bilder



## Detaillierte Bildunterschriften

- von 107 angebotenen Bildern wie der Geschäftsleitung, Produkten, Grafiken, etc. sind nur 24 (22 Prozent) ausreichend beschriftet
- 83 haben keine ausreichende Bildunterschrift

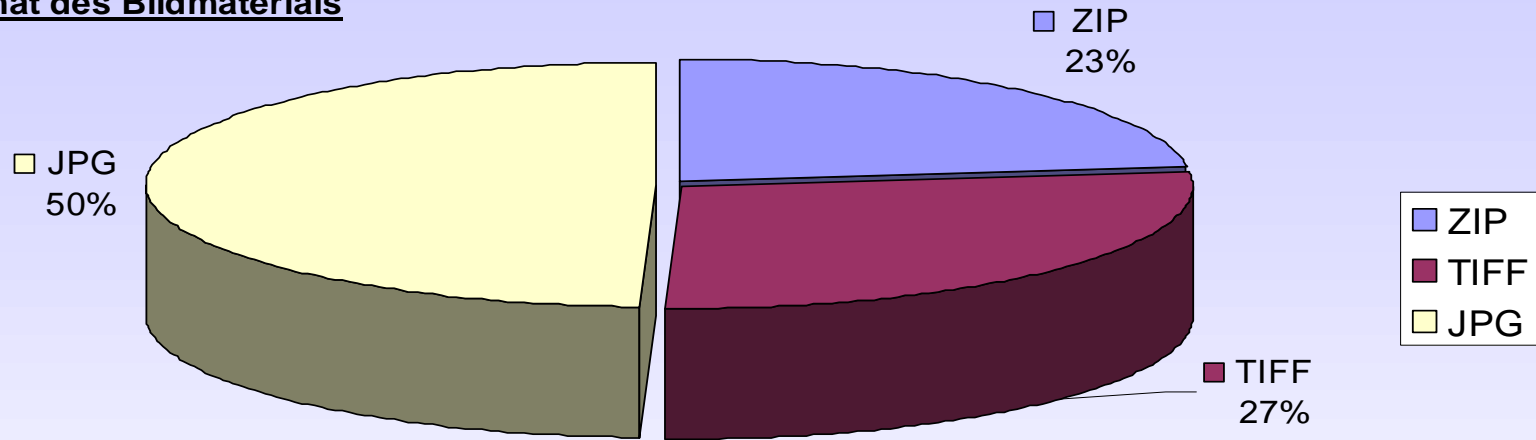


# Angaben für die Weiterverarbeitung der Bilder

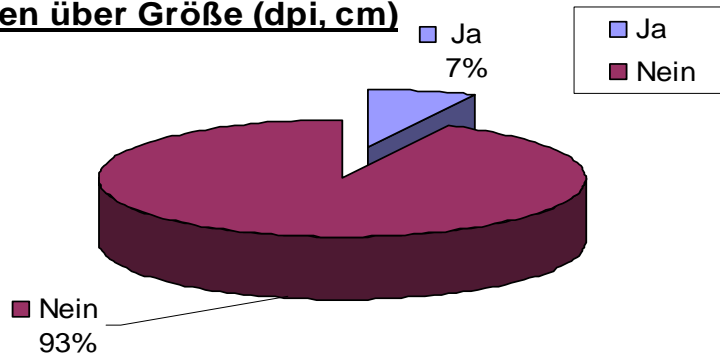
- Format
  - 81 Bilder im JPG-Format
  - 45 Bilder im TIFF-Format
  - 38 Bilder im ZIP-Format
- Angaben über Größe (dpi, cm)
  - Nur acht von 112 Bilder haben Größen-Angaben
- Druckfähige Qualität ( 300 dpi + 10x15 cm)
  - 35 Bilder haben eine druckfähige Qualität
  - 77 von 112 sind für die Weiterverarbeitung nicht geeignet

# Angaben bei Weiterverarbeitung der Bilder

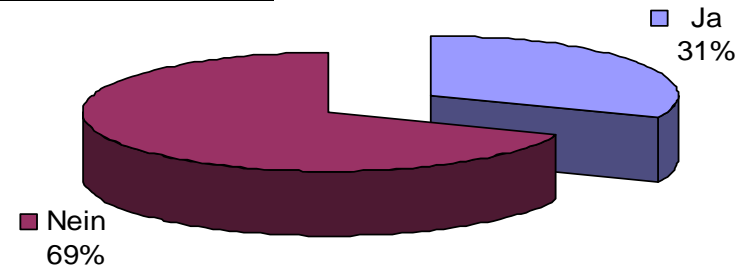
## Format des Bildmaterials



## Angaben über Größe (dpi, cm)



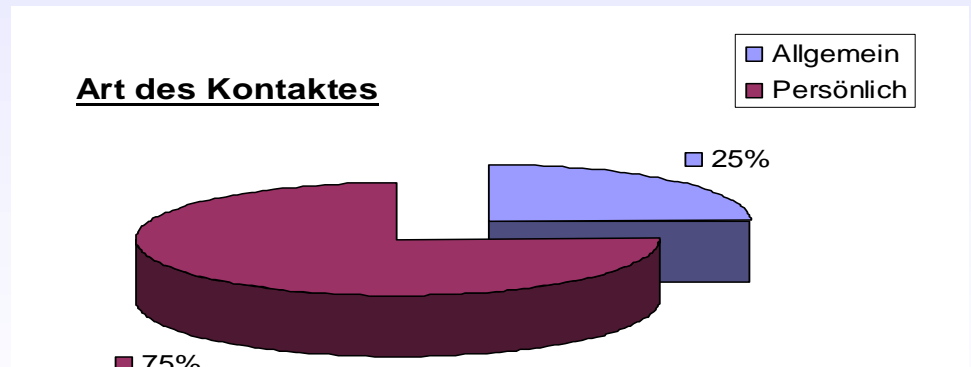
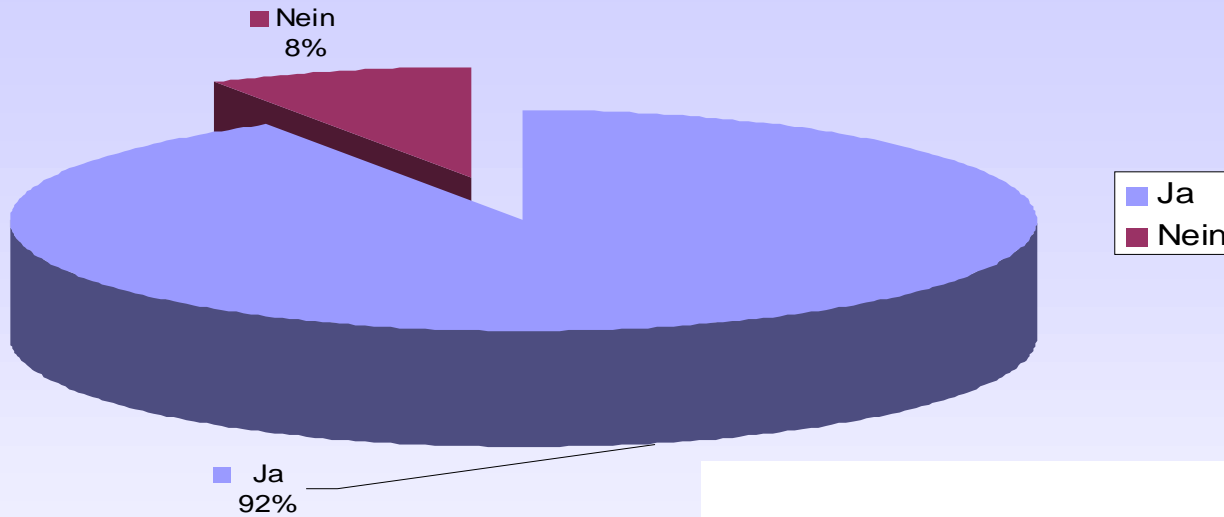
## Druckfähige Qualität



## Ist eine Kontaktmöglichkeit vorhanden?

- von 244 Kontaktmöglichkeiten sind 63 allgemein gehaltene aus dem Bereich Marketing/PR
- 192 Unternehmen bieten einen persönlichen Ansprechpartner oft mit einer persönlichen Email und Telefondurchwahl
- von 278 untersuchten Unternehmen bieten 23 keinen Kontakt an

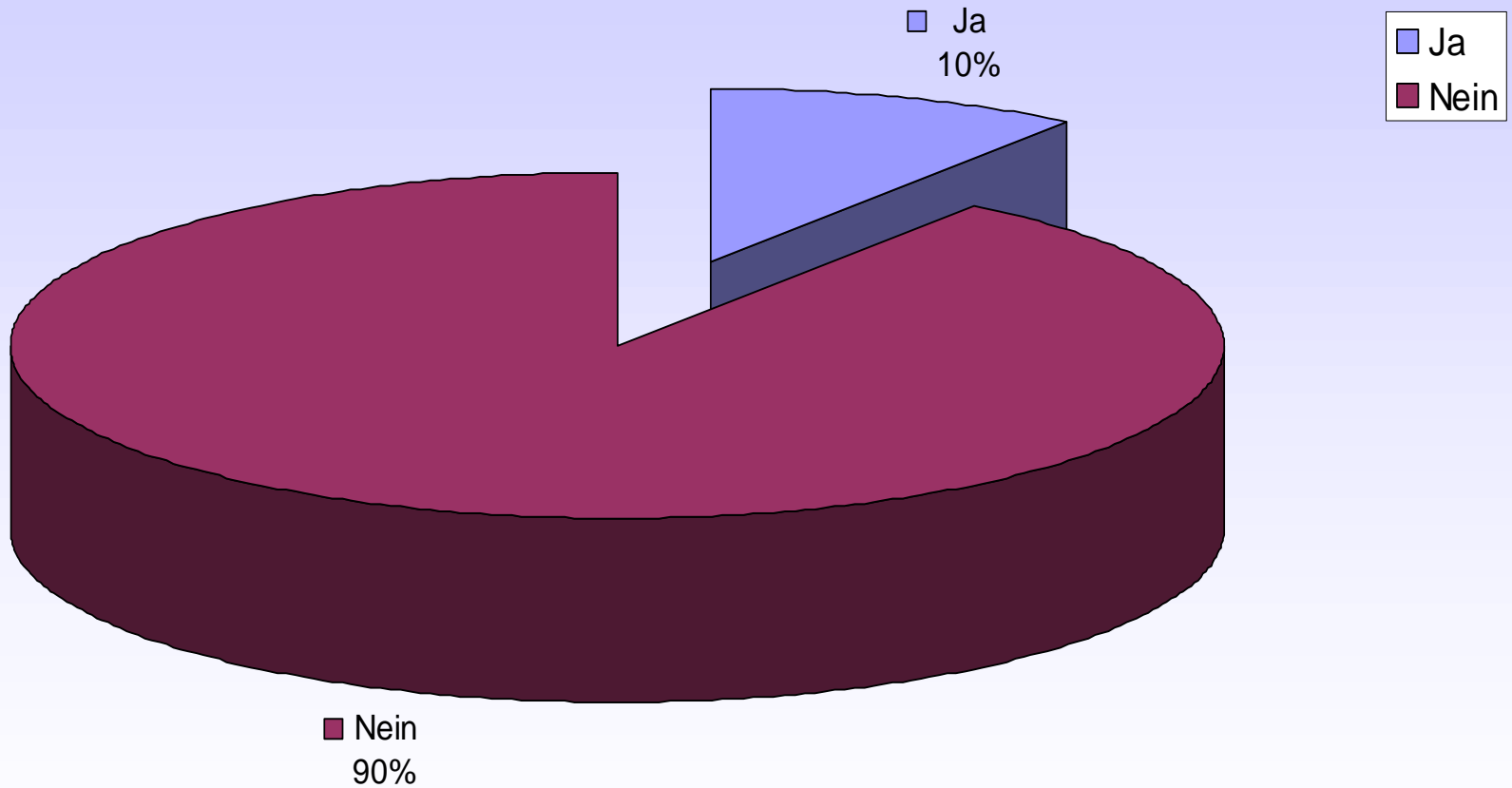
# Ist eine Kontaktmöglichkeit vorhanden?



# Angebot von regelmäßigen Informationen

Allgemein: Nur 28 Unternehmen bieten regelmäßige  
Informationen an

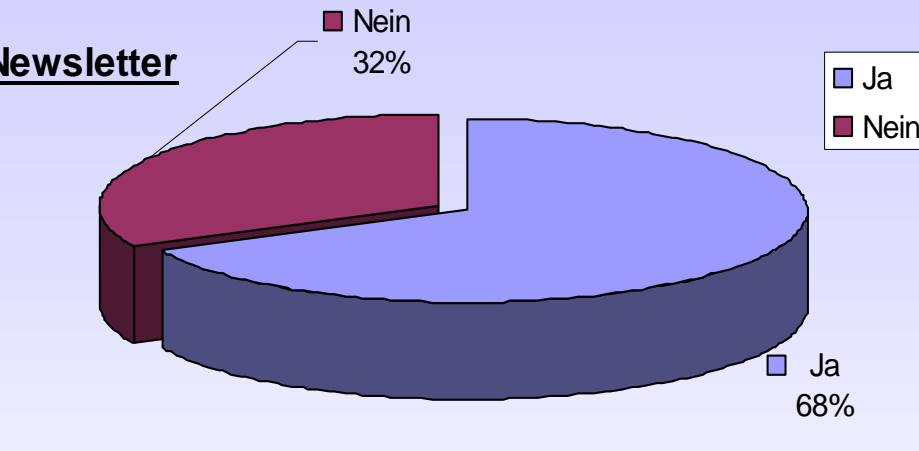
# Angebot von regelmäßigen Informationen



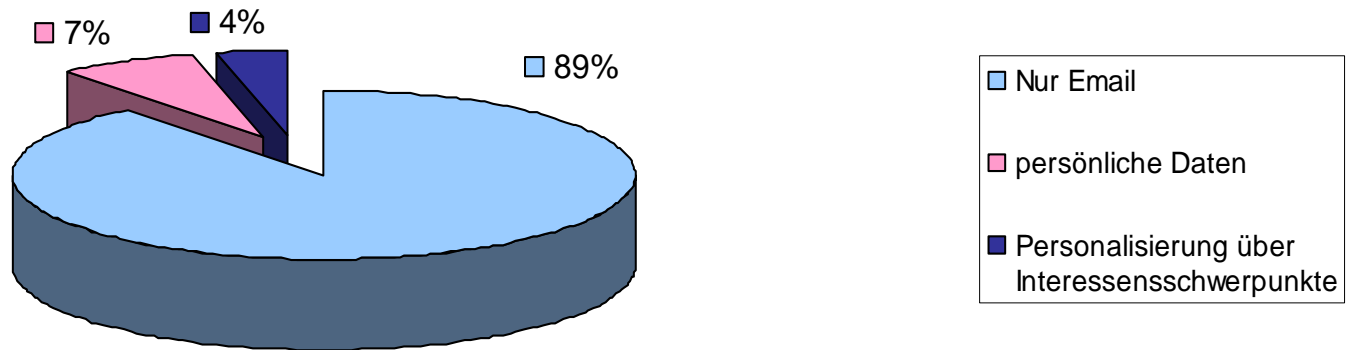
## **Angebot von Newslettern oder die Möglichkeit einer Eintragung in den Presseverteiler**

- von 28 Unternehmen bieten 19 einen Newsletter an, jedoch oft nicht im Pressebereich selbst
- Elf Unternehmen fordern zu einer Eintragung in den Presseverteiler möglich
- Bei 25 von 28 Unternehmen ist die Anforderung eines Newsletter oder die Aufnahme in den Presseverteiler nur mit der Email-Adresse möglich

# Angebot von Newslettern oder die Möglichkeit einer Eintragung in den Presseverteiler



## Erforderliche Daten



# Zehn Gebote für einen informativen und gut strukturierten Pressebereich

01. Den Online-Pressebereich als Informationsplattform nutzen
02. Den Pressebereich gut sichtbar auf der Startseite platziert
03. Aktuelle Presseinformationen immer sofort auf die Internet-Seite stellen
04. Unternehmens- und Produktinformationen direkt in den Pressebereich stellen oder ersichtlich gut sichtbar verlinken.
05. Download in verschiedenen Dateitypen und vor allem in Word anbieten
06. Bildmaterial zur Verfügung stellen (unterstützendes Textmaterial)
07. Auf die Qualität und den Inhalt der Bilder achten
08. Persönlichen Kontakt mit entsprechenden Daten angeben
09. Regelmäßigen Zusendung von Informationen anbieten
10. Aktuellen Terminkalender für die Presse integrieren