

AMPEL- BÜNDNIS



Die großen Sechs der **Lebensmittellindustrie** haben einen unschlagbaren Meinungsverbund installiert. Die enge Abstimmung unter konkurrierenden Unternehmen ist einmalig.

Es passiert nicht häufig, dass Pressestellen es schaffen, den Pressestellentest auszutricksen. Dieses Mal ist es gelungen.

Aber der Reihe nach: Im März 2017 kündigten sechs globale Lebensmittelkonzerne (Unilever, Mars, Nestlé, Coca-Cola, PepsiCo und Mondelez) an, eine eigene, EU-weite Ampel-Kennzeichnung für Lebensmittel zu entwickeln. Passiert ist dann erst mal nichts. Nachdem nun in Frankreich eine solche Kennzeichnung eingeführt wurde, wollten wir von der Industrie wissen, wie es um ihre Deutschland-Pläne steht.

Offensichtlich ist man bemüht, mit einer Stimme zu sprechen. Die großen Sechs stimmen sich offenbar nicht bloß in Sachen Ampel-Konzept, sondern auch in der Pressearbeit ab. Und zwar erfolgreich: Wir bekommen von ihnen allen die gleiche Antwort zum selben Zeitpunkt. Federführend für die gemeinsame Stellungnahme ist Mondelez-Pressesprecher Jonas Numrich. Das gab es noch nie im Pressestellentest.

Für die Bewertung heißt das: Punktemäßig liegen die sechs Ampel-Koalitionäre sehr eng beieinander. Über den Gesamtsieg entscheiden Feinheiten. Mondelez bekommt für die Hauptarbeit zwar einen Sonderpunkt, aber da die Pressestelle schlecht erreichbar ist, geht der Sieg an Martin Gosen von Coca-Cola. Der ergänzt die Standardantwort außerdem noch und sammelt mit der Zusatzleistung Extrapunkte. Zwei Testkandidaten gehören der Ampel-Phalanx nicht an: General Mills und Danone. Sie wurden mit angepassten Fragen konfrontiert, bestanden den Test aber aus unterschiedlichen Gründen nicht. ◀

TESTFRAGEN*

- 1) Halten Sie an dem von Ihnen und fünf anderen Konzernen im März angekündigten, eigenen Konzept für eine Lebensmittel-Ampel fest? Wenn ja: Wann wird sie eingeführt? Wenn nein: Warum nicht?
- 2) Bitte erläutern Sie kurz die Besonderheiten Ihres Ampel-Modells.
- 3) Wie bewerten Sie das jüngst eingeführte französische Modell einer Lebensmittel-Ampel?
- 4) Die Lebensmittel-Ampel ist ein hoch emotional diskutiertes Thema. Wie ließe es sich Ihrer Meinung nach versachlichen?

* Für Danone und General Mills wurden die Fragen angepasst.

NOTENSKALA

(Punkte gewichtet)

- 180 – 200 Punkte: Erstklassig
- 160 – 179 Punkte: Sehr gut
- 140 – 159 Punkte: Gut
- 120 – 139 Punkte: Akzeptabel
- 100 – 119 Punkte: Verbesserungswürdig
- 60 – 99 Punkte: Reformbedürftig
- 0 – 59 Punkte: Katastrophal

Detaillierte Informationen zu den Testkriterien:

www.prmagazin.de/pressstellentest

1

Coca-Cola

Homepage: www.coca-cola-deutschland.de

Kontakt:	19 Punkte
Erreichbarkeit:	20 Punkte
Reaktionstempo:	15 Punkte
Umfang der Auskunft:	20 Punkte
Qualität der Auskunft:	19 Punkte

TESTSIEGER

gewichtet	187,5
ungewichtet	93



Erstklassig

Ansprechpartner:
Martin Gosen,
Interimsmanager

Kontakt: Auf der Corporate-Website von Coca-Cola Deutschland gelangt man über „Media Newsroom“ und „Kontakt“ zu einer Telefonnummer der Pressestelle.

Erreichbarkeit: Dort hört man sich unser Anliegen geduldig an und bittet erfreulicherweise nicht gleich reflexartig um eine Mail, sondern notiert die Fragen und verspricht, sie an die richtigen Ansprechpartner weiterzuleiten. Wir fühlen uns sehr gut aufgehoben.

Reaktionstempo: Am zweiten Testtag gegen 16 Uhr erreicht uns eine abgestimmte Sammelantwort von Mondeléz. Zusätzlich liefert Coca-Cola am vierten Testtag nach: Sprecher Martin Gosen von der Agentur Einstweilige Vertretung, der aktuell als Interimsmanager die Pressestelle unterstützt, ruft an und ergänzt die Mondeléz-Ausführungen um Spezifika für den Getränkemarkt. Anschließend schickt er noch ein zusammenfassendes Zitat per Mail.

Umfang der Auskunft: So wünscht man sich das als Journalist. Alle Fragen sind beantwortet.

Qualität der Auskunft: Dank seinem engagierten Sprecher sammelt Coca-Cola zwei Sonderpunkte, die den entscheidenden Unterschied zu den Partnern im Ampel-Bündnis ausmachen. Man merkt Gosen an, dass er in der Thematik steckt und ihm auch Detailfragen zu wichtig sind, um sich auf der Vorarbeit anderer auszuruhen. Stark!

2 Unilever

Homepage: www.unilever.de

Kontakt: 20 Punkte
 Erreichbarkeit: 19 Punkte
 Reaktionstempo: 16 Punkte
 Umfang der Auskunft: 20 Punkte
 Qualität der Auskunft: 17 Punkte

gewichtet	182
ungewichtet	92



Erstklassig

Ansprechpartner:
Konstantin Bark,
Media Relations
Manager

Kontakt: Die Homepage des Konsumgüterkonzerns Unilever wirkt nüchtern und übersichtlich, die Menüführung ist intuitiv. Wir zeigen mit der Maus auf „Presseservice“, klicken auf „Ansprechpartner Presseservice“ und gelangen ohne Umweg zu den Kontaktdaten der Pressestelle.

Erreichbarkeit: Dort ist allerdings zum Zeitpunkt unseres Anrufs niemand zu erreichen. Wir werden in die Telefonzentrale weitergeleitet, wo man um eine Mail bittet.

Reaktionstempo: Kurz nachdem die Anfrage verschickt ist, kommt als automatische Antwort eine Bestätigung, dass unsere Mail in Bearbeitung sei. Das signalisiert Verbindlichkeit und bringt einen Extrapunkt. Eine Rückmeldung bekommen wir am zweiten Testtag in Form der erwähnten Sammelantwort vom Konkurrenten Mondelēz.

Umfang der Auskunft: Alle Fragen sind beantwortet, ...

Qualität der Auskunft: ... und zwar aufschlussreich. Wie die fünf anderen Unternehmen der Ampel-Koalition profitiert Unilever von der starken, gemeinsamen Pressearbeit.

3 PepsiCo

Homepage: www.pepsico.de

Kontakt: 20 Punkte
 Erreichbarkeit: 19 Punkte
 Reaktionstempo: 15 Punkte
 Umfang der Auskunft: 20 Punkte
 Qualität der Auskunft: 17 Punkte

gewichtet	180,5
ungewichtet	91



Erstklassig

Ansprechpartnerin:
Isabel Meister,
Agentur
markenzeichen

Kontakt: Viel einfacher geht es kaum. Wir fahren mit der Maus über „Aktuelles und Presse“, klicken auf „Pressekontakt“, und schon erscheinen die Kontaktdaten der PR-Agentur markenzeichen, die für PepsiCo die Presse betreut.

Erreichbarkeit: Unter der angegebenen Telefonnummer erreichen wir zunächst nur die Empfangszentrale der Agentur. Die Kollegen aus der PR-Abteilung seien gerade in einer Besprechung, heißt es bei markenzeichen. Unser Anliegen wird aber aufgenommen. Zwei Stunden später ruft die Agenturmitarbeiterin Isabel Meister zurück und bittet darum, ihr die Fragen per Mail zu senden.

Reaktionstempo: Am zweiten Testtag landet die schon erwähnte Sammelantwort von Mondelēz in unserer Mailbox. Isabel Meister schickt direkt eine zweite Mail hinterher und bietet für den Fall, das noch Fragen offen seien, ein Gespräch an. Das ist Top-Service, ...

Umfang der Auskunft: ... doch Rückfragen haben wir nicht. Mondelēz hat alles beantwortet, ...

Qualität der Auskunft: ... und zwar überzeugend (siehe die Testkandidaten auf den Plätzen 1 und 2).

4 Mars

Homepage: www.mars.com/germany/de

Kontakt: 19 Punkte
 Erreichbarkeit: 19 Punkte
 Reaktionstempo: 15 Punkte
 Umfang der Auskunft: 20 Punkte
 Qualität der Auskunft: 17 Punkte

gewichtet	179
ungewichtet	90



Sehr gut

Ansprechpartner:
Raoul Hamacher,
Corporate Affairs
Manager

Kontakt: Auf der Homepage des Schokoriegelherstellers führen zwei Klicks zu den gesuchten Ansprechpartnern: auf „Presse Center“ und „Pressekontakte“.

Erreichbarkeit: Pressechef Raoul Hamacher hebt den Hörer ab. Er sagt, dass für unser Anliegen die Kollegen in Brüssel die perfekten Ansprechpartner wären. Wenn wir eine Anfrage auf Englisch einreichen würden, werde er sich darum kümmern, sie an die richtigen Stellen weiterzuleiten. Eine internationale Anfrage bei einem nationalen Thema stellen zu müssen, ist immer etwas aufwendig und hat in der Vergangenheit nicht selten zu Komplikationen geführt. Aber immerhin bietet sich die deutsche Pressestelle als Vermittler an. Das ist guter Service.

Reaktionstempo: Am Ende ist der Weg nach Brüssel gar nicht notwendig: Am Nachmittag des zweiten Testtags schickt Mondelēz die auch für Mars abgestimmte Sammelantwort, ...

Umfang der Auskunft: ... die alle Fragen klärt.

Qualität der Auskunft: Auch qualitativ sind die Antworten aus Journalistensicht absolut zufriedenstellend (zu den Details siehe die vorigen Testkandidaten).

4 Nestlé

Homepage: www.nestle.de

Kontakt: 19 Punkte

Erreichbarkeit: 19 Punkte

Reaktionstempo: 15 Punkte

Umfang der Auskunft: 20 Punkte

Qualität der Auskunft: 17 Punkte

gewichtet	179
ungewichtet	90



Sehr gut

Ansprechpartner:
Hartmut Gahmann,
Leiter Corporate
Communications

Kontakt: „Good Food, Good Life“ ist der Nestlé-Slogan, der bei dem Lebensmittelunternehmen auch der Leitspruch für den Presse-Kontaktservice auf der Website zu sein scheint. Wir klicken in der Kopfleiste auf „Medien“, dann auf „Medienkontakt“ und landen bei der Telefonnummer von Kommunikationschef Hartmut Gahmann.

Erreichbarkeit: Wir erreichen eine Mitarbeiterin von Gahmann. Nach einem freundlichen Gespräch bittet sie uns darum, die Testfragen per Mail zu senden, und verspricht, sich um unser Anliegen zu kümmern.

Reaktionstempo: Wie bei den übrigen Kooperationspartnern im deutschen Ampel-Bündnis kommen die Antworten am zweiten Testtag vom Konkurrenten Mondelēz. Anschließend bietet uns die erwähnte Mitarbeiterin noch ein Gespräch an für den Fall, dass Fragen offen sein sollten.

Umfang der Auskunft: Das ist nicht der Fall. Mondelēz hat sämtliche Fragen beantwortet, ...

Qualität der Auskunft: ... und zwar so gut, dass sich auch in der Kategorie „Qualität“ das Punktekonto füllt. >

So

werden

Sie

gesucht!

JOURNALISTJOBS

Jetzt schnell und unkompliziert
den passenden Job finden.
Der Stellenmarkt www.journalistjobs.de

Informationen gibt es unter 02228 / 931 - 122 oder
per E-Mail unter stellenmarkt@rommerskirchen.com

6 Mondelēz

Homepage: <http://eu.mondelezinternational.com>

Kontakt: 18 Punkte
Erreichbarkeit: 8 Punkte
Reaktionstempo: 15 Punkte
Umfang der Auskunft: 20 Punkte
Qualität der Auskunft: 18 Punkte

gewichtet	164,5
ungewichtet	79



Sehr gut

Ansprechpartner:
Jonas Numrich,
Communications &
Public Affairs Manager

Kontakt: Eine deutsche Corporate-Homepage hat Mondelēz nicht, aber eine englischsprachige „europäische Variante“. Zu den Rufnummern der Pressestelle gelangen wir mit Klicks auf „Newsroom“, auf die Deutschland-Flagge und auf „Kontakte“.

Erreichbarkeit: Unter der angegebenen Rufnummer hebt niemand ab. Nach drei vergeblichen Versuchen schreiben wir eine E-Mail an die Adresse der Pressestelle. Dass sie ihr Ziel erreicht hat, erfahren wir am zweiten Testtag gegen 16 Uhr, ...

Reaktionstempo: ... als die Antworten kommen. Und die haben es in sich. Mondelēz beantwortet unsere Anfrage gesammelt für sich selbst und die übrigen Partner der Ampel-Koalition.

Umfang der Auskunft: Alle Fragen sind geklärt, ...

Qualität der Auskunft: ... und zwar aufschlussreich. Pressesprecher Jonas Numrich gibt Vollgas. Er erklärt detailliert und hintergründig das Ampel-System und setzt auf Liebe zum Detail. Da die anderen Unternehmen die Antworten übernommen haben, gibt es für die Federführung von Mondelēz einen Extrapunkt.

7 General Mills

Homepage: www.generalmills.de

Kontakt: 2 Punkte
Erreichbarkeit: 17 Punkte
Reaktionstempo: 16 Punkte
Umfang der Auskunft: 2 Punkte
Qualität der Auskunft: 0 Punkte

gewichtet	56,5
ungewichtet	37



Katastrophal

Ansprechpartnerin:
Katariina Wilhelm,
Assistant to
Managing Director

Kontakt: Noch stärker reduziert kann eine Homepage kaum sein. Eine Anlaufstelle für die Presse gibt es nicht. Wir klicken auf „Contact Us“ und finden das Impressum mit einer allgemeinen Rufnummer. Das gibt kräftig Punktabzug.

Erreichbarkeit: Ein schlechtes Omen? Der erste Anruf beginnt jedenfalls mit einer Panne. Zwar hebt jemand ab, aber es ist kein Ton zu hören. Wir legen auf und versuchen es noch einmal. Diesmal klappt es: Eine Mitarbeiterin der Pressestelle nimmt unsere Anfrage entgegen und bittet um eine E-Mail.

Reaktionstempo: Am nächsten Tag um 10 Uhr sagt Katariina Wilhelm, Assistentin der Geschäftsführung, ab. Sie habe unsere Fragen übersetzt und an den External Relations Manager nach London weitergeleitet. Doch der habe leider keine Zeit, sich darum zu kümmern.

Umfang der Auskunft: Für die Übersetzung und die schnelle Rückmeldung vergeben wir je einen Trostpunkt. Ansonsten gilt: keine Auskunft, keine Punkte.

Qualität der Auskunft: Ärgerlich, wenn die Abläufe im Ausland die Pressearbeit im Inland behindern. Hier führt das zu einem katastrophalen Gesamtergebnis.

8 Danone

Homepage: www.danone.de

Kontakt: 20 Punkte
Erreichbarkeit: 12 Punkte
Reaktionstempo: 0 Punkte
Umfang der Auskunft: 1 Punkt
Qualität der Auskunft: 1 Punkt

gewichtet	53,5
ungewichtet	34



Katastrophal

Ansprechpartnerin:
Wiebke Moebus,
Pressesprecherin

Kontakt: Wir scrollen zum Fuß der Startseite, klicken auf „Presse“ und finden eine Rufnummer der Pressestelle.

Erreichbarkeit: Niemand hebt ab. Nach drei vergeblichen Versuchen schicken wir eine Mail. Eine knappe Stunde später kommt eine Eingangsbestätigung.

Reaktionstempo: Am zweiten Testtag meldet sich Sprecherin Wiebke Moebus per Mail mit einigen Rückfragen, die wir direkt klären. Weil aber bis zum vierten Testtag keine Antworten auf die Testfragen kommen, haken wir routinemäßig per Mail nach, woraufhin Moebus anruft. Sie habe „Himmel und Hölle in Bewegung gesetzt“, aber es könne passieren, dass sich die Antworten verspäten, warnt sie vor. So kommt es dann auch.

Umfang der Auskunft: Für die wiederholten Updates können wir nur einen Trostpunkt vergeben. Ansonsten geht Danone wegen der gerissenen Deadline in den Kategorien „Umfang“ und ...

Qualität der Auskunft: ... „Qualität“ leer aus. Schade, denn die gelieferten Antworten sind stark, und Sprecherin Moebus ist sehr engagiert. Für ihren Einsatz vergeben wir einen weiteren Trostpunkt, mehr ist nicht drin. ◀