

Bedeutung von Social Media und Web-PR nimmt zu

06.04.2010, 17:18 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: Cloos & Partner, Agentur für Öffentlichkeitsarbeit GmbH

Die traditionelle Befragung der österreichischen PR-Entscheider durch Cloos + Partner befasste sich 2010 mit Zukunftsthemen, Erfolgskontrollen und der Medienqualität.

Zukunftsthemen der PR

Das wichtigste Zukunftsthema ist „Web-PR und Social Media“. 89% sind der Meinung, dass dieses Thema wichtiger werden wird. Mit einigem Abstand folgen die Themen „Lobbying“, „Strategische PR“ und „Wertschöpfung von PR“. Von geringerer Bedeutung werden die Themen „CI-Entwicklung“, „Verschränkung von PR und Werbung“ und „Events“ sein.

PR-Erfolgskontrolle

Die Überprüfung des Erfolgs von PR-Aktivitäten hat zugenommen: 82% führen PR-Erfolgskontrollen durch. 2008 waren es nur 65%. Parallel dazu bieten Agenturen öfters eine erfolgsabhängige Honorierung an: 60% der Respondenten sagen, dass ihnen bereits einmal eine erfolgsabhängige Honorierung angeboten wurde. 2008 waren es nur 26%. Der Stellenwert der Erfolgskontrolle in der PR ist in etwa gleich geblieben: 93% beurteilen ihn mit „sehr wichtig“ oder „wichtig“. 2008 beurteilten 95% diese Frage mit „sehr wichtig“ oder „wichtig“. „Wir interpretieren dieses Ergebnis so, dass der großen Bedeutung der Erfolgskontrolle nun auch durch entsprechende Aktivitäten Rechnung getragen wird“, sagt Cloos + Partner-Geschäftsführer Jean-Lou Cloos.

Die beliebteste Art der Ermittlung des Erfolgs von PR bleibt das „Sammeln von Clippings“. Mit einigem Abstand folgen das „Erfassen der Tonalität“ und die „Ermittlung der Reichweiten“.

77% führen Kostenkontrollen durch. Der Stellenwert von Kostenkontrollen scheint allerdings abzunehmen: Denn nur 31% sagen die Kostenkontrolle sei sehr wichtig, während 2008 noch 53% diese Frage mit sehr wichtig beurteilten.

Qualität der Medien

Ein Großteil der Befragten vertritt die Meinung, dass die Qualität der klassischen Medien (Print, TV, Rundfunk) in den letzten fünf Jahren gleich geblieben ist oder sich verbessert hat. Ein Viertel der Befragten sagt, die Qualität habe sich verschlechtert. „Immerhin 37% sind der Meinung, dass die Qualität sich verbessert hat. Diesen Befund deuten wir als kleinen Hinweis darauf, dass die klassischen Medien sich erfolgreich mit Qualität gegen die Konkurrenz der Social Media wehren“, sagt Jean-Lou Cloos.

Zur Befragung

417 österreichische PR-Entscheider wurden aufgefordert, an der Online-Befragung teilzunehmen. Die Erhebung der Daten erfolgte vom 1. bis 15. März 2010. 15,6% der Befragten füllten das Online-Formular aus. Alle Ergebnisse der Befragung unter: http://www.cloos.at/downloads/Ergebnisse_Befragung_2010.pdf

Portrait

CLOOS + PARTNER . PR Consultants ist eine unabhängige, Inhaber geführte Kommunikationsagentur in Wien. Seit 1998 vertritt sie die Interessen von in- und ausländischen Unternehmen und Institutionen jeder Größe und unterstützt diese beim Aufbau, der Pflege und der Verteidigung ihrer Reputation. Die Agentur arbeitet für Kunden aus den Bereichen Industrie, Hightech, Automotive, Forschung und Entwicklung, Handel und Dienstleistungen, Non-Profit, Pharma und Gesundheit.

Das Leistungsspektrum von CLOOS + PARTNER . PR Consultants umfasst alle Instrumente der integrierten Kommunikation, von der CI- und CD-Entwicklung über strategische Unternehmens- und Produkt-PR, Konzeption und Umsetzung von Events, bis hin zu Medienarbeit und Erfolgskontrolle.

CLOOS + PARTNER . PR Consultants bietet alle Leistungen auf Projektbasis an oder im Rahmen einer kontinuierlichen Betreuung mit fixen oder variablen Honorarmodellen.

News-ID: 415295 • Views: 968 (Stand: 11.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/415295/Bedeutung-von-Social-Media-und-Web-PR-nimmt-zu.html>