

Umfrage im Rahmen des PR-Trendmonitor 2011

# Webmonitoring in der PR



---

## PR-Trendmonitor

---

### Inhalt:

- **Untersuchungsansatz**
- **Themenschwerpunkte**
- **Ergebnisse**

**erstellt von / am**  
TH / 11.10.2011  
**geprüft von / am**  
LD / 17.10.2011

## Untersuchungsansatz

Der PR-Trendmonitor stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung dar, die von der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor durchgeführt wurde. Dabei wurde untersucht, wo die derzeitigen Tendenzen und Entwicklungen in der Kommunikationsbranche liegen.

Sie suchen für Ihr Unternehmen oder Ihre Kunden spannende Daten und Fakten über bestimmte Branchen oder Themenbereiche? Mit den Online-Trendumfragen helfen wir Ihnen dabei, Themen und Trends zu erkennen, die Sie gezielt für Ihre Pressearbeit verwerten können.

Kontakt: [info@faktenkontor.de](mailto:info@faktenkontor.de)

### **Untersuchungsdesign:**

Als Methode wurde eine Internetbefragung gewählt.

### **Zielgruppe:**

Fach- und Führungskräfte aus der Kommunikationsbranche.

### **Befragungszeitraum:**

Die Daten sind vom 19. bis zum 28. September 2011 erhoben worden.

### **Teilnehmer:**

2.570 Fach- und Führungskräfte aus PR-Agenturen und Pressestellen verschiedener Unternehmen. Die Ergebnisse sind auf eine Nachkommastelle gerundet.

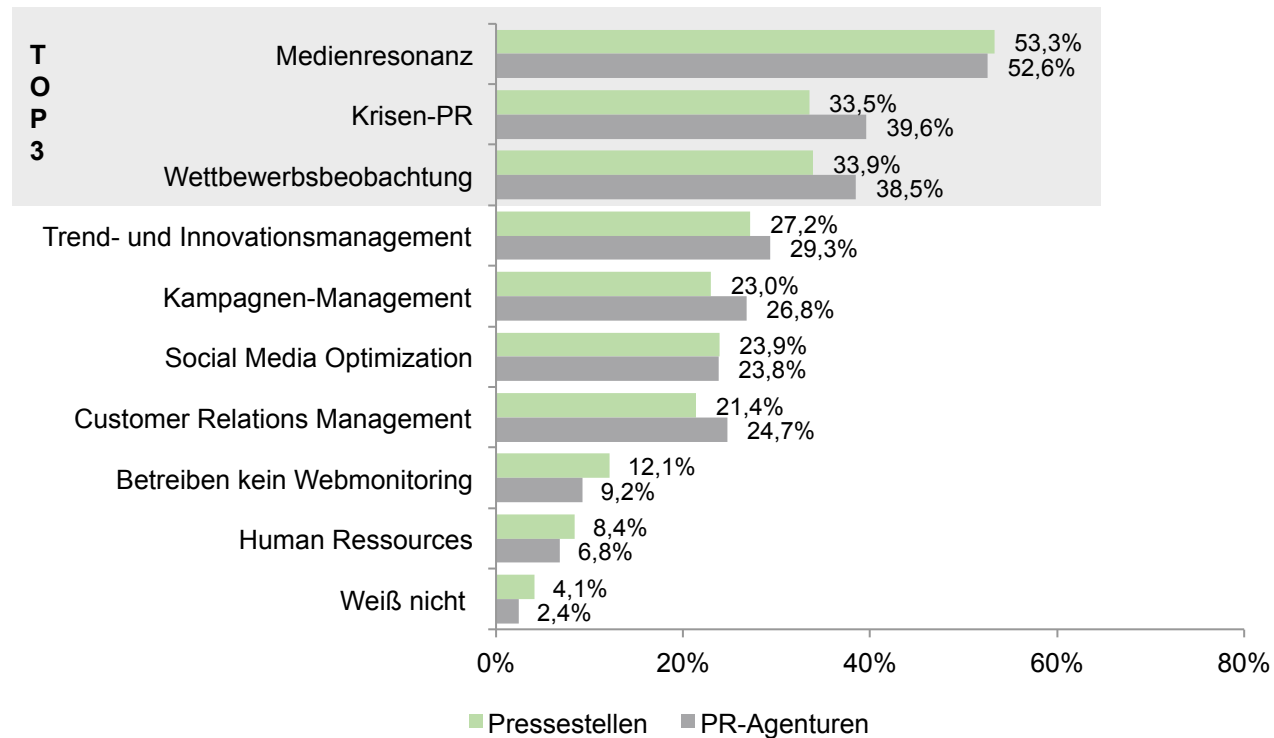
---

---

# Webmonitoring

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Webmonitoring

**Was sind die für Ihr Unternehmen drei wichtigsten Felder für Webmonitoring? (Pressestellen)**  
**Was sind die für Ihre Kunden drei wichtigsten Felder für Webmonitoring? (Agenturen)**



Pressestellen: N = 1.679; Mehrfachnennungen: 4.044  
 Agenturen: N = 891; Mehrfachnennungen: 2.261

## Ergebnisse – Pressestellen: Webmonitoring

Was sind die für Ihr Unternehmen drei wichtigsten Felder für Webmonitoring?

### Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße						
	Gesamt	weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1.000 Mitarbeiter	1001 bis 5.000 Mitarbeiter	mehr als 5.000 Mitarbeiter
N =	1.679	435	396	229	165	255	199
Medienresonanz	53,3%	46,2%	54,0%	53,3%	57,0%	55,7%	61,3%
Wettbewerbsbeobachtung	33,9%	30,3%	37,6%	41,9%	37,6%	30,6%	26,6%
Krisen-PR	33,5%	19,8%	24,0%	31,4%	35,8%	51,4%	60,3%
Trend- und Innovationsmanagement	27,2%	30,6%	29,0%	29,3%	27,9%	21,6%	20,6%
Social Media Optimization	23,9%	26,9%	22,7%	21,8%	26,1%	25,5%	18,1%
Kampagnen-Management	23,0%	24,6%	26,8%	22,3%	18,2%	22,4%	17,6%
Customer Relations Management	21,4%	23,0%	25,3%	20,5%	22,4%	18,8%	13,6%
Betreiben kein Webmonitoring	12,1%	13,8%	12,4%	13,5%	12,1%	10,2%	8,5%
Human Ressources	8,4%	5,7%	7,8%	6,1%	9,1%	12,2%	12,6%
Weiß nicht	4,1%	5,5%	3,5%	3,1%	3,6%	2,7%	5,5%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt

■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

## Ergebnisse – Pressestellen: Webmonitoring

Was sind die für Ihr Unternehmen drei wichtigsten Felder für Webmonitoring?

### Branche

	Gesamt	Sampleaufteilung nach Branche			
		Produzierendes Gewerbe	Handel	Dienstleistung (ohne Handel)	Verwaltung oder Verband
N =	1.679	327	127	803	422
Medienresonanz	53,3%	54,1%	52,8%	51,9%	55,5%
Wettbewerbsbeobachtung	33,9%	41,0%	34,6%	37,5%	21,6%
Krisen-PR	33,5%	30,9%	37,8%	32,8%	35,8%
Trend- und Innovationsmanagement	27,2%	32,7%	30,7%	27,5%	21,3%
Social Media Optimization	23,9%	23,9%	31,5%	25,2%	19,2%
Kampagnen-Management	23,0%	22,0%	17,3%	22,8%	25,8%
Customer Relations Management	21,4%	21,7%	29,1%	25,2%	11,6%
Betreiben kein Webmonitoring	12,1%	11,0%	9,4%	10,2%	17,3%
Human Ressources	8,4%	8,0%	6,3%	10,6%	5,2%
Weiß nicht	4,1%	4,0%	0,8%	4,0%	5,5%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt

■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

## Ergebnisse – Agenturen: Webmonitoring

Was sind die für Ihre Kunden drei wichtigsten Felder für Webmonitoring?

### Agenturgröße

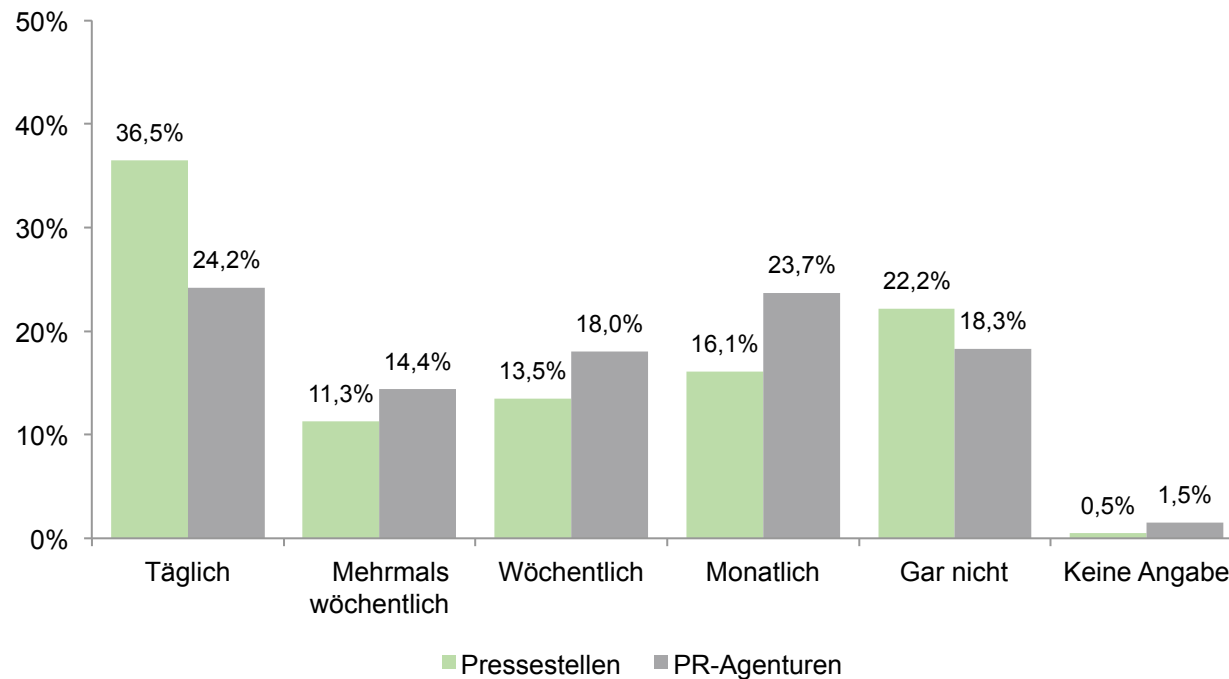
	Sampleaufteilung nach Agenturgröße						
	Gesamt	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N =	891	117	231	171	247	62	63
Medienresonanz	52,6%	50,4%	55,4%	59,1%	47,8%	50,0%	50,8%
Krisen-PR	39,6%	23,9%	34,2%	33,9%	45,7%	53,2%	66,7%
Wettbewerbsbeobachtung	38,5%	41,9%	35,5%	38,0%	41,3%	33,9%	38,1%
Trend- und Innovationsmanagement	29,3%	16,2%	32,0%	30,4%	31,2%	27,4%	34,9%
Kampagnen-Management	26,8%	23,9%	27,3%	28,1%	24,7%	33,9%	28,6%
Customer Relations Management	24,7%	29,9%	22,1%	20,5%	23,1%	30,6%	36,5%
Social Media Optimization	23,8%	17,1%	26,4%	21,1%	29,6%	17,7%	17,5%
Betreiben kein Webmonitoring	9,2%	17,1%	9,5%	8,2%	8,1%	6,5%	3,2%
Human Resources	6,8%	5,1%	7,4%	9,4%	4,5%	11,3%	6,3%
Weiß nicht	2,4%	4,3%	1,7%	3,5%	2,0%	0,0%	1,6%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt   
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt   
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt



## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Webmonitoring

**Wie regelmäßig wird in Ihrem Unternehmen bereits ein Webmonitoring durchgeführt? (Pressestellen)**  
**Wie regelmäßig führen Ihre Kunden bereits ein Webmonitoring durch? (Agenturen)**



Pressestellen: N = 1.679; Mehrfachnennungen: 4.044  
Agenturen: N = 891; Mehrfachnennungen: 2.261

## Ergebnisse – Pressestellen: Webmonitoring

Wie regelmäßig wird in Ihrem Unternehmen bereits ein Webmonitoring durchgeführt?

### Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße						
	Gesamt	weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1.000 Mitarbeiter	1001 bis 5.000 Mitarbeiter	mehr als 5.000 Mitarbeiter
N =	1.679	435	396	229	165	255	199
Täglich	36,5%	27,8%	29,3%	36,7%	37,0%	43,1%	60,3%
Mehrmals wöchentlich	11,3%	9,7%	15,2%	13,1%	10,3%	11,8%	5,0%
Wöchentlich	13,5%	15,2%	13,6%	12,2%	15,2%	12,9%	10,1%
Monatlich	16,1%	20,7%	20,5%	13,1%	15,2%	12,9%	6,0%
Gar nicht	22,2%	26,4%	21,0%	23,6%	22,4%	18,4%	18,1%
Keine Angabe	0,5%	0,2%	0,5%	1,3%	0,0%	0,8%	0,5%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt   
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt   
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

## Ergebnisse – Pressestellen: Webmonitoring

Wie regelmäßig wird in Ihrem Unternehmen bereits ein Webmonitoring durchgeführt?

### Branche

	Sampleaufteilung nach Branche				
	Gesamt	Produzierendes Gewerbe	Handel	Dienstleistung (ohne Handel)	Verwaltung oder Verband
N =	1.679	327	127	803	422
Täglich	36,5%	35,8%	43,3%	37,9%	32,2%
Mehrmals wöchentlich	11,3%	10,7%	11,0%	11,5%	11,4%
Wöchentlich	13,5%	17,1%	15,7%	12,7%	11,4%
Monatlich	16,1%	15,9%	15,7%	16,3%	16,1%
Gar nicht	22,2%	20,5%	13,4%	20,8%	28,7%
Keine Angabe	0,5%	0,0%	0,8%	0,9%	0,2%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt   
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt   
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

## Ergebnisse – Agenturen: Webmonitoring

Wie regelmäßig führen Ihre Kunden bereits ein Webmonitoring durch?

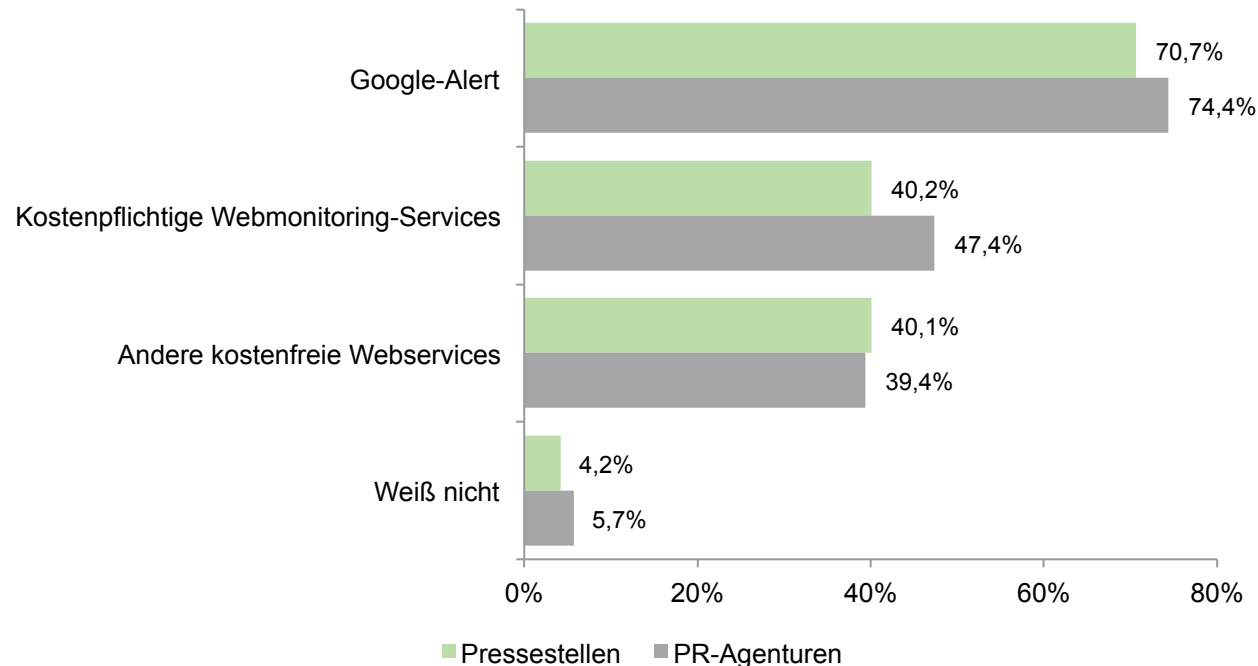
### Agenturgröße

	Sampleaufteilung nach Agenturgröße						
	Gesamt	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N =	891	117	231	171	247	62	63
Täglich	24,2%	13,7%	18,6%	20,5%	27,9%	33,9%	50,8%
Mehrmals wöchentlich	14,4%	11,1%	13,9%	16,4%	15,0%	19,4%	9,5%
Wöchentlich	18,0%	18,8%	19,0%	18,1%	17,4%	16,1%	15,9%
Monatlich	23,7%	24,8%	23,8%	24,6%	26,3%	19,4%	12,7%
Gar nicht	18,3%	31,6%	22,9%	17,5%	12,6%	9,7%	9,5%
Keine Angabe	1,5%	0,0%	1,7%	2,9%	0,8%	1,6%	1,6%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt   
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt   
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Webmonitoring

**Wie wird das Webmonitoring in Ihrem Unternehmen durchgeführt? (Pressestellen)**  
**Wie wird das Webmonitoring von Ihren Kunden durchgeführt? (Agenturen)**



Pressestellen: N = 1.297; Mehrfachnennungen: 2.013  
Agenturen: N = 715; Mehrfachnennungen: 1.194  
Basis: Unternehmen, die ein Webmonitoring durchführen

## Ergebnisse – Pressestellen: Webmonitoring

Wie wird das Webmonitoring in Ihrem Unternehmen durchgeführt?

### Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße						
	Gesamt	weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1.000 Mitarbeiter	1001 bis 5.000 Mitarbeiter	mehr als 5.000 Mitarbeiter
N =	1.297	319	311	171	128	206	162
Google-Alert	70,7%	76,2%	70,7%	70,8%	69,5%	70,9%	60,5%
Kostenpflichtige Webmonitoring-Services	40,2%	21,0%	30,9%	41,5%	52,3%	55,8%	64,8%
Andere kostenfreie Webservices	40,1%	48,6%	46,9%	32,2%	32,0%	34,0%	32,7%
Weiß nicht	4,2%	4,1%	3,9%	2,9%	4,7%	2,9%	7,4%

Basis: Unternehmen, die ein Webmonitoring durchführen

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt   
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt   
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

## Ergebnisse – Pressestellen: Webmonitoring

Wie wird das Webmonitoring in Ihrem Unternehmen durchgeführt?

### Branche

	Gesamt	Sampleaufteilung nach Branche			
		Produzierendes Gewerbe	Handel	Dienstleistung (ohne Handel)	Verwaltung oder Verband
N =	1.297	259	109	629	300
Google-Alert	70,7%	65,3%	78,9%	70,1%	73,7%
Kostenpflichtige Webmonitoring-Services	40,2%	51,0%	53,2%	39,7%	27,0%
Andere kostenfreie Webservices	40,1%	34,4%	35,8%	41,3%	44,0%
Weiß nicht	4,2%	6,6%	1,8%	4,1%	3,0%

Basis: Unternehmen, die ein Webmonitoring durchführen

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt   
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt   
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

## Ergebnisse – Agenturen: Webmonitoring

Wie wird das Webmonitoring von Ihren Kunden durchgeführt?

### Agenturgröße

	Sampleaufteilung nach Agenturgröße						
	Gesamt	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N =	715	80	174	136	214	55	56
Google-Alert	74,4%	72,5%	77,0%	78,7%	73,8%	76,4%	58,9%
Kostenpflichtige Webmonitoring-Services	47,4%	23,8%	32,8%	47,8%	58,9%	54,5%	75,0%
Andere kostenfreie Webservices	39,4%	38,8%	43,1%	34,6%	40,7%	40,0%	35,7%
Weiß nicht	5,7%	7,5%	6,3%	3,7%	5,1%	5,5%	8,9%

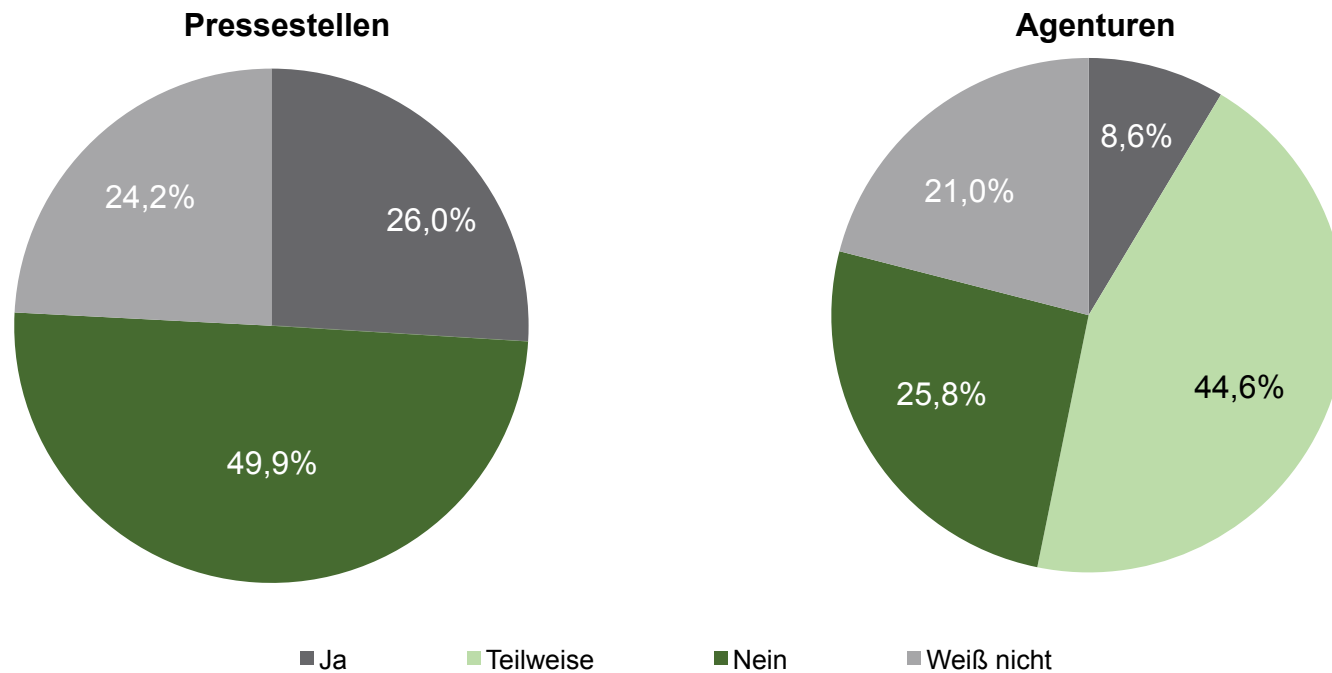
Basis: Unternehmen, die ein Webmonitoring durchführen

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt   
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt   
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt



## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Webmonitoring

Plant Ihr Unternehmen eine Professionalisierung des Webmonitorings? (Pressestellen)  
Planen Ihre Kunden eine Professionalisierung des Webmonitorings? (Agenturen)



Pressestellen: N = 1.679  
Agenturen: N = 891

## Ergebnisse – Pressestellen: Webmonitoring

**Plant Ihr Unternehmen eine Professionalisierung des Webmonitorings?**

### Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße						
	Gesamt	weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1.000 Mitarbeiter	1001 bis 5.000 Mitarbeiter	mehr als 5.000 Mitarbeiter
N =	1.679	435	396	229	165	255	199
Ja	26,0%	18,2%	20,7%	27,5%	28,5%	34,9%	38,2%
Nein	49,9%	59,5%	56,3%	46,3%	44,2%	42,4%	34,2%
Weiß nicht	24,2%	22,3%	23,0%	26,2%	27,3%	22,7%	27,6%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt

■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

## Ergebnisse – Pressestellen: Webmonitoring

**Plant Ihr Unternehmen eine Professionalisierung des Webmonitorings?**

### Branche

	Sampleaufteilung nach Branche				
	Gesamt	Produzierendes Gewerbe	Handel	Dienstleistung (ohne Handel)	Verwaltung oder Verband
N =	1.679	327	127	803	422
Ja	26,0%	32,7%	36,2%	26,3%	17,1%
Nein	49,9%	39,4%	40,9%	50,2%	60,0%
Weiß nicht	24,2%	27,8%	22,8%	23,5%	23,0%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt

■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

## Ergebnisse – Agenturen: Webmonitoring

Planen Ihre Kunden eine Professionalisierung des Webmonitorings?

### Agenturgröße

	Sampleaufteilung nach Agenturgröße						
	Gesamt	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N =	891	117	231	171	247	62	63
Ja	8,6%	4,3%	8,7%	5,8%	12,1%	8,1%	11,1%
Teilweise	44,6%	38,5%	43,3%	40,9%	47,8%	46,8%	55,6%
Nein	25,8%	33,3%	29,0%	29,2%	19,4%	27,4%	14,3%
Weiß nicht	21,0%	23,9%	19,0%	24,0%	20,6%	17,7%	19,0%

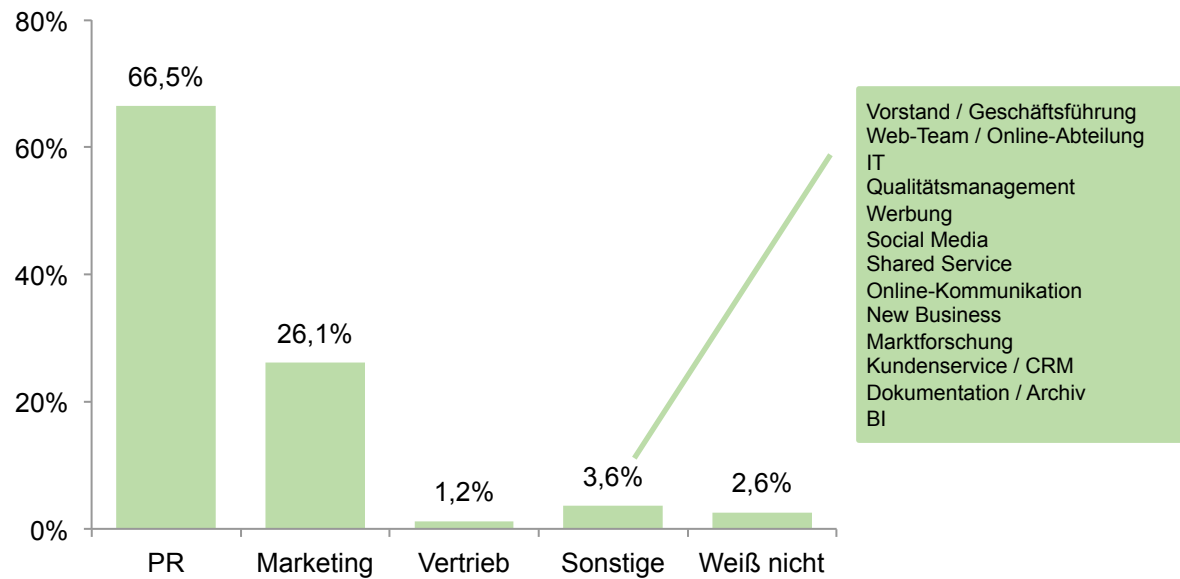
■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt

■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

## Ergebnisse – Pressestellen: Webmonitoring

Welche Abteilung ist in Ihrem Unternehmen im Webmonitoring federführend?



Pressestellen: N = 1.297

## Ergebnisse – Pressestellen: Webmonitoring

Welche Abteilung ist in Ihrem Unternehmen im Webmonitoring federführend?

### Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße						
	Gesamt	weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1.000 Mitarbeiter	1001 bis 5.000 Mitarbeiter	mehr als 5.000 Mitarbeiter
N =	1.297	319	311	171	128	206	162
PR	66,5%	60,6%	63,3%	66,1%	65,6%	72,9%	77,3%
Marketing	26,1%	30,6%	31,0%	28,7%	25,8%	19,3%	13,5%
Vertrieb	1,2%	2,5%	1,3%	0,6%	0,8%	1,0%	0,0%
Sonstige	3,6%	4,1%	3,2%	2,3%	4,7%	3,9%	3,7%
Weiß nicht	2,6%	2,2%	1,3%	2,3%	3,1%	2,9%	5,5%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt

■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

## Ergebnisse – Pressestellen: Webmonitoring

Welche Abteilung ist in Ihrem Unternehmen im Webmonitoring federführend?

### Branche

	Sampleaufteilung nach Branche				
	Gesamt	Produzierendes Gewerbe	Handel	Dienstleistung (ohne Handel)	Verwaltung oder Verband
N =	1.297	259	109	629	300
PR	66,5%	60,4%	66,4%	59,5%	86,7%
Marketing	26,1%	30,8%	30,0%	32,2%	7,6%
Vertrieb	1,2%	1,5%	0,0%	1,6%	0,7%
Sonstige	3,6%	3,5%	1,8%	4,3%	3,0%
Weiß nicht	2,6%	3,8%	1,8%	2,5%	2,0%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt

■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

---

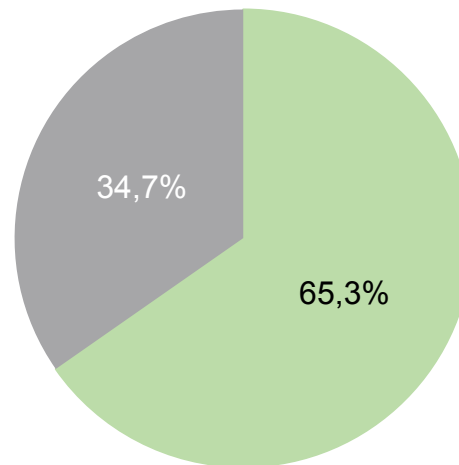
---

# Statistik



## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Statistik

### Wo arbeiten Sie?



- in der Pressestelle eines Unternehmens, Verbandes oder einer Verwaltung
- in einer PR-Agentur

Pressestellen: N = 1.679  
Agenturen: N = 891

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Statistik

### In welcher Position sind Sie tätig?

Pressestellen		Agenturen	
Leiter(in) Unternehmenskommunikation	33,8%	Eigentümer(in)	33,7%
Pressesprecher(in)	39,7%	Geschäftsleiter(in)	8,3%
Sachbearbeiter(in)	17,8%	Partner(in)	2,2%
Assistent(in)	5,9%	Senior-Berater(in)	17,3%
Volontär(in)	1,5%	PR-Berater(in)	21,7%
Praktikant(in)	0,2%	Junior-Berater(in)	11,6%
		Volontär(in)	3,9%
		Praktikant(in)	1,0%

Pressestellen: N = 1.679  
Agenturen: N = 891

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Statistik

### Wie groß ist Ihr Unternehmen in Deutschland?

Pressestellen		Agenturen	
Weniger als 50 Mitarbeiter	25,9%	1 Mitarbeiter	13,1%
51 bis 200 Mitarbeiter	23,6%	2 bis 5 Mitarbeiter	25,9%
201 bis 500 Mitarbeiter	13,6%	6 bis 10 Mitarbeiter	19,2%
501 bis 1.000 Mitarbeiter	9,8%	11 bis 50 Mitarbeiter	27,7%
1.001 bis 5.000 Mitarbeiter	15,2%	51 bis 100 Mitarbeiter	7,0%
Mehr als 5.000 Mitarbeiter	11,9%	Mehr als 100 Mitarbeiter	7,1%

Pressestellen: N = 1.679  
Agenturen: N = 891

## Ergebnisse – Pressestellen: Statistik

### Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen an?

Pressestellen	
Dienstleistung (ohne Handel)	47,8%
Verwaltung oder Verband	25,1%
Produzierendes Gewerbe	19,5%
Handel	7,6%

Pressestellen: N = 1.679

## Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

- Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
- Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung von Faktenkontor.
- Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

### **Kontakt:**

news aktuell GmbH  
Jens Petersen  
Head of Media Communications  
Mittelweg 144  
20148 Hamburg  
Telefon: +49 (0)40 4113-2843  
Telefax: +49 (0)40 4113-2876  
Petersen@newsaktuell.de

Faktenkontor GmbH  
Jörg Forthmann  
Ludwig-Erhard-Str. 37  
20459 Hamburg  
Telefon: +49 (0)40 253 185-111  
Telefax: +49 (0)40 253 185-311  
Joerg.Forthmann@faktenkontor.de