

# **PR-Trendmonitor Blitzumfrage**

**Aus- und Weiterbildung  
in der PR**

**Juni 2011**

---

---

## PR-Trendmonitor

---

### Inhalt:

- **Untersuchungsansatz**
- **Ergebnisse: Aus- und Weiterbildung in der PR**

**erstellt von / am**  
SMS / 23.06.2011  
**geprüft von / am**  
SCHW / 23.06.2011  
**freigegeben von / am**  
SCHW / 27.06.2011

## Untersuchungsansatz

Die PR-Trendmonitor Blitzumfrage stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung dar. Sie wird von der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor durchgeführt. Thema dieser Untersuchung: „Aus- und Weiterbildung der PR“.

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 16. bis zum 20. Juni 2011 erhoben worden.

### **Teilnehmer:**

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

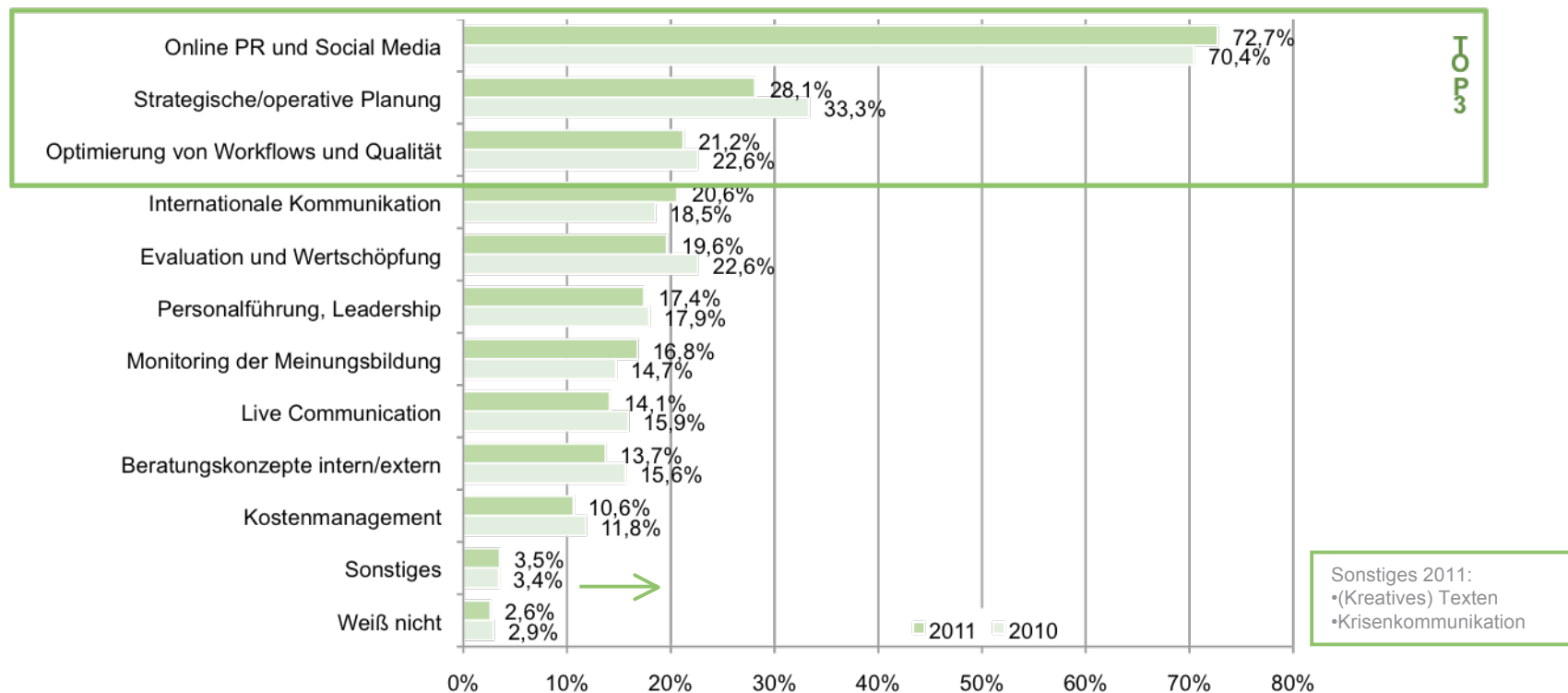
---

---

## **Aus- und Weiterbildung in der PR**

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

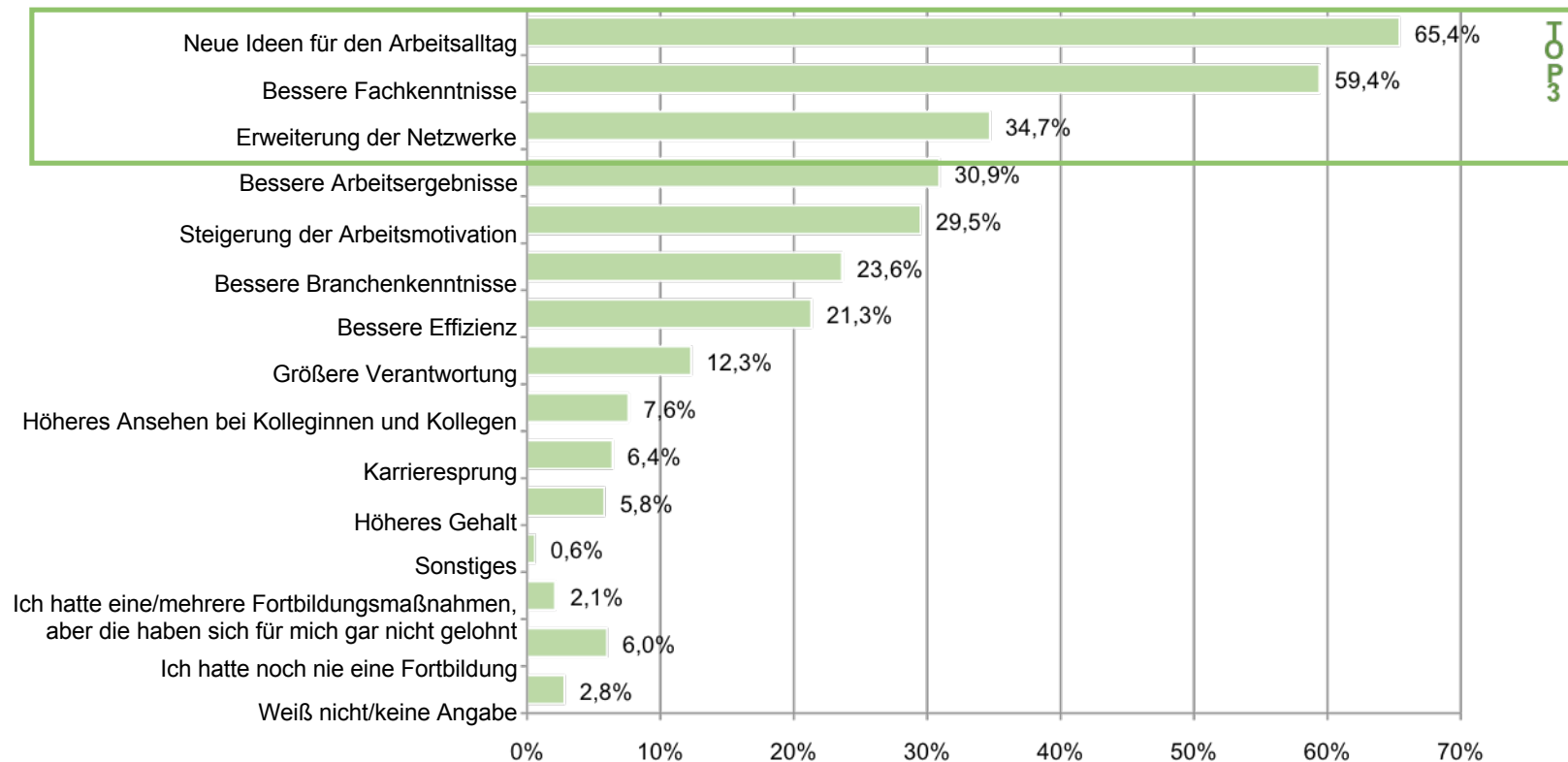
Wo sehen Sie für sich selbst den größten Weiterbildungsbedarf in den nächsten 12 Monaten?



2011: N = 1.478, Mehrfachnennungen möglich: 3.560, maximal drei Nennungen möglich    2010: N = 1.017, Mehrfachnennungen möglich: 2.539, maximal drei Nennungen möglich

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

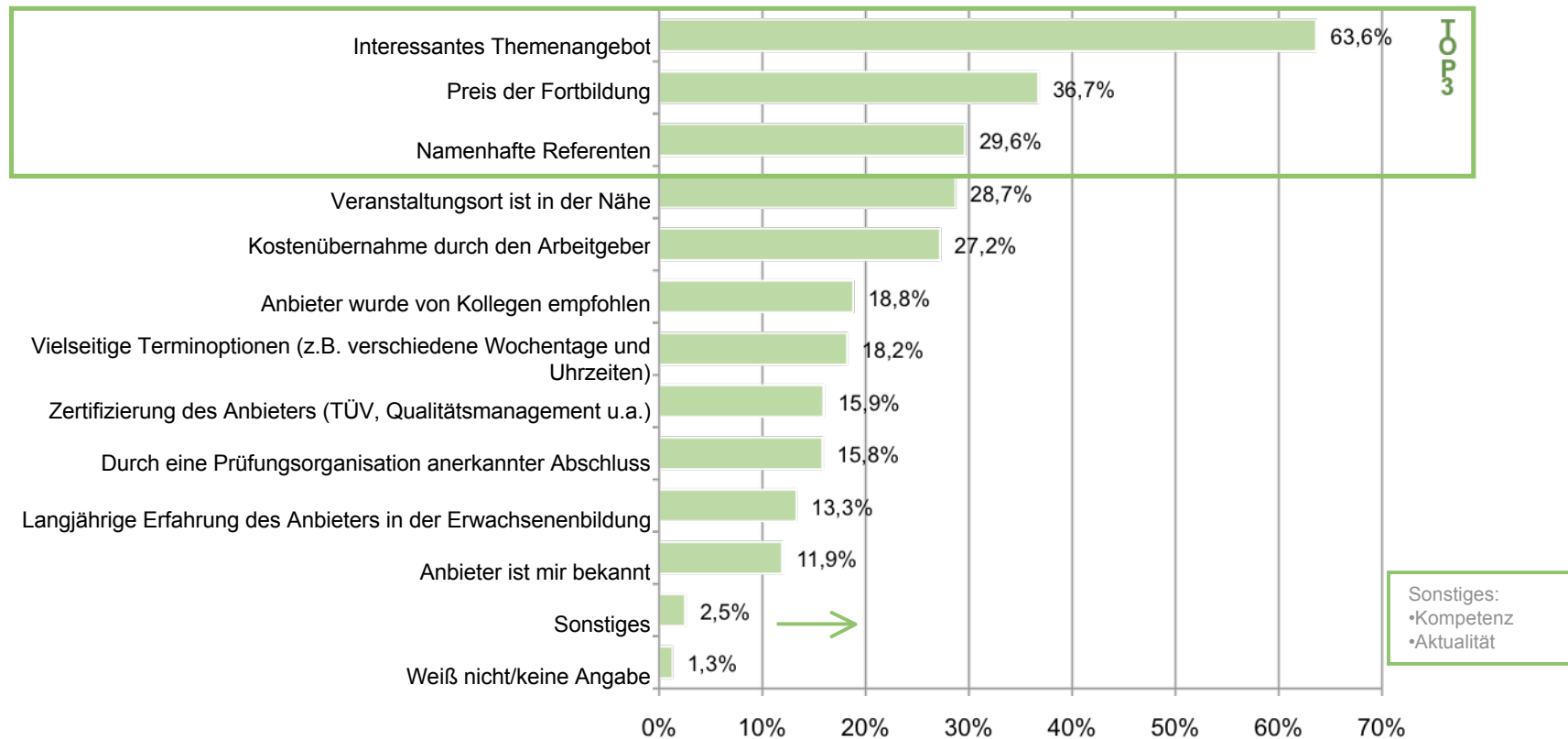
Wie haben sich Aus- und/oder Weiterbildungsmaßnahmen für Sie gelohnt?



N = 1.373, Mehrfachnennungen möglich: 4.235

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Was sind für Sie die drei wichtigsten Kriterien bei der Auswahl eines Fortbildungsanbieters?



N = 1.264, Mehrfachnennungen möglich: 3.583, maximal drei Nennungen möglich.

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Was sind für Sie die drei wichtigsten Kriterien bei der Auswahl eines Fortbildungsanbieters?

	Sampleaufteilung nach Position							
	Gesamt	Durchschnitt*	Geschäftsführung / Leitung Unternehmens- kommunikation / Eigentümer / Partner	Mitarbeiter in gehobener Position mit Führungsverantw ortung (z. B. Pressesprecher oder Senior Berater)	Mitarbeiter mit Projekt- verantwortung (z. B. PR-Berater)	Mitarbeiter mit geringer Projekt- verantwortung (z. B. Junior- Berater)	Mitarbeiter (z. B. Sachbearbeiter oder Assistent)	Einsteiger (z. B. Praktikant oder Volontär)
N =	1.264	1.232	258	371	375	109	75	44
Interessantes Themenangebot	63,6%	64,0%	63,2%	64,2%	65,1%	56,9%	69,3%	65,9%
Preis der Fortbildung	36,7%	36,8%	41,1%	38,8%	33,1%	33,9%	37,3%	31,8%
Namenhafte Referenten	29,6%	29,9%	31,8%	33,2%	30,1%	24,8%	16,0%	25,0%
Veranstaltungsort ist in der Nähe	28,7%	28,6%	34,5%	25,9%	28,5%	24,8%	36,0%	13,6%
Kostenübernahme durch den Arbeitgeber	27,2%	27,3%	10,9%	25,6%	33,6%	46,8%	28,0%	34,1%
Anbieter wurde von Kollegen empfohlen	18,8%	18,7%	19,4%	22,6%	15,7%	15,6%	13,3%	22,7%
Vielseitige Terminoptionen (z.B. verschiedene Wochentage und Uhrzeiten)	18,2%	18,4%	16,7%	20,8%	18,1%	16,5%	16,0%	20,5%
Zertifizierung des Anbieters (TÜV, Qualitätsmanagement u.a.)	15,9%	15,8%	12,4%	12,4%	18,7%	13,8%	24,0%	31,8%
Durch eine Prüfungsorganisation anerkannter Abschluss	15,8%	15,9%	12,4%	11,9%	18,9%	22,0%	21,3%	20,5%
Langjährige Erfahrung des Anbieters in der Erwachsenenbildung	13,3%	13,3%	14,7%	12,7%	12,8%	15,6%	14,7%	6,8%
Anbieter ist mir bekannt	11,9%	12,0%	15,5%	14,6%	10,1%	9,2%	8,0%	0,0%
Sonstiges	2,5%	2,6%	3,9%	2,2%	1,9%	3,7%	2,7%	2,3%
Weiß nicht/keine Angabe	1,3%	1,1%	1,6%	0,3%	1,3%	0,9%	0,0%	4,5%

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

\* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.



## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Was sind für Sie die drei wichtigsten Kriterien bei der Auswahl eines Fortbildungsanbieters?

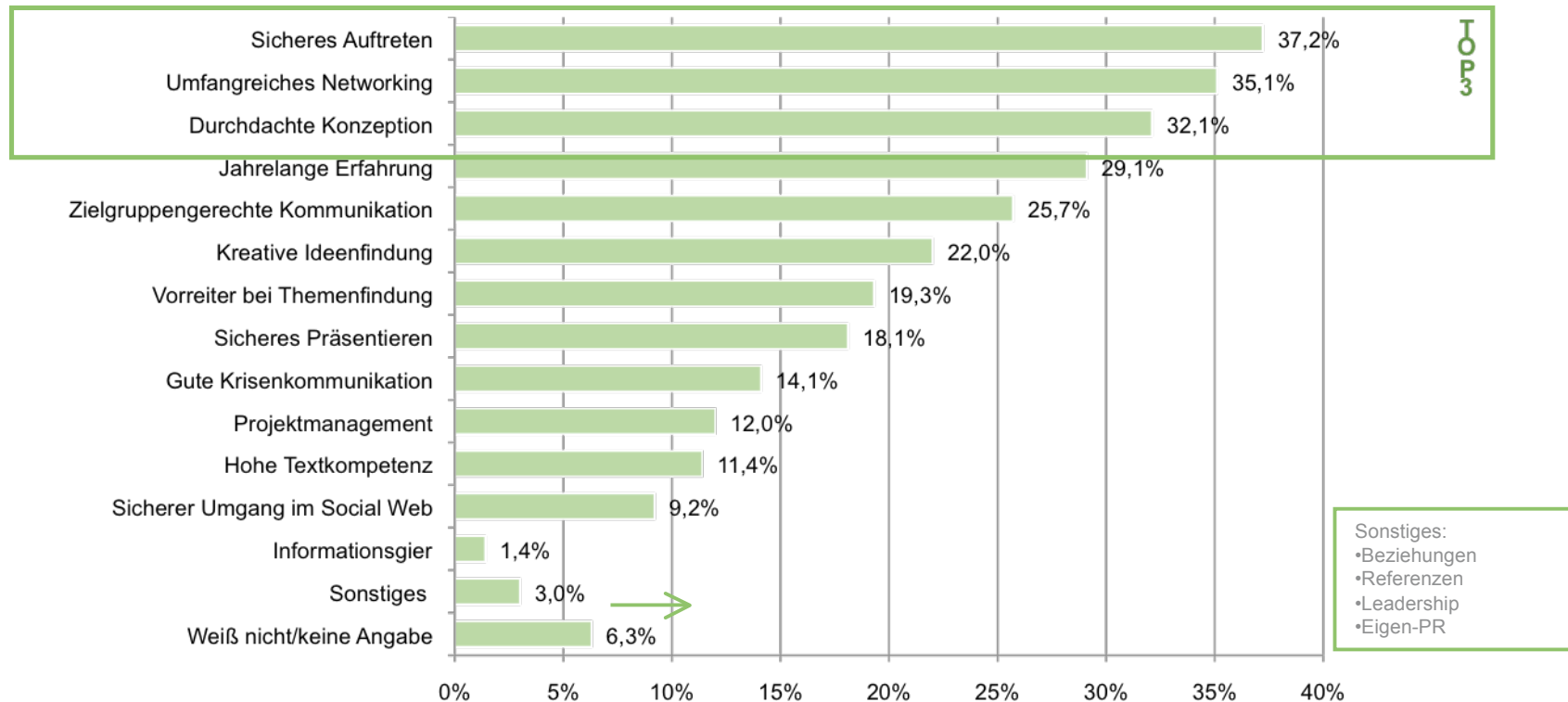
	Sampleaufteilung nach Zugehörigkeit					
	Gesamt	Durchschnitt*	Unter 2 Jahre	3 bis 5 Jahre	6 bis 10 Jahre	Mehr als 10 Jahre
N =	1.264	1.235	171	351	272	441
Interessantes Themenangebot	63,6%	63,9%	69,0%	58,1%	64,3%	66,2%
Preis der Fortbildung	36,7%	36,9%	28,7%	39,3%	38,6%	37,2%
Namenhafte Referenten	29,6%	30,0%	22,8%	28,8%	31,6%	32,7%
Veranstaltungsort ist in der Nähe	28,7%	28,4%	26,9%	28,2%	26,1%	30,6%
Kostenübernahme durch den Arbeitgeber	27,2%	27,2%	32,7%	34,5%	26,5%	19,7%
Anbieter wurde von Kollegen empfohlen	18,8%	18,5%	17,0%	14,2%	18,0%	22,9%
Vielseitige Terminoptionen (z.B. verschiedene Wochentage und Uhrzeiten)	18,2%	18,4%	18,1%	18,8%	20,6%	16,8%
Zertifizierung des Anbieters (TÜV, Qualitätsmanagement u.a.)	15,9%	16,0%	26,9%	17,4%	16,2%	10,4%
Durch eine Prüfungsorganisation anerkannter Abschluss	15,8%	15,9%	23,4%	20,8%	15,8%	9,1%
Langjährige Erfahrung des Anbieters in der Erwachsenenbildung	13,3%	13,3%	11,7%	13,4%	12,5%	14,3%
Anbieter ist mir bekannt	11,9%	12,0%	5,3%	11,4%	10,3%	16,1%
Sonstiges	2,5%	2,6%	2,9%	2,3%	0,4%	4,1%
Weiß nicht/keine Angabe	1,3%	1,1%	0,6%	0,9%	1,1%	1,6%

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

\* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Welche der folgenden Kompetenzen und Fähigkeiten helfen am ehesten, um in der PR überdurchschnittlich viel Geld zu verdienen?



N = 1.286, Mehrfachnennungen möglich: 3.549, maximal drei Nennungen möglich.

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Welche der folgenden Kompetenzen und Fähigkeiten helfen am ehesten, um in der PR überdurchschnittlich viel Geld zu verdienen?

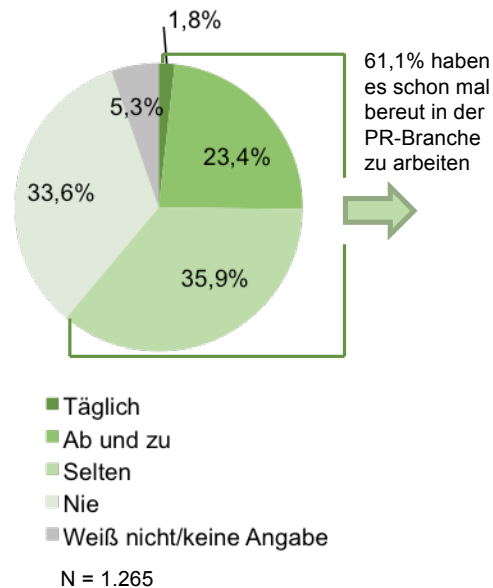
	Sampleaufteilung nach Position							
	Gesamt	Durchschnitt*	Geschäftsführung / Leitung Unternehmenskommunikation / Eigentümer / Partner	Mitarbeiter in gehobener Position mit Führungsverantwortung (z. B. Pressesprecher oder Senior Berater)	Mitarbeiter mit Projektverantwortung (z. B. PR-Berater)	Mitarbeiter mit geringer Projektverantwortung (z. B. Junior-Berater)	Mitarbeiter (z. B. Sachbearbeiter oder Assistent)	Einsteiger (z. B. Praktikant oder Volontär)
N =	1.286	1.231	258	372	373	109	75	44
Sicheres Auftreten	37,2%	37,2%	32,6%	39,5%	37,8%	37,6%	32,0%	47,7%
Umfangreiches Networking	35,1%	35,7%	24,4%	37,4%	42,6%	46,8%	17,3%	31,8%
Durchdachte Konzeption	32,1%	32,7%	36,8%	34,4%	29,0%	34,9%	32,0%	22,7%
Jahrelange Erfahrung	29,1%	29,2%	32,6%	30,1%	27,6%	33,0%	14,7%	31,8%
Zielgruppengerechte Kommunikation	25,7%	25,8%	31,4%	27,4%	21,4%	26,6%	24,0%	18,2%
Kreative Ideenfindung	22,0%	22,3%	22,9%	21,8%	20,9%	23,9%	30,7%	15,9%
Vorreiter bei Themenfindung	19,3%	19,7%	22,9%	18,0%	19,8%	24,8%	12,0%	15,9%
Sicheres Präsentieren	18,1%	18,4%	20,2%	19,4%	18,2%	10,1%	24,0%	11,4%
Gute Krisenkommunikation	14,1%	14,5%	14,3%	18,0%	12,9%	10,1%	12,0%	13,6%
Projektmanagement	12,0%	12,0%	7,8%	12,9%	13,4%	11,0%	16,0%	13,6%
Hohe Textkompetenz	11,4%	11,4%	12,0%	8,6%	13,9%	11,0%	9,3%	13,6%
Sicherer Umgang im Social Web	9,2%	9,1%	8,1%	7,0%	9,9%	6,4%	17,3%	18,2%
Informationsgier	1,4%	1,5%	1,2%	1,6%	2,1%	0,9%	0,0%	0,0%
Sonstiges	3,0%	3,0%	3,9%	2,4%	3,5%	3,7%	1,3%	0,0%
Weiß nicht/keine Angabe	6,3%	5,5%	4,7%	4,3%	5,4%	4,6%	12,0%	13,6%

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

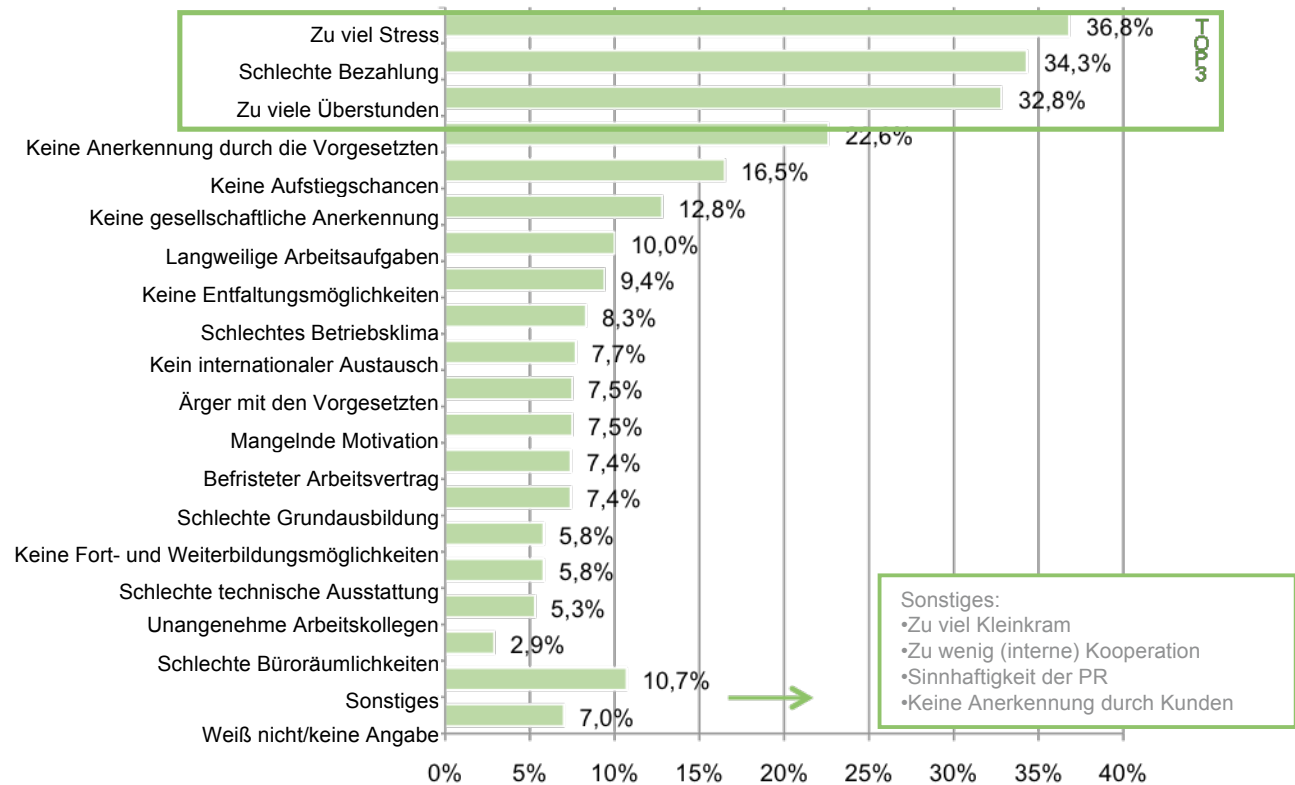
\* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

**Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung**

Haben Sie es schon mal bereit in der PR-Branche zu arbeiten?



Warum haben Sie es bereit?



N = 758, Mehrfachnennungen möglich: 1.959

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Haben Sie es schon mal bereit in der PR-Branche zu arbeiten?

	Sampleaufteilung nach Position							
	Gesamt	Durchschnitt*	Geschäftsführung / Leitung Unternehmens- kommunikation / Eigentümer / Partner	Mitarbeiter in gehobener Position mit Führungs- verantwortung (z. B. Pressesprecher oder Senior Berater)	Mitarbeiter mit Projekt- verantwortung (z. B. PR- Berater)	Mitarbeiter mit geringer Projekt- verantwortung (z. B. Junior- Berater)	Mitarbeiter (z. B. Sachbearbeiter oder Assistent)	Einsteiger (z. B. Praktikant oder Volontär)
N =	1.265	1.238	260	373	376	109	76	44
Täglich	1,8%	1,9%	2,7%	1,1%	1,9%	2,8%	1,3%	2,3%
Ab und zu	23,4%	23,4%	17,3%	22,8%	26,1%	33,9%	22,4%	18,2%
Selten	35,9%	35,9%	33,8%	34,6%	39,1%	28,4%	40,8%	40,9%
Nie	33,6%	33,8%	41,9%	38,9%	29,0%	30,3%	17,1%	22,7%
Weiß nicht/keine Angabe	5,3%	5,0%	4,2%	2,7%	4,0%	4,6%	18,4%	15,9%

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

\* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Warum haben Sie es bereut?

	Sampleaufteilung nach Position							
	Gesamt	Durchschnitt*	Geschäftsführung / Leitung Unternehmens- kommunikation / Eigentümer / Partner	Mitarbeiter in gehobener Position mit Führungs- verantwortung (z. B. Pressesprecher oder Senior Berater)	Mitarbeiter mit Projekt- verantwortung (z. B. PR- Berater)	Mitarbeiter mit geringer Projekt- verantwortung (z. B. Junior- Berater)	Mitarbeiter (z. B. Sachbearbeiter oder Assistent)	Einsteiger (z. B. Praktikant oder Volontär)
N =	758	748	139	213	249	71	49	27
Zu viel Stress	36,8%	37,2%	40,3%	43,7%	36,1%	33,8%	18,4%	22,2%
Schlechte Bezahlung	34,3%	34,4%	20,1%	31,9%	39,0%	56,3%	28,6%	37,0%
Zu viele Überstunden	32,8%	33,0%	32,4%	38,5%	30,9%	32,4%	26,5%	25,9%
Keine Anerkennung durch die Vorgesetzten	22,6%	22,6%	15,1%	26,8%	22,9%	29,6%	14,3%	22,2%
Keine Aufstiegschancen	16,5%	16,6%	5,0%	16,0%	18,1%	29,6%	28,6%	11,1%
Keine gesellschaftliche Anerkennung	12,8%	12,8%	14,4%	9,9%	13,3%	8,5%	16,3%	29,6%
Langweilige Arbeitsaufgaben	10,0%	10,0%	10,1%	5,6%	8,0%	18,3%	16,3%	29,6%
Keine Entfaltungsmöglichkeiten	9,4%	9,2%	3,6%	8,0%	9,6%	16,9%	12,2%	18,5%
Schlechtes Betriebsklima	8,3%	8,4%	5,0%	8,5%	7,6%	8,5%	14,3%	22,2%
Kein internationaler Austausch	7,7%	7,8%	5,8%	7,0%	7,6%	11,3%	4,1%	22,2%
Ärger mit den Vorgesetzten	7,5%	7,6%	4,3%	8,9%	5,2%	11,3%	16,3%	11,1%
Mangelnde Motivation	7,5%	7,5%	2,9%	3,8%	7,6%	18,3%	14,3%	18,5%
Befristeter Arbeitsvertrag	7,4%	7,5%	0,0%	6,1%	9,2%	11,3%	12,2%	22,2%
Schlechte Grundausbildung	7,4%	7,5%	2,2%	2,3%	9,2%	16,9%	18,4%	14,8%
Keine Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten	5,8%	5,9%	1,4%	6,1%	7,2%	11,3%	4,1%	3,7%
Schlechte technische Ausstattung	5,8%	5,7%	0,7%	6,1%	6,0%	9,9%	8,2%	11,1%
Unangenehme Arbeitskollegen	5,3%	5,3%	6,5%	4,7%	5,6%	4,2%	6,1%	3,7%
Schlechte Büroräumlichkeiten	2,9%	2,8%	0,7%	3,3%	3,2%	4,2%	2,0%	3,7%
Sonstiges	10,7%	10,8%	20,1%	10,3%	8,4%	4,2%	10,2%	7,4%
Weiß nicht/keine Angabe	7,0%	6,6%	12,2%	5,2%	5,6%	2,8%	10,2%	0,0%

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

\* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Warum haben Sie es bereut?

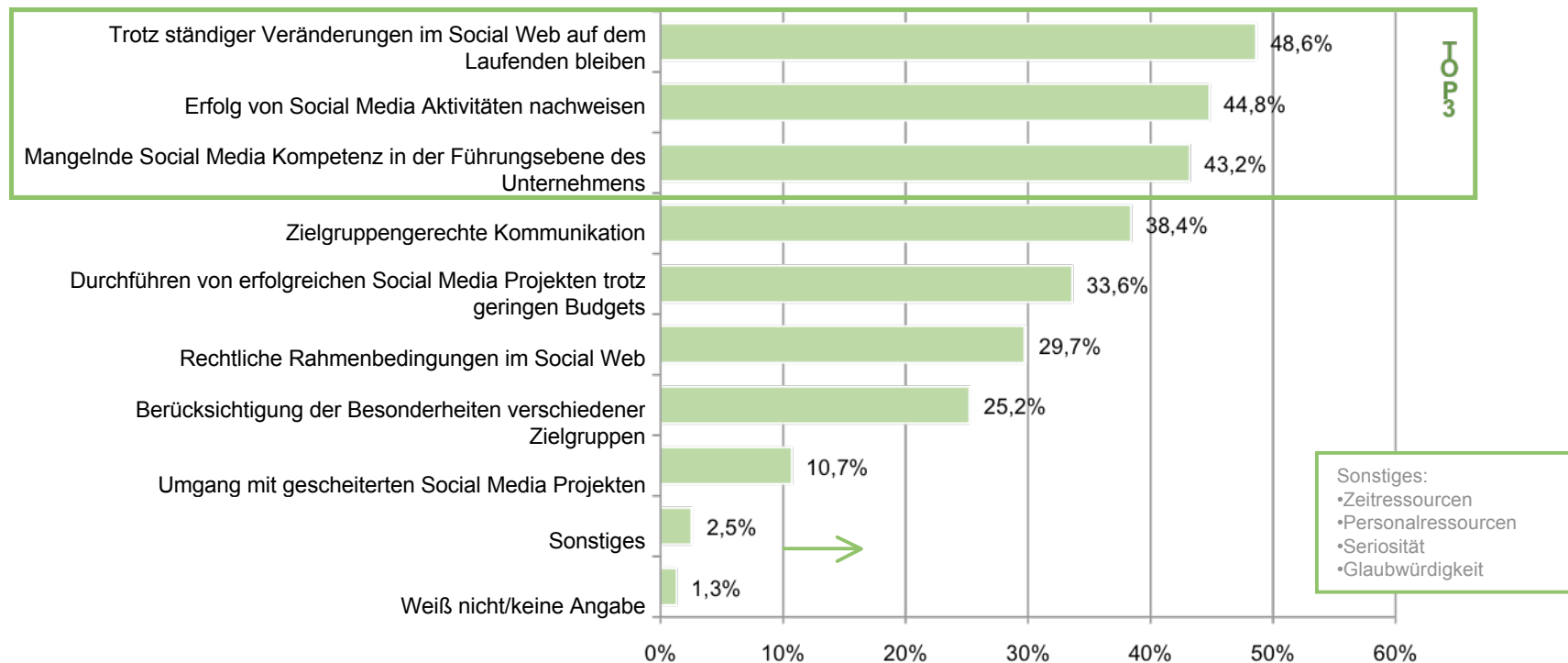
	Sampleaufteilung nach Zugehörigkeit					
	Gesamt	Durchschnitt*	Unter 2 Jahre	3 bis 5 Jahre	6 bis 10 Jahre	Mehr als 10 Jahre
N =	758	751	98	237	168	248
Zu viel Stress	36,8%	37,2%	24,5%	36,7%	36,3%	43,1%
Schlechte Bezahlung	34,3%	34,2%	44,9%	43,5%	32,1%	22,6%
Zu viele Überstunden	32,8%	33,2%	32,7%	33,3%	31,0%	34,7%
Keine Anerkennung durch die Vorgesetzten	22,6%	22,8%	18,4%	24,1%	26,2%	21,0%
Keine Aufstiegschancen	16,5%	16,6%	10,2%	19,8%	20,8%	13,3%
Keine gesellschaftliche Anerkennung	12,8%	12,9%	16,3%	11,8%	13,7%	12,1%
Langweilige Arbeitsaufgaben	10,0%	10,1%	15,3%	10,1%	13,1%	6,0%
Keine Entfaltungsmöglichkeiten	9,4%	9,5%	11,2%	10,5%	12,5%	5,6%
Schlechtes Betriebsklima	8,3%	8,4%	14,3%	8,0%	7,7%	6,9%
Kein internationaler Austausch	7,7%	7,7%	14,3%	6,3%	10,7%	4,4%
Ärger mit den Vorgesetzten	7,5%	7,6%	13,3%	5,5%	6,5%	8,1%
Mangelnde Motivation	7,5%	7,6%	16,3%	8,4%	7,7%	3,2%
Befristeter Arbeitsvertrag	7,4%	7,5%	16,3%	11,0%	3,6%	3,2%
Schlechte Grundausbildung	7,4%	7,5%	17,3%	11,0%	6,5%	0,8%
Keine Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten	5,8%	5,9%	8,2%	5,9%	7,1%	4,0%
Schlechte technische Ausstattung	5,8%	5,9%	7,1%	7,2%	7,7%	2,8%
Unangenehme Arbeitskollegen	5,3%	5,3%	5,1%	6,8%	5,4%	4,0%
Schlechte Büroräumlichkeiten	2,9%	2,9%	4,1%	3,0%	2,4%	2,8%
Sonstiges	10,7%	10,8%	9,2%	6,3%	7,7%	17,7%
Weiß nicht/keine Angabe	7,0%	6,5%	8,2%	4,2%	4,8%	9,3%

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

\* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Was sind Ihrer Ansicht nach im Bereich Social Media die größten Herausforderungen für Kommunikationsprofis in den nächsten fünf Jahren?



N = 1.245, Mehrfachnennungen möglich: 3.461, maximal drei Nennungen möglich.



## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Was sind Ihrer Ansicht nach im Bereich Social Media die größten Herausforderungen für Kommunikationsprofis in den nächsten fünf Jahren?

	Sampleaufteilung nach Position							
	Gesamt	Durchschnitt*	Geschäftsführung / Leitung Unternehmens- kommunikation / Eigentümer / Partner	Mitarbeiter in gehobener Position mit Führungs- verantwortung (z. B. Pressesprecher oder Senior Berater)	Mitarbeiter mit Projekt- verantwortung (z. B. PR- Berater)	Mitarbeiter mit geringer Projekt- verantwortung (z. B. Junior- Berater)	Mitarbeiter (z. B. Sachbearbeiter oder Assistent)	Einsteiger (z. B. Praktikant oder Volontär)
N =	1.245	1.236	258	373	376	109	76	44
Trotz ständiger Veränderungen im Social Web auf dem Laufenden bleiben	48,6%	48,5%	48,4%	48,8%	46,5%	48,6%	55,3%	52,3%
Erfolg von Social Media Aktivitäten nachweisen	44,8%	44,9%	45,0%	42,9%	49,7%	45,0%	30,3%	45,5%
Mangelnde Social Media Kompetenz in der Führungsebene des Unternehmens	43,2%	43,0%	38,8%	41,6%	43,4%	55,0%	40,8%	52,3%
Zielgruppenrechte Kommunikation	38,4%	38,4%	41,5%	42,6%	33,8%	33,9%	46,1%	22,7%
Durchführen von erfolgreichen Social Media Projekten trotz geringen Budgets	33,6%	33,5%	29,5%	33,5%	38,6%	28,4%	38,2%	18,2%
Rechtliche Rahmenbedingungen im Social Web	29,7%	29,9%	29,8%	28,4%	26,6%	35,8%	36,8%	45,5%
Berücksichtigung der Besonderheiten verschiedener Zielgruppen	25,2%	25,3%	26,7%	26,8%	26,6%	22,9%	19,7%	9,1%
Umgang mit gescheiterten Social Media Projekten	10,7%	10,8%	10,9%	8,6%	12,5%	12,8%	9,2%	11,4%
Sonstiges	2,5%	2,5%	3,1%	3,5%	1,6%	3,7%	0,0%	0,0%
Weiß nicht/keine Angabe	1,3%	1,2%	0,8%	1,1%	1,1%	0,0%	1,3%	9,1%

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

\* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

## Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Was sind Ihrer Ansicht nach im Bereich Social Media die größten Herausforderungen für Kommunikationsprofis in den nächsten fünf Jahren?

	Sampleaufteilung nach Zugehörigkeit					
	Gesamt	Durchschnitt*	Unter 2 Jahre	3 bis 5 Jahre	6 bis 10 Jahre	Mehr als 10 Jahre
N =	1.245	1.239	172	353	271	443
Trotz ständiger Veränderungen im Social Web auf dem Laufenden bleiben	48,6%	48,6%	40,7%	53,5%	49,1%	47,4%
Erfolg von Social Media Aktivitäten nachweisen	44,8%	44,8%	44,8%	47,0%	38,7%	46,7%
Mangelnde Social Media Kompetenz in der Führungsebene des Unternehmens	43,2%	43,3%	47,1%	46,5%	46,5%	37,5%
Zielgruppegerechte Kommunikation	38,4%	38,3%	35,5%	35,1%	38,4%	42,0%
Durchführen von erfolgreichen Social Media Projekten trotz geringen Budgets	33,6%	33,6%	36,6%	34,6%	35,1%	30,7%
Rechtliche Rahmenbedingungen im Social Web	29,7%	29,8%	37,8%	27,2%	30,3%	28,4%
Berücksichtigung der Besonderheiten verschiedener Zielgruppen	25,2%	25,2%	20,3%	23,8%	25,5%	28,0%
Umgang mit gescheiterten Social Media Projekten	10,7%	10,7%	14,5%	11,0%	11,4%	8,6%
Sonstiges	2,5%	2,5%	1,2%	2,5%	2,2%	3,2%
Weiß nicht/keine Angabe	1,3%	1,3%	1,2%	0,8%	1,1%	1,8%

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

\* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

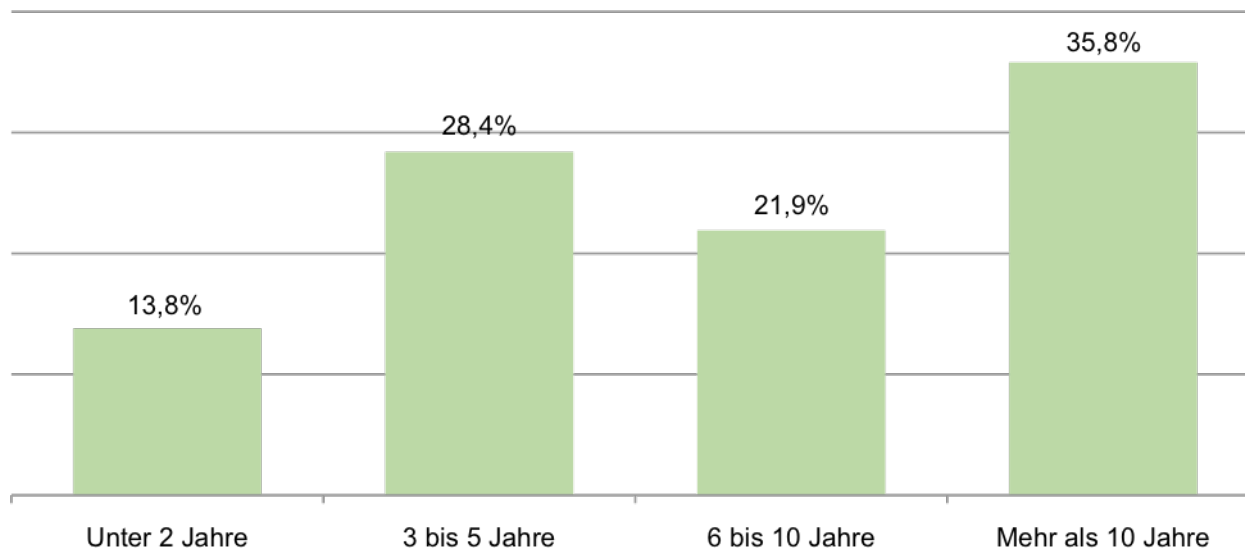
---

---

# Statistik

## Ergebnisse: Statistik

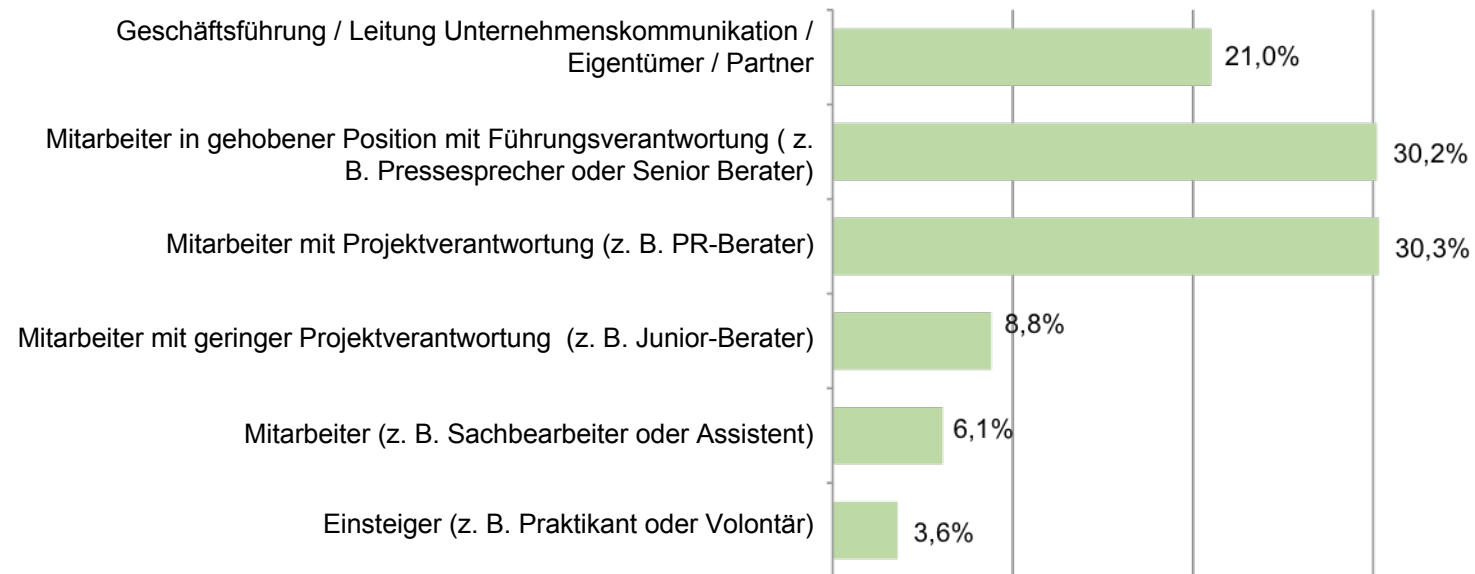
Wie lange arbeiten Sie schon im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bzw. Public Relations?



N = 1.242

## Ergebnisse: Statistik

In welcher Position sind Sie tätig?



N = 1.239

## 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 4113-32843  
Telefax: +49 (0)40 4113-2876  
Petersen@newsaktuell.de

Faktenkontor GmbH  
Jörg Forthmann  
Normannenweg 30  
20537 Hamburg  
Telefon: +49 (0)40 227 03-7787  
Telefax: +49 (0)40 227 03-7961  
Joerg.Forthmann@faktenkontor.de