

„Zwischen Social Media, Apps und klassischer Pressearbeit“

Eine Umfrage der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor. Teilnehmer: 2.570 Pressesprecher und PR-Fachleute. Umfragezeitraum: September 2011

Komplette Ergebnisse unter: www.newsaktuell.de/trendmonitor

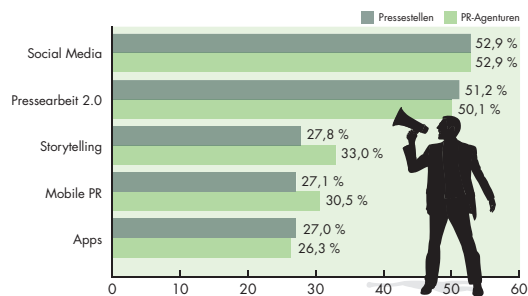
1. Social Media auch 2012 wichtigstes PR-Thema

Mehr als die Hälfte aller Unternehmen und PR-Agenturen sagen voraus, dass Social Media und Pressearbeit 2.0 die wichtigsten Trendthemen der Branche im nächsten Jahr sind. Überraschend, dass es Storytelling auf Platz drei geschafft hat. Auf die Inhalte kommt es also an in 2012.



PR-Trendmonitor:

Was sind die wichtigsten PR-Trendthemen 2012?



Quelle: PR-Trendmonitor „Wohin treibt die PR-Branche?“, © news aktuell GmbH und Faktenkontor GmbH, Pressestellen N = 1.679, Mehrfachnennungen: 4.625; Agenturen N = 891, Mehrfachnennungen: 2.503

2. Journalisten bleiben erste Wahl

Auch im Zeitalter von Social Media bleiben Journalisten die erste Ansprechperson für Pressemitteilungen. Das sagen 57% der Unternehmen und 68% der PR-Agenturen. Fast jedes fünfte Unternehmen verzichtet komplett auf den Einsatz von Twitter, Facebook und Co in der PR.



3. „Google+“ noch kein Shooting-Star im Web

Die Branche glaubt noch nicht an den großen Erfolg von „Google+“.

39 Prozent aller Unternehmenssprecher sind davon überzeugt, dass „Google+“ in naher Zukunft genauso wichtig oder sogar noch wichtiger sein wird als Facebook. 61 Prozent aller Pressestellen bezweifeln das.



4. Was nervt Pressesprecher am meisten an ihrem Job?



Auf den weiteren Plätzen:

- 28 % Social Media Hype
- 24 % Besserwisserische Kollegen
- 19 % Erwartungsdruck der Vorgesetzten
- 19 % Kostendruck

11/2011