

„Zwischen Hype und Hoffnung: Die Nutzung sozialer Netzwerke in Journalismus und PR“

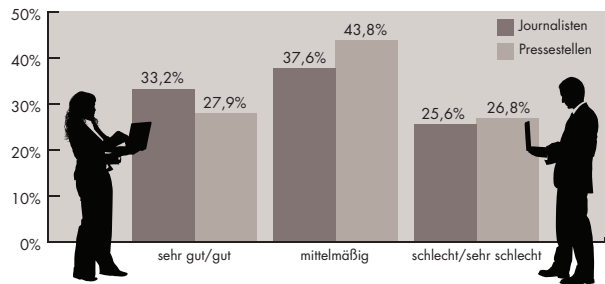
Eine Umfrage der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor. Teilnehmer: 5.100 Journalisten, Pressesprecher und PR-Fachleute. Umfragezeitraum: März 2011

Komplette Ergebnisse als PDF unter: www.newsaktuell.de/trendmonitor

1. Nachholbedarf in Sachen Social Media

Nur eine Minderheit der deutschen Unternehmen und Redaktionen hält sich für gut gerüstet, Social Media einzusetzen. Mehr als ein Viertel der Befragten sagt sogar, die eigene Redaktion oder das eigene Unternehmen ist schlecht vorbereitet auf den Umgang mit den neuen Kommunikationswerkzeugen.

Social Media Trendmonitor 2011:
Wie gut sind Unternehmen und Redaktionen für den Umgang mit Social Media gerüstet?

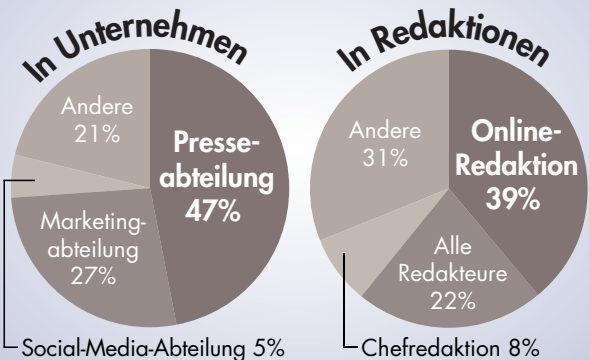


Quelle: Social Media Trendmonitor 2011, (c) news aktuell GmbH und Faktenkontor GmbH, Journalisten N=1.963, Pressestellen N=2.105

2. Nur wenige Social-Media-Profis



3. Wer ist zuständig für Social Media?



4. Nur drei Mal pro Woche aktiv im Social Web

Die meisten Mitarbeiter von Pressestellen und Journalisten sind drei Mal pro Woche aktiv im Social Web (kommentieren, twittern, bloggen usw.). Gut ein Drittel meldet sich in sozialen Netzwerken überhaupt nicht zu Wort.

	Bis zu 3 x pro Woche	Mehr als 25 x pro Woche	gar nicht aktiv
Unternehmen	28%	5%	35%
Redaktionen	19%	13%	35%



05/2011