

# „Pressearbeit und PR in einem neuen Medienzeitalter“

Eine Umfrage der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor. Teilnehmer: 2.270 Pressesprecher und PR-Fachleute. Umfragezeitraum: August/September 2010

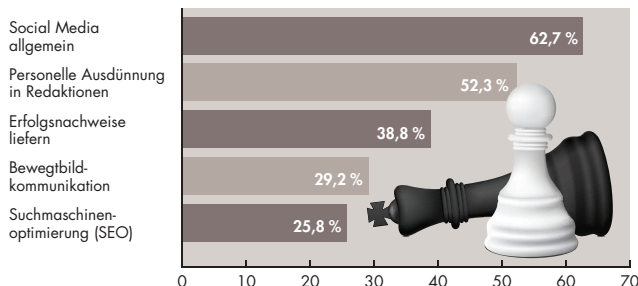
Komplette Ergebnisse unter: [www.newsaktuell.de/trendmonitor](http://www.newsaktuell.de/trendmonitor)

## 1. Social Media größte Herausforderung

Der Einsatz von Social Media bereitet den Unternehmen Kopfzerbrechen: Aktuell halten fast zwei Drittel den Umgang mit den Sozialen Netzwerken für die größte Herausforderung in der PR. Erstaunlich: Auf Platz zwei folgt schon „Ausdünnung in den Redaktionen“. Weniger Journalisten sind also nicht gleichbedeutend mit mehr Durchlässigkeit von PR-Inhalten. Auch der Druck, messbare Erfolge zu liefern, ist groß.

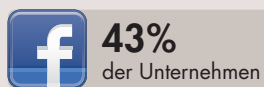
PR-Trendmonitor 2010:

### Die größten Herausforderungen für Pressearbeit und PR



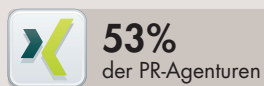
Quelle: PR-Trendmonitor 2010 „Pressearbeit und PR im neuen Medienzeitalter“, © news aktuell GmbH und Faktenkontor GmbH, N = 1.559 Mitarbeiter von Pressestellen

## 2. Unternehmen nutzen Facebook, PR-Agenturen XING



43%  
der Unternehmen

Unternehmen setzten bei Social Media hauptsächlich auf Facebook. PR-Agenturen geben XING den Vorzug.



53%  
der PR-Agenturen



Aber ein Drittel der Unternehmen und ein Viertel aller PR-Agenturen ist noch bei keinem einzigen Netzwerk präsent.

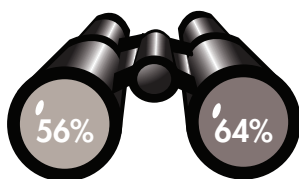
## 3. PR-Fachkräfte sind Twitter-Muffel



Nur 16%

aller Pressesprecher und PR-Fachkräfte nutzen den Kurznachrichtendienst täglich. Rund zwei Drittel twittern überhaupt nicht, obwohl Social Media mehrheitlich als größte Herausforderung genannt wurde.

## 4. Google Alerts beliebtestes Tool für Webmonitoring



56% der Unternehmen und 64% der PR-Agenturen setzen beim Webmonitoring auf Google Alerts. Aber immerhin 35 Prozent der Unternehmen und 47 Prozent der PR-Agenturen nutzen professionelle Dienstleister. Spannend: Fast jeder fünfte Pressesprecher führt überhaupt kein Webmonitoring durch.

11/2010