

PR-Trendmonitor

Blitzumfrage

**Aus- und Weiterbildung
in Kommunikation und PR**

Juli 2010

PR-Trendmonitor Blitzumfrage

Inhalt:

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

erstellt von / am
SCHW / 22.07.2010
geprüft von / am
TH / 22.07.2010
freigegeben von / am
SCHW / 22.07.2010

Untersuchungsansatz

Der PR-Trendmonitor Blitzumfrage stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung dar. Die Untersuchung wurde von der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor durchgeführt. Inhalt der Befragung: „Aus- und Weiterbildung in Kommunikation und 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

Untersuchungsdesign:

Als Methode wurde eine Internetbefragung gewählt.

Zielgruppe:

Fach- und Führungskräfte aus der Kommunikationsbranche.

Befragungszeitraum:

Die Daten sind vom 8. bis zum 20. Juli 2010 erhoben worden.

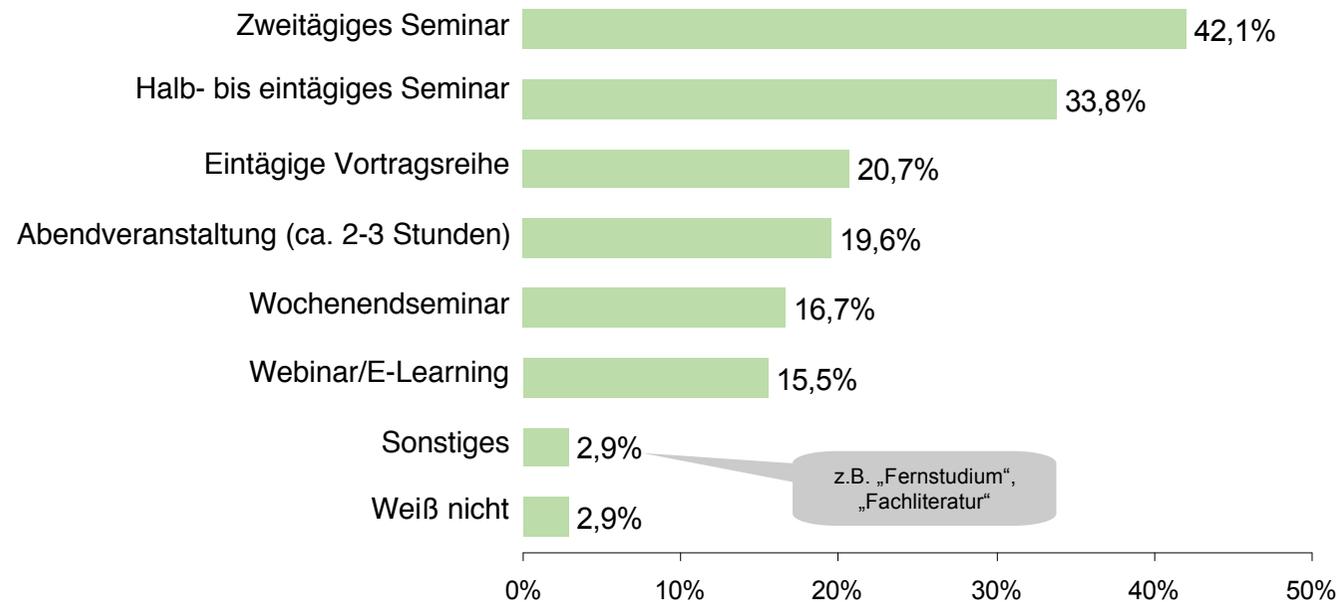
Teilnehmer:

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

Aus- und Weiterbildung in Kommunikation und PR

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Welches Fortbildungsformat bevorzugen Sie?



N = 1.121, Mehrfachnennungen möglich: 1.729

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Welches Fortbildungsformat bevorzugen Sie? Position

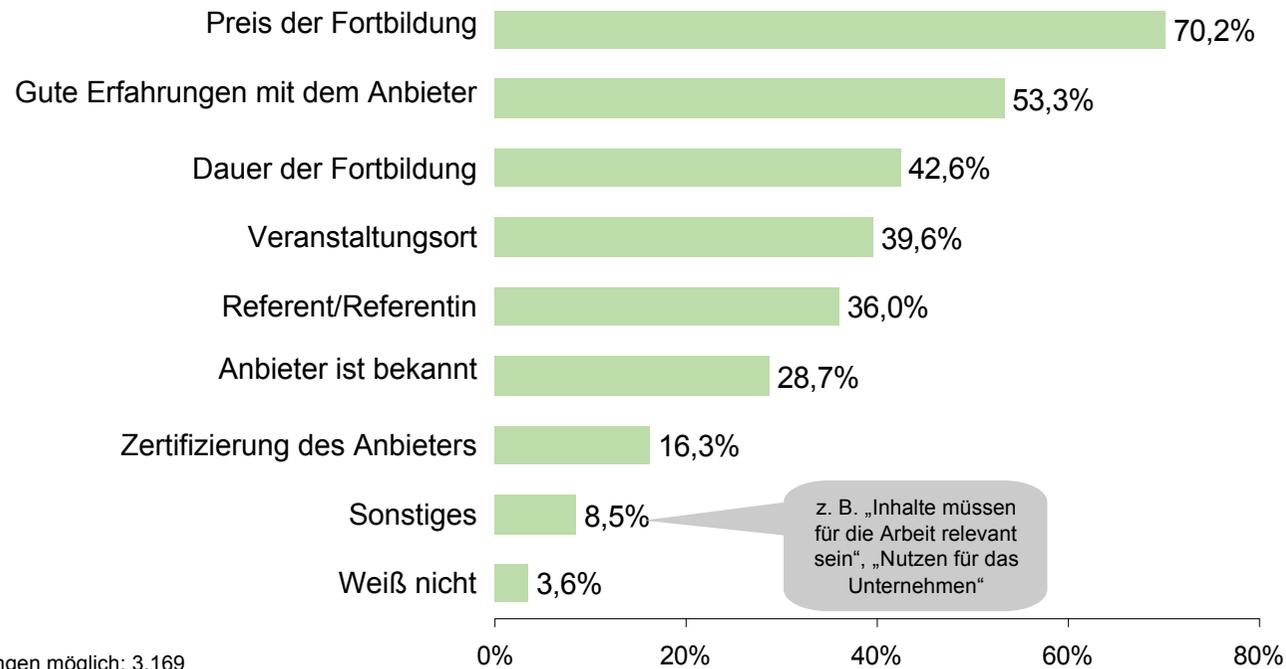
	Position							
	Gesamt	Durchschnitt*	Geschäftsführung / Leitung Unternehmens- kommunikation / Eigentümer / Partner	Mitarbeiter in gehobener Position mit Führungs- verantwortung (z. B. Pressesprecher oder Senior Berater)	Mitarbeiter mit Projekt- verantwortung (z. B. PR-Berater)	Mitarbeiter mit geringer Projekt- verantwortung (z. B. Junior- Berater)	Mitarbeiter (z. B. Sach- bearbeiter oder Assistent)	Einsteiger (z. B. Praktikant oder Volontär)
N =	1.121	962	217	302	276	85	41	41
Zweitägiges Seminar	42,1%	43,9%	39,2%	41,1%	50,7%	44,7%	46,3%	39,0%
Halb- bis eintägiges Seminar	33,8%	33,8%	37,8%	34,8%	27,9%	35,3%	36,6%	39,0%
Eintägige Vortragsreihe	20,7%	21,2%	18,4%	25,2%	22,1%	16,5%	14,6%	17,1%
Abendveranstaltung (ca. 2-3 Stunden)	19,6%	20,5%	24,9%	20,2%	16,3%	23,5%	22,0%	19,5%
Wochenendseminar	16,7%	16,8%	16,1%	15,6%	17,4%	17,6%	12,2%	29,3%
Webinar/E-Learning	15,5%	15,5%	15,7%	12,3%	18,1%	16,5%	17,1%	17,1%
Sonstiges	2,9%	3,0%	3,2%	2,3%	3,3%	2,4%	7,3%	2,4%
Weiß nicht	2,9%	2,2%	1,8%	2,0%	2,5%	3,5%	2,4%	0,0%

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

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Welche Faktoren sind ausschlaggebend für die Genehmigung einer Fortbildung in Ihrem Unternehmen?



N = 1.061, Mehrfachnennungen möglich: 3.169

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

**Welche Faktoren sind ausschlaggebend für die Genehmigung einer Fortbildung in Ihrem Unternehmen?
Position**

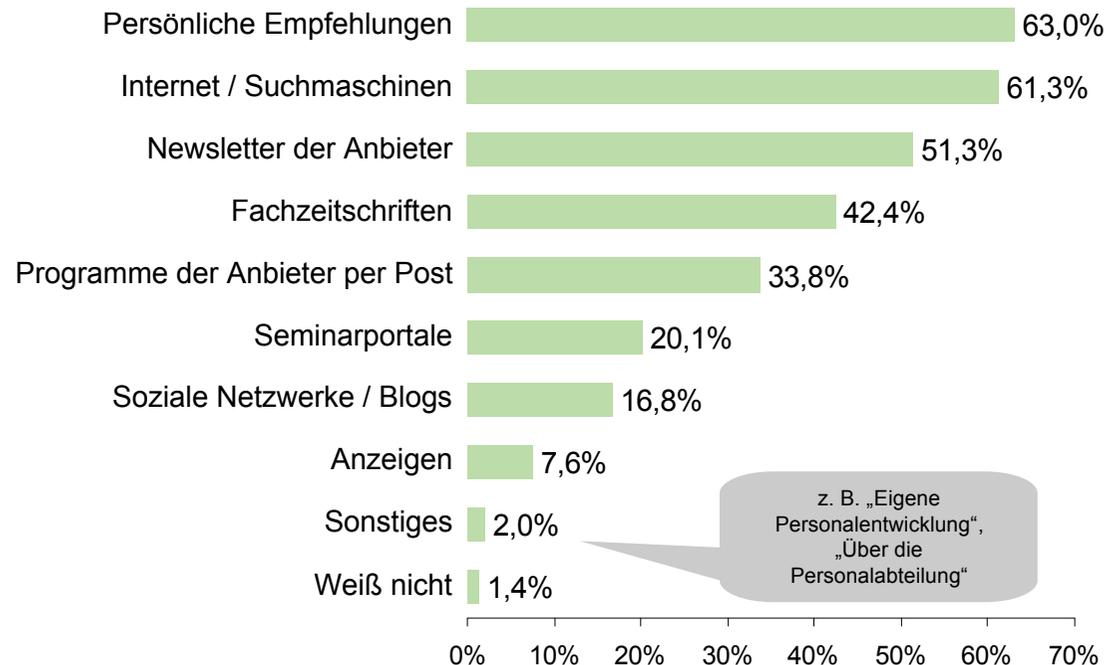
	Position							
	Gesamt	Durchschnitt*	Geschäftsführung / Leitung Unternehmens- kommunikation / Eigentümer / Partner	Mitarbeiter in gehobener Position mit Führungs- verantwortung (z. B. Pressesprecher oder Senior Berater)	Mitarbeiter mit Projekt- verantwortung (z. B. PR-Berater)	Mitarbeiter mit geringer Projekt- verantwortung (z. B. Junior- Berater)	Mitarbeiter (z. B. Sach- bearbeiter oder Assistent)	Einsteiger (z. B. Praktikant oder Volontär)
N =	1.061	951	213	301	273	84	41	39
Preis der Fortbildung	70,2%	71,4%	61,5%	74,1%	77,7%	73,8%	75,6%	51,3%
Gute Erfahrungen mit dem Anbieter	53,3%	54,5%	58,7%	55,5%	54,6%	46,4%	46,3%	48,7%
Dauer der Fortbildung	42,6%	43,3%	35,2%	42,5%	50,5%	47,6%	43,9%	33,3%
Veranstaltungsort	39,6%	40,5%	41,8%	39,9%	42,9%	38,1%	36,6%	30,8%
Referent/Referentin	36,0%	36,8%	52,1%	34,6%	31,9%	31,0%	26,8%	28,2%
Anbieter ist bekannt	28,7%	29,1%	31,5%	27,9%	28,9%	32,1%	24,4%	25,6%
Zertifizierung des Anbieters	16,3%	16,6%	13,1%	13,3%	20,9%	13,1%	22,0%	33,3%
Sonstiges	8,5%	9,3%	9,9%	12,0%	6,2%	11,9%	7,3%	2,6%
Weiß nicht	3,6%	2,7%	2,3%	2,0%	1,1%	6,0%	2,4%	15,4%

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

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Wie informieren Sie sich über Fortbildungsangebote?



N = 1.053, Mehrfachnennungen möglich: 3.156

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Wie informieren Sie sich über Fortbildungsangebote? Position

	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. Sach- bearbeiter oder Assistent)	Einsteiger (z. B. Praktikant oder Volontär)
N =	1.053	961	216	302	276	85	41	41
Persönliche Empfehlungen	63,0%	63,4%	72,2%	66,9%	54,3%	56,5%	53,7%	75,6%
Internet / Suchmaschinen	61,3%	61,2%	60,2%	52,0%	69,2%	64,7%	70,7%	63,4%
Newsletter der Anbieter	51,3%	52,0%	41,2%	51,3%	57,6%	55,3%	63,4%	58,5%
Fachzeitschriften	42,4%	43,3%	45,8%	44,7%	41,3%	47,1%	26,8%	41,5%
Programme der Anbieter per Post	33,8%	34,0%	30,1%	39,1%	36,6%	25,9%	34,1%	17,1%
Seminarportale	20,1%	20,3%	18,1%	21,5%	19,6%	17,6%	34,1%	19,5%
Soziale Netzwerke / Blogs	16,8%	16,5%	17,6%	13,9%	15,6%	15,3%	22,0%	34,1%
Anzeigen	7,6%	7,5%	6,9%	7,6%	8,0%	3,5%	4,9%	17,1%
Sonstiges	2,0%	2,2%	1,9%	2,6%	1,8%	4,7%	0,0%	0,0%
Weiß nicht	1,4%	1,1%	0,9%	0,3%	0,7%	4,7%	2,4%	2,4%

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

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Wie informieren Sie sich über Fortbildungsangebote? Zugehörigkeit

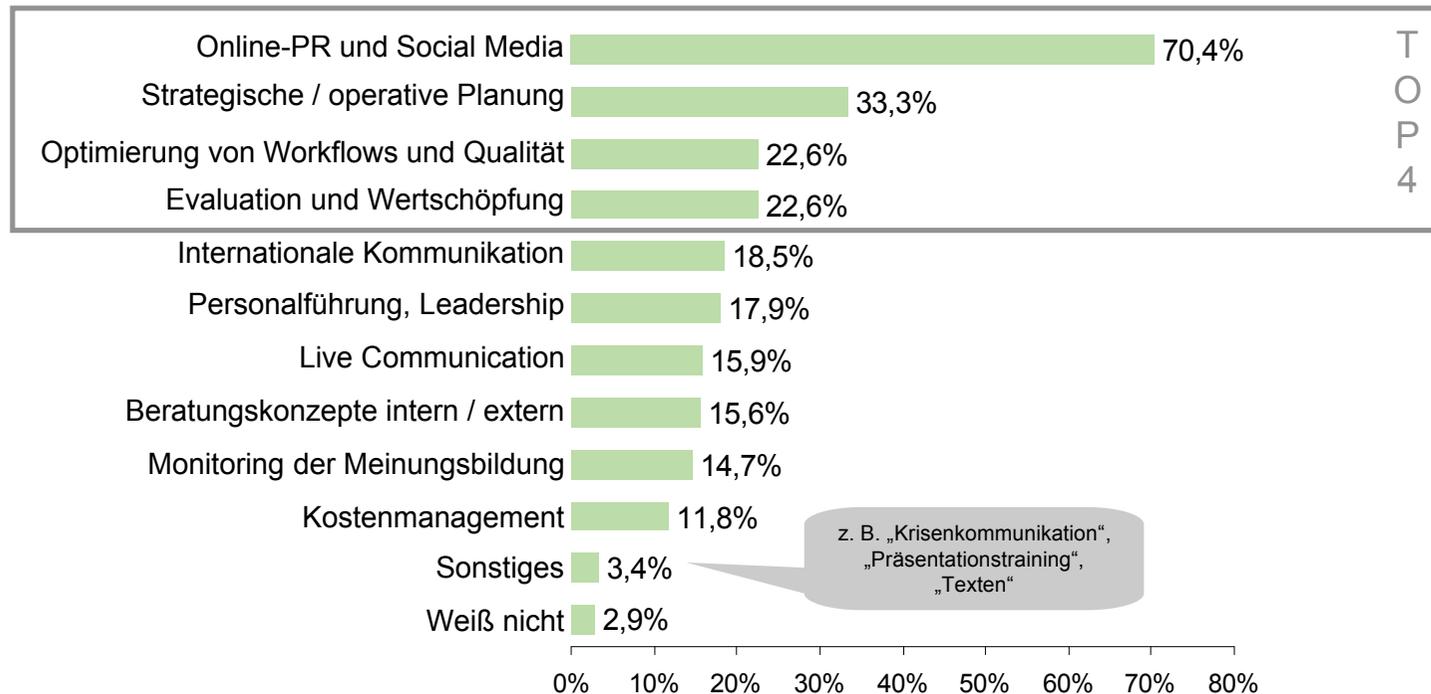
	Zugehörigkeit					
	Gesamt	Durchschnitt*	Unter 2 Jahre	3 bis 5 Jahre	6 bis 10 Jahre	Mehr als 10 Jahre
N =	1.053	968	147	296	201	324
Persönliche Empfehlungen	63,0%	63,3%	64,6%	58,1%	63,7%	67,3%
Internet / Suchmaschinen	61,3%	61,5%	72,1%	65,2%	61,2%	53,4%
Newsletter der Anbieter	51,3%	52,1%	55,8%	53,4%	47,8%	51,9%
Fachzeitschriften	42,4%	43,2%	38,8%	43,2%	45,3%	43,8%
Programme der Anbieter per Post	33,8%	34,1%	25,2%	32,8%	40,3%	35,5%
Seminarportale	20,1%	20,2%	18,4%	21,3%	19,9%	20,4%
Soziale Netzwerke / Blogs	16,8%	16,5%	21,8%	18,2%	10,0%	16,7%
Anzeigen	7,6%	7,4%	12,2%	5,7%	4,5%	8,6%
Sonstiges	2,0%	2,2%	2,7%	1,7%	3,0%	1,9%
Weiß nicht	1,4%	1,1%	1,4%	2,0%	1,0%	0,3%

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

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

**Wo sehen Sie für sich selbst den größten Weiterbildungsbedarf in den nächsten 12 Monaten?
Bitte nennen Sie Ihre drei Top-Weiterbildungsbedarfe.**



N = 1.017, Mehrfachnennungen möglich: 2.539, maximal drei Nennungen möglich.

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Wo sehen Sie für sich selbst den größten Weiterbildungsbedarf in den nächsten 12 Monaten? Bitte nennen Sie Ihre drei Top-Weiterbildungsbedarfe.

Position

	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 =	1.017	961	217	303	275	85	40	41
Online-PR und Social Media	70,4%	70,9%	65,9%	71,9%	73,5%	70,6%	72,5%	70,7%
Strategische / operative Planung	33,3%	33,4%	29,5%	34,7%	32,7%	36,5%	37,5%	39,0%
Optimierung von Workflows und Qualität	22,6%	23,1%	25,3%	23,4%	23,6%	12,9%	27,5%	22,0%
Evaluation und Wertschöpfung	22,6%	22,7%	29,0%	21,8%	20,7%	18,8%	10,0%	29,3%
Internationale Kommunikation	18,5%	18,3%	15,7%	16,8%	17,8%	27,1%	22,5%	24,4%
Personalführung, Leadership	17,9%	17,8%	21,2%	18,5%	17,5%	14,1%	10,0%	12,2%
Live Communication	15,9%	15,6%	14,3%	18,2%	14,2%	11,8%	20,0%	17,1%
Beratungskonzepte intern / extern	15,6%	15,8%	10,6%	13,9%	16,0%	37,6%	15,0%	12,2%
Monitoring der Meinungsbildung	14,7%	15,1%	16,6%	16,2%	15,3%	9,4%	12,5%	12,2%
Kostenmanagement	11,8%	11,6%	14,7%	10,6%	8,4%	12,9%	22,5%	9,8%
Sonstiges	3,4%	3,5%	3,2%	3,0%	2,9%	5,9%	2,5%	9,8%
Weiß nicht	2,9%	2,5%	1,8%	2,6%	2,5%	3,5%	0,0%	4,9%

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

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Wo sehen Sie für sich selbst den größten Weiterbildungsbedarf in den nächsten 12 Monaten? Bitte nennen Sie Ihre drei Top-Weiterbildungsbedarfe.

Zugehörigkeit

	Zugehörigkeit					
	Gesamt	Durchschnitt*	Unter 2 Jahre	3 bis 5 Jahre	6 bis 10 Jahre	Mehr als 10 Jahre
N =	1.017	967	146	296	198	327
Online-PR und Social Media	70,4%	70,8%	67,1%	68,9%	75,3%	71,6%
Strategische / operative Planung	33,3%	33,4%	44,5%	32,8%	32,8%	29,4%
Optimierung von Workflows und Qualität	22,6%	23,1%	23,3%	22,6%	24,7%	22,3%
Evaluation und Wertschöpfung	22,6%	22,5%	22,6%	19,6%	20,2%	26,6%
Internationale Kommunikation	18,5%	18,4%	24,7%	18,6%	16,7%	16,5%
Personalführung, Leadership	17,9%	17,8%	11,0%	25,3%	14,1%	16,2%
Live Communication	15,9%	15,6%	14,4%	14,9%	15,7%	16,8%
Beratungskonzepte intern / extern	15,6%	15,8%	18,5%	18,9%	14,1%	12,8%
Monitoring der Meinungsbildung	14,7%	15,1%	15,1%	13,9%	15,7%	15,9%
Kostenmanagement	11,8%	11,5%	15,8%	9,8%	9,6%	12,2%
Sonstiges	3,4%	3,5%	4,1%	3,7%	4,5%	2,4%
Weiß nicht	2,9%	2,6%	2,1%	3,0%	3,5%	1,8%

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

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Welche drei Möglichkeiten bevorzugen Sie, wenn Sie sich Wissen für Ihren Beruf aneignen wollen?



N = 1.005, Mehrfachnennungen möglich: 2.840, maximal drei Nennungen möglich.

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

**Welche drei Möglichkeiten bevorzugen Sie, wenn Sie sich Wissen für Ihren Beruf aneignen wollen?
Position**

	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. Sach- bearbeiter oder Assistent)	Einsteiger (z. B. Praktikant oder Volontär)
N =	1.005	961	215	303	276	85	41	41
Fachzeitschriften lesen	57,0%	57,2%	53,0%	62,4%	55,1%	68,2%	43,9%	46,3%
Im Internet recherchieren	56,1%	55,6%	52,1%	54,1%	57,6%	61,2%	58,5%	56,1%
Fachbücher studieren	32,0%	32,5%	42,3%	28,7%	27,5%	34,1%	36,6%	34,1%
Seminare von Weiterbildungsanbietern und Fachmagazinen	30,9%	31,0%	23,7%	30,0%	37,3%	24,7%	43,9%	34,1%
Veranstaltungen von Berufsverbänden	30,1%	30,3%	29,3%	37,0%	25,0%	31,8%	19,5%	29,3%
Veranstaltungen von Dienstleistern	19,9%	20,1%	17,7%	17,5%	24,6%	18,8%	14,6%	29,3%
Branchenkongresse und Events	19,0%	19,3%	23,7%	22,8%	14,5%	16,5%	12,2%	14,6%
Studien lesen und auswerten	18,1%	18,3%	21,9%	18,5%	18,5%	9,4%	17,1%	17,1%
Berufsbegleitende Studiengänge	12,8%	13,1%	8,4%	10,9%	17,0%	12,9%	24,4%	17,1%
Konferenzen von Hochschulen	5,9%	5,8%	7,9%	6,3%	3,6%	1,2%	9,8%	12,2%
Weiß nicht	0,6%	0,4%	0,5%	0,3%	0,4%	1,2%	0,0%	0,0%

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

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Welche drei Möglichkeiten bevorzugen Sie, wenn Sie sich Wissen für Ihren Beruf aneignen wollen?
Zugehörigkeit

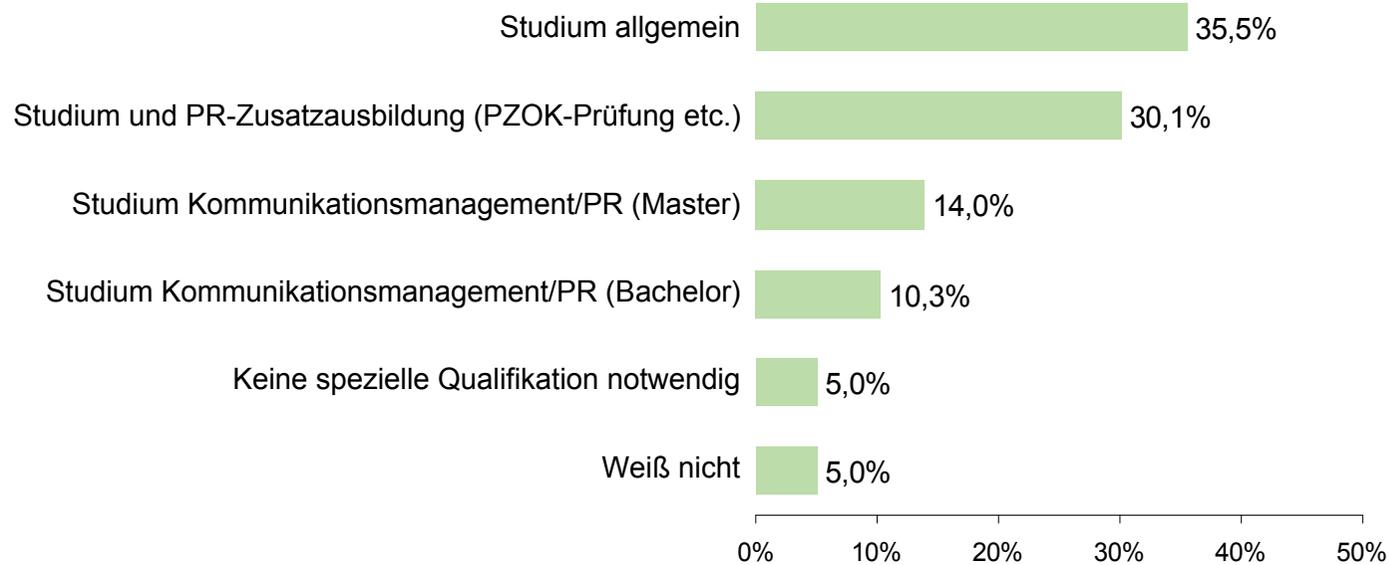
	Zugehörigkeit					
	Gesamt	Durchschnitt*	Unter 2 Jahre	3 bis 5 Jahre	6 bis 10 Jahre	Mehr als 10 Jahre
N =	1.005	968	147	296	201	324
Fachzeitschriften lesen	57,0%	57,3%	57,1%	57,8%	55,2%	58,3%
Im Internet recherchieren	56,1%	55,6%	56,5%	60,5%	52,7%	52,5%
Fachbücher studieren	32,0%	32,5%	36,1%	28,0%	32,8%	34,9%
Seminare von Weiterbildungsanbietern und Fachmagazinen	30,9%	31,1%	33,3%	31,8%	37,8%	25,3%
Veranstaltungen von Berufsverbänden	30,1%	30,2%	23,8%	32,8%	28,4%	31,8%
Veranstaltungen von Dienstleistern	19,9%	20,2%	22,4%	20,9%	17,4%	20,4%
Branchenkongresse und Events	19,0%	19,1%	15,6%	16,6%	23,4%	20,4%
Studien lesen und auswerten	18,1%	18,4%	19,0%	15,5%	14,9%	22,8%
Berufsbegleitende Studiengänge	12,8%	13,0%	15,0%	16,6%	12,4%	9,3%
Konferenzen von Hochschulen	5,9%	5,8%	4,8%	4,7%	4,5%	8,0%
Weiß nicht	0,6%	0,4%	0,0%	0,7%	0,0%	0,6%

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

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung.

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Welche Ausbildung sollten junge High-Potentials für Ihre Kommunikationsabteilung bzw. Ihre Agentur künftig idealerweise mitbringen?



N = 996

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Welche Ausbildung sollten junge High-Potentials für Ihre Kommunikationsabteilung bzw. Ihre Agentur künftig idealerweise mitbringen?
Position

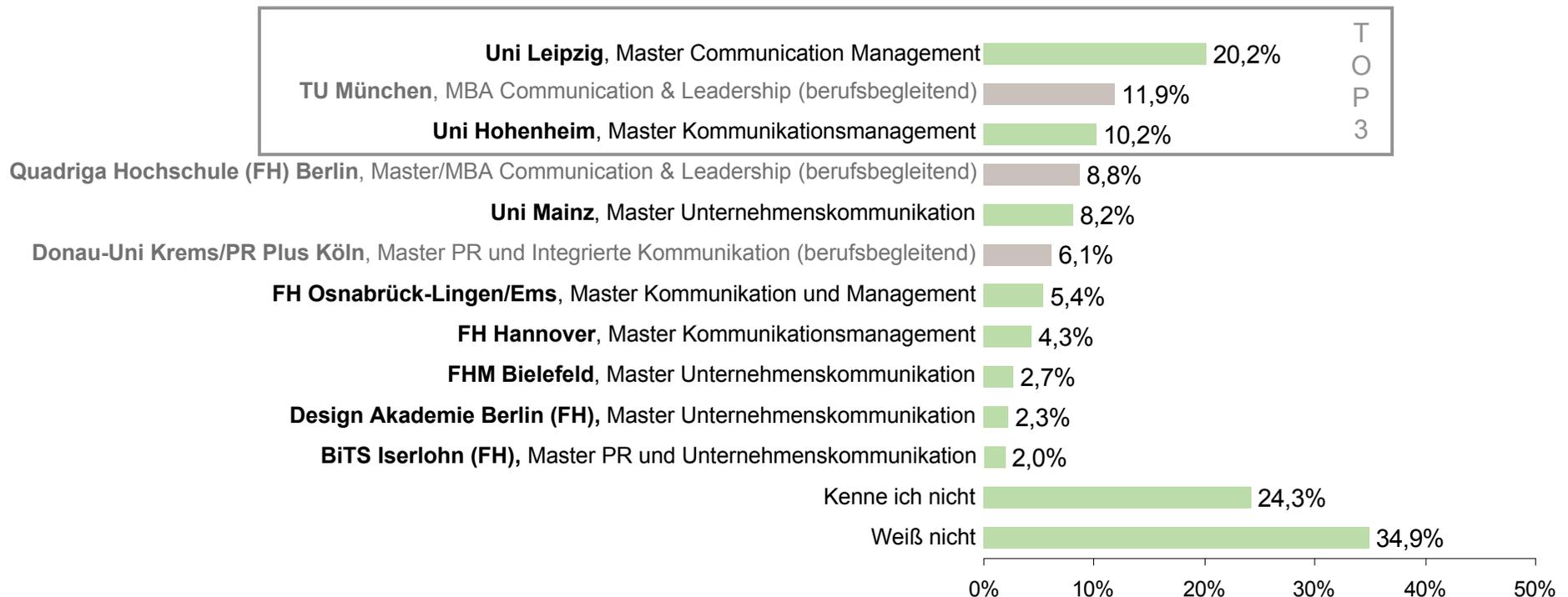
	Position							
	Gesamt	Durchschnitt*	Geschäftsführung / Leitung Unternehmens- kommunikation / Eigentümer / Partner	Mitarbeiter in gehobener Position mit Führungs- verantwortung (z. B. Pressesprecher oder Senior Berater)	Mitarbeiter mit Projekt- verantwortung (z. B. PR-Berater)	Mitarbeiter mit geringer Projekt- verantwortung (z. B. Junior- Berater)	Mitarbeiter (z. B. Sach- bearbeiter oder Assistent)	Einsteiger (z. B. Praktikant oder Volontär)
N =	996	962	216	304	275	85	41	41
Studium allgemein	35,5%	35,6%	34,7%	31,9%	37,1%	43,5%	26,8%	48,8%
Studium und PR-Zusatzausbildung (PZOK-Prüfung etc.)	30,1%	30,4%	33,8%	33,2%	30,9%	24,7%	19,5%	9,8%
Studium Kommunikationsmanagement/PR (Master)	14,0%	13,7%	11,1%	19,7%	10,9%	9,4%	7,3%	17,1%
Studium Kommunikationsmanagement/PR (Bachelor)	10,3%	10,6%	13,4%	7,6%	11,3%	8,2%	14,6%	14,6%
Keine spezielle Qualifikation notwendig	5,0%	4,9%	4,6%	4,6%	4,4%	5,9%	12,2%	2,4%
Weiß nicht	5,0%	4,9%	2,3%	3,0%	5,5%	8,2%	19,5%	7,3%

■ 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

Nachfolgend finden Sie eine Übersicht aller aktuellen PR-Studiengänge (Master) in Deutschland. Welche Studiengänge würden Sie empfehlen?



N = 969, Mehrfachnennungen möglich: 1.367

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

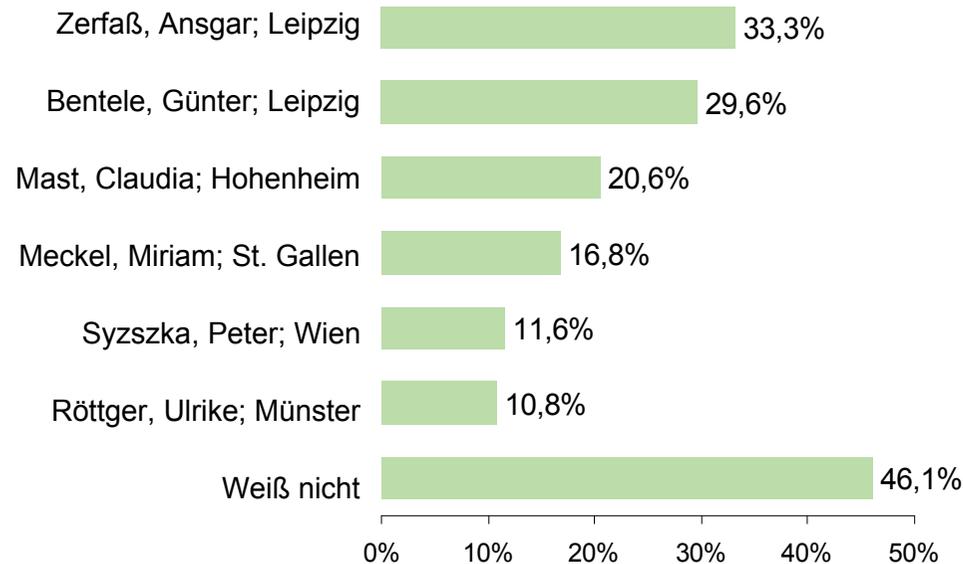
Nachfolgend finden Sie eine Übersicht aller aktuellen PR-Studiengänge (Master) in Deutschland. Welche Studiengänge würden Sie empfehlen?

	Gesamt	Position						
		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 =	969	951	211	302	272	85	40	41
Uni Leipzig, Master Communication Management	20,2%	20,5%	26,5%	20,2%	18,0%	22,4%	10,0%	14,6%
TU München, MBA Communication & Leadership (berufsbegleitend)	11,9%	11,7%	16,6%	9,9%	12,9%	3,5%	7,5%	12,2%
Uni Hohenheim, Master Kommunikationsmanagement	10,2%	10,2%	15,2%	7,6%	10,7%	8,2%	10,0%	4,9%
Quadriga Hochschule (FH) Berlin, Master/MBA Communication & Leadership (berufsbegleitend)	8,8%	8,8%	12,3%	9,3%	8,8%	3,5%	5,0%	2,4%
Uni Mainz, Master Unternehmenskommunikation	8,2%	8,0%	10,4%	9,6%	4,8%	8,2%	10,0%	2,4%
Donau-Uni Krems/PR Plus Köln, Master PR und Integrierte Kommunikation (berufsbegleitend)	6,1%	6,1%	4,3%	7,3%	8,8%	2,4%	0,0%	2,4%
FH Osnabrück-Lingen/Ems, Master Kommunikation und Management	5,4%	5,5%	7,6%	5,0%	4,0%	8,2%	0,0%	7,3%
FH Hannover, Master Kommunikationsmanagement	4,3%	4,4%	5,7%	4,0%	5,1%	3,5%	0,0%	2,4%
FHM Bielefeld, Master Unternehmenskommunikation	2,7%	2,6%	3,3%	3,0%	2,2%	1,2%	2,5%	2,4%
Design Akademie Berlin (FH), Master Unternehmenskommunikation	2,3%	2,1%	3,8%	2,3%	1,1%	0,0%	0,0%	4,9%
BiTS Iserlohn (FH), Master PR und Unternehmenskommunikation	2,0%	2,0%	1,9%	1,3%	2,2%	4,7%	0,0%	2,4%
Kenne ich nicht	24,3%	24,5%	16,6%	24,5%	24,6%	32,9%	42,5%	29,3%
Weiß nicht	34,9%	34,6%	31,8%	36,1%	35,7%	30,6%	35,0%	39,0%

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

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Aus- und Weiterbildung

Gute Aus- und Weiterbildung lebt von innovativen Ideen. Welche der nachfolgenden Universitäts-Professor/innen stehen aus Ihrer Sicht für akademisch fundierte, zukunftsorientierte Forschung?



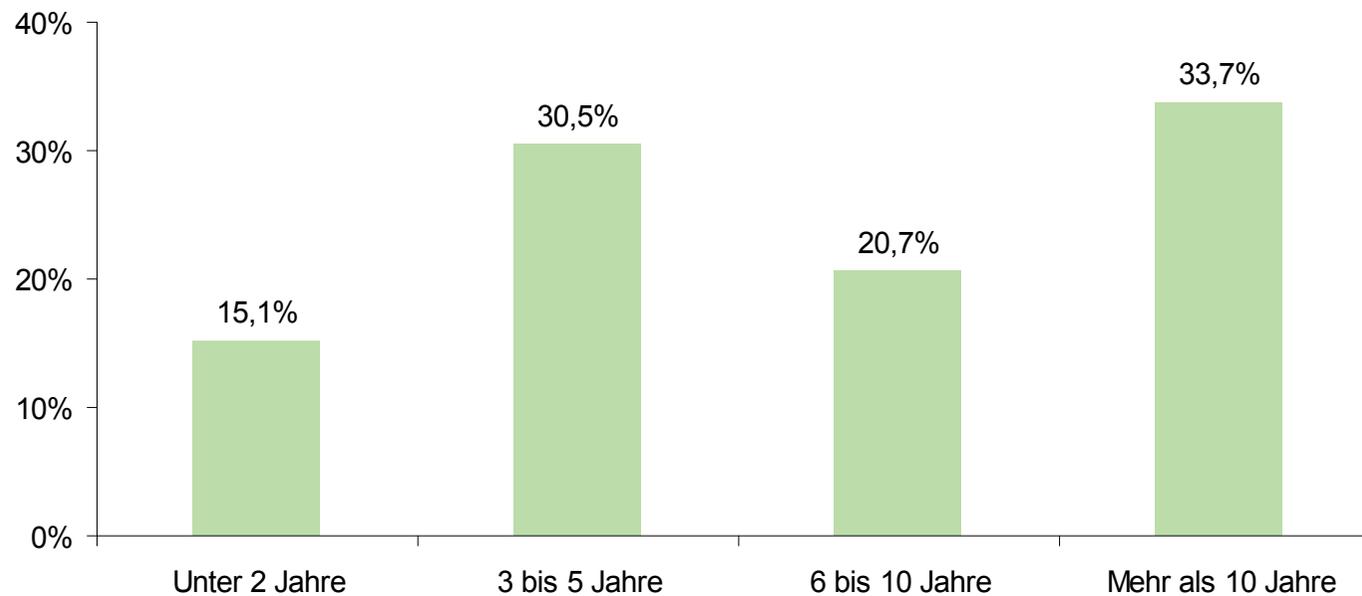
Weitere Nennungen unter 10 Prozent: Bekmeier-Feuerhahn, Sigrid; Lüneburg / Burkart, Roland; Wien / Einwiller, Sabine; Mainz / Fröhlich, Romy; München / Ingenhoff, Diana; Fribourg / Nessmann, Karl; Klagenfurt / Schweiger, Wolfgang; Ilmenau / Signitzer, Benno; Salzburg / Theis-Berglmair, Anna-Maria; Bamberg

N = 961, Mehrfachnennungen möglich: 1.882

Statistik

Ergebnisse: Statistik

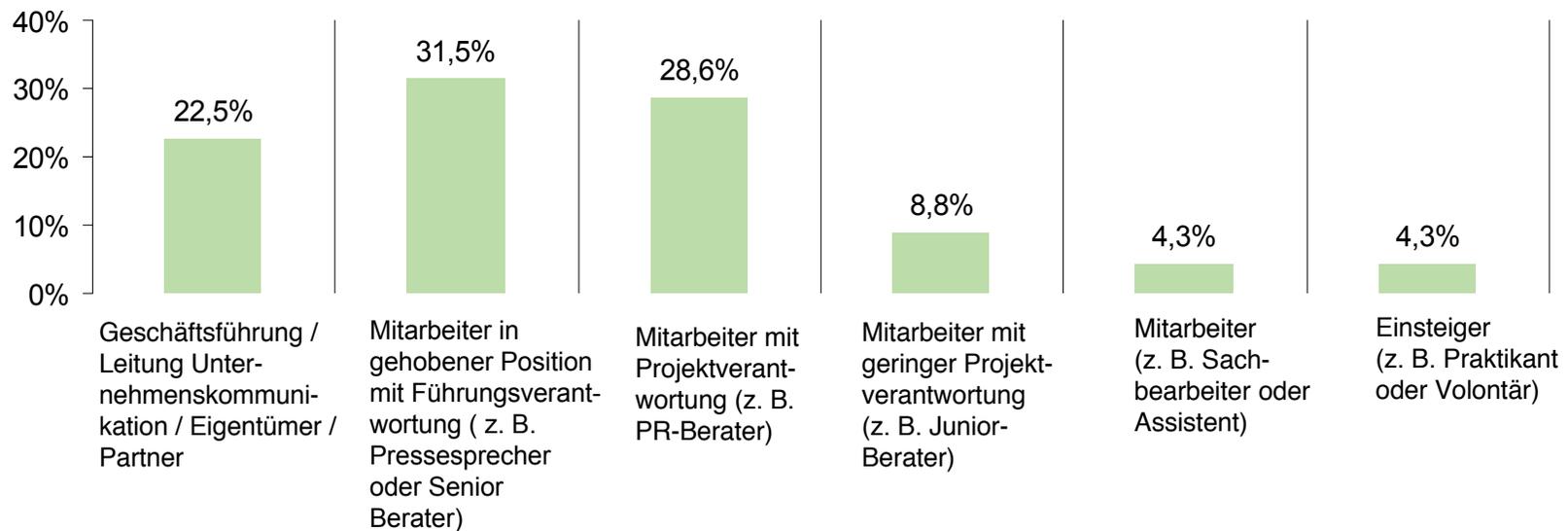
Wie lange arbeiten Sie schon im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bzw. Public Relations?



N = 971

Ergebnisse: Statistik

In welcher Position sind Sie tätig?



N = 964

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Kontakt:

news aktuell GmbH
Jens Petersen
Leiter Unternehmenskommunikation
Mittelweg 144
20148 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 4113-32843
Telefax: +49 (0)40 4113-32876
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