

ECCO Studie zu Pressemitteilungen
Ergebnisse aus Österreich



E C C O

International
Communications
Network

**EC
Public Relations
GmbH**

ECCO Düsseldorf
EC Public Relations GmbH
Heinrichstraße 73
40239 Düsseldorf
Telefon (0211) 23 94 49-0
Telefax (0211) 23 94 49-29
info@ecco-duesseldorf.de

**Wie wünschen sich Journalisten die
ideale Pressemitteilung?**

relatio:

Public Relations | München | Berlin

ECCO München
relatio PR GmbH
Steinsdorfstr. 2
80538 München
Telefon: (0 89) 21 02 57-0
Telefax: (0 89) 21 02 57-19
info@relatio-pr.de

ADVICE PARTNERS

STRATEGY COMMUNICATION MANAGEMENT

ECCO Berlin
ADVICE PARTNERS GmbH
Unternehmensberatung für Strategie und
Kommunikationsmanagement
Haus der Bundespressekonferenz
Schiffbauerdamm 40
D-10117 Berlin
Tel: (0 30) 2 12 34 22-0
Fax: (0 30) 2 12 34 22-99
info@advicepartners.de

Die Umfrage

Im April 2013 hat das ECCO-Agenturnetz Journalisten in Deutschland, Österreich und der Schweiz befragt, in welcher Form Pressemitteilungen am besten ankommen. Von rund 10.000 Journalisten haben 450 geantwortet.

Dieser Bericht enthält die Rohdaten aus Österreich

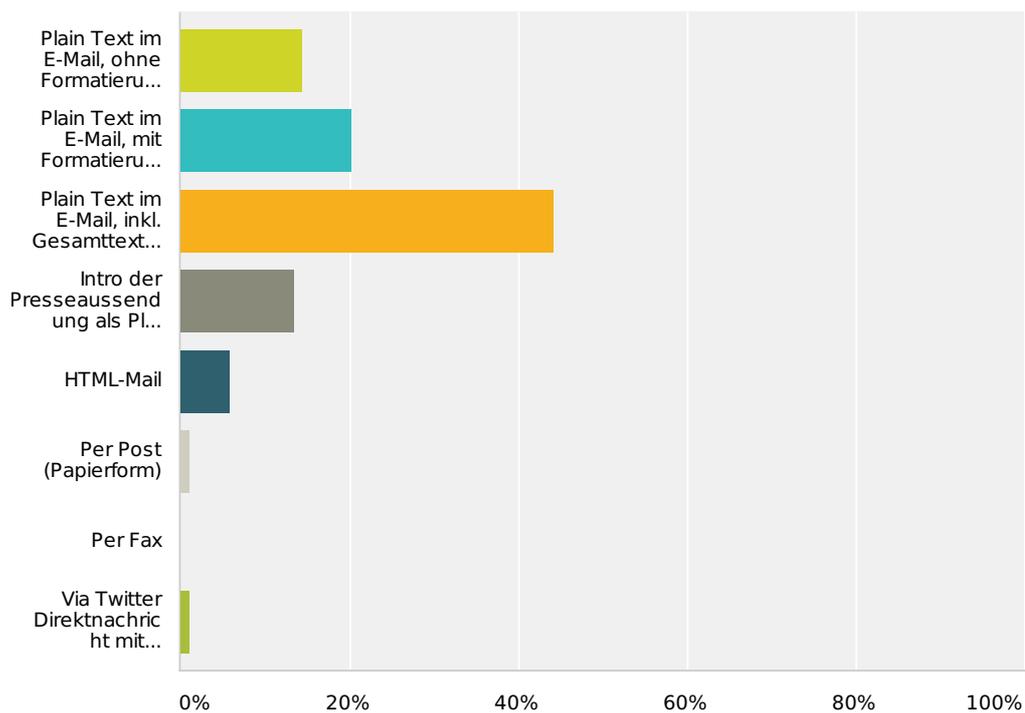
Düsseldorf, 30.4.2013



ECCO Hamburg
Bellmann, Gröning & Partner GmbH
Kommunikation und Marketing
Beim Schlump 13A
20144 Hamburg
Telefon (0 40) 48 06 55-10
Telefax (0 40) 46 51 30
agentur@bgup.de

Q1 In welcher Form erhalten Sie Presseaussendungen am liebsten?

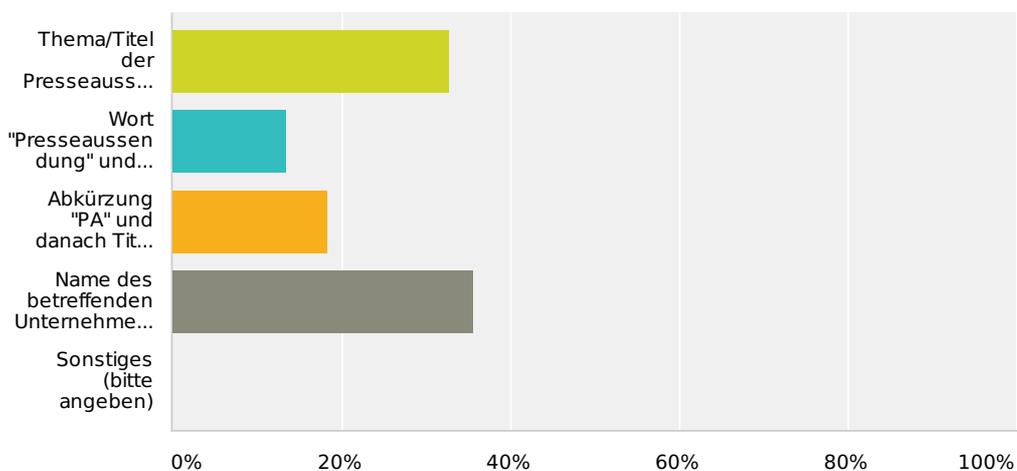
Beantwortet: 104 Übersprungen: 0



Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
Plain Text im E-Mail, ohne Formatierung, ohne Attachment	14,42%	15
Plain Text im E-Mail, mit Formatierung (dicke Titel, kursive Zwischentitel etc.), ohne Attachments	20,19%	21
Plain Text im E-Mail, inkl. Gesamttext als Attachment, PDF/Word im CD des betreffenden Unternehmens oder der PR-Agentur	44,23%	46
Intro der Presseausendung als Plain Text im E-Mail + weiterführender Link zu Bereich (Homepage, Server etc.) für gesamten Text	13,46%	14
HTML-Mail	5,77%	6
Per Post (Papierform)	0,96%	1
Per Fax	0%	0
Via Twitter Direktnachricht mit Downloadlink	0,96%	1
Gesamt		104

Q2 Wie soll die Betreffzeile gestaltet sein, damit Sie eine Presseaussendung am besten wahrnehmen?

Beantwortet: 104 Übersprungen: 0

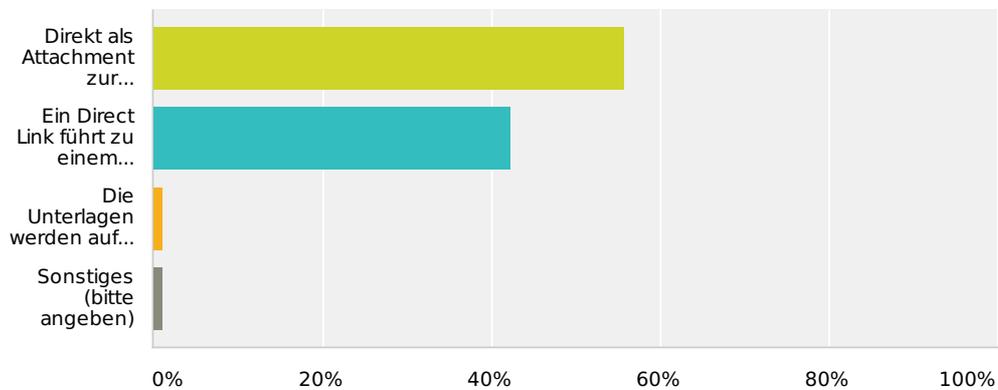


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
Thema/Titel der Presseaussendung	32,69%	34
Wort "Presseaussendung" und kurzer Titel	13,46%	14
Abkürzung "PA" und danach Titel der Presseaussendung	18,27%	19
Name des betreffenden Unternehmens und Thema, beispielsweise "ÖBB: Neue..."	35,58%	37
Sonstiges (bitte angeben)	0%	0
Gesamt		104

#	Sonstiges (bitte angeben)	Datum
	Es sind keine Beantwortungen verfügbar.	

Q3 Bilder und Grafiken sind als Ergänzung zu einer Presseausendung manchmal unerlässlich. In welcher Form wollen Sie diese Informationen erhalten?

Beantwortet: 104 Übersprungen: 0

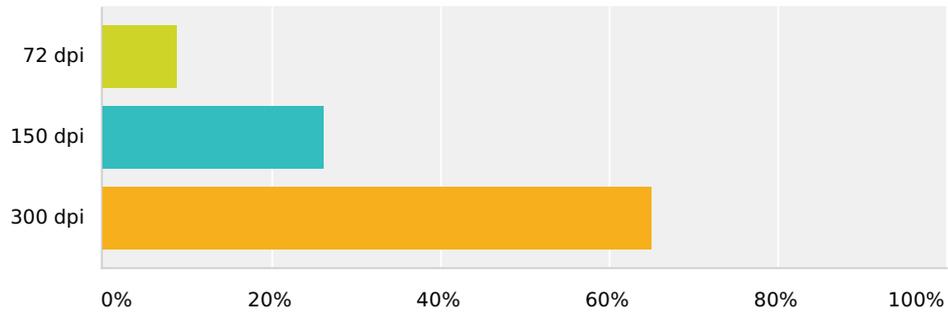


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen
Direkt als Attachment zur Aussendung (Fotos, Grafiken, Logos)	55,77% 58
Ein Direct Link führt zu einem Download-Bereich, wo man das Bildmaterial herunterladen kann	42,31% 44
Die Unterlagen werden auf Anfrage vom Aussender des Pressetextes zugeschickt	0,96% 1
Sonstiges (bitte angeben)	0,96% 1
Gesamt	104

#	Sonstiges (bitte angeben)	Datum
1	Brauche in der Regel weder Bilder noch Grafiken	17.04.2013 13:59

Q4 Welche Auflösung sollen die Bilder bei einer Größe von 13 mal 18 Zentimetern haben?

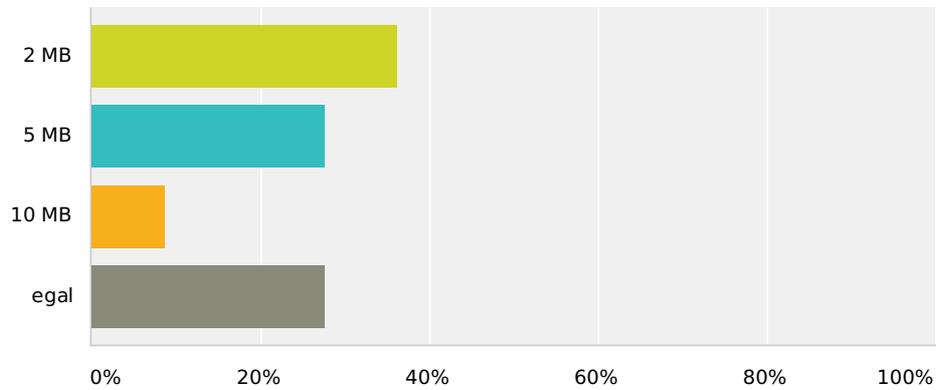
Beantwortet: 103 Übersprungen: 1



Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen
72 dpi	8,74% 9
150 dpi	26,21% 27
300 dpi	65,05% 67
Gesamt	103

Q5 Wenn Sie Fotos, Grafiken und Logos gerne direkt als Attachment zur Aussendung bekommen wollen, bis zu welcher Gesamtgröße der angehängten Dateien?

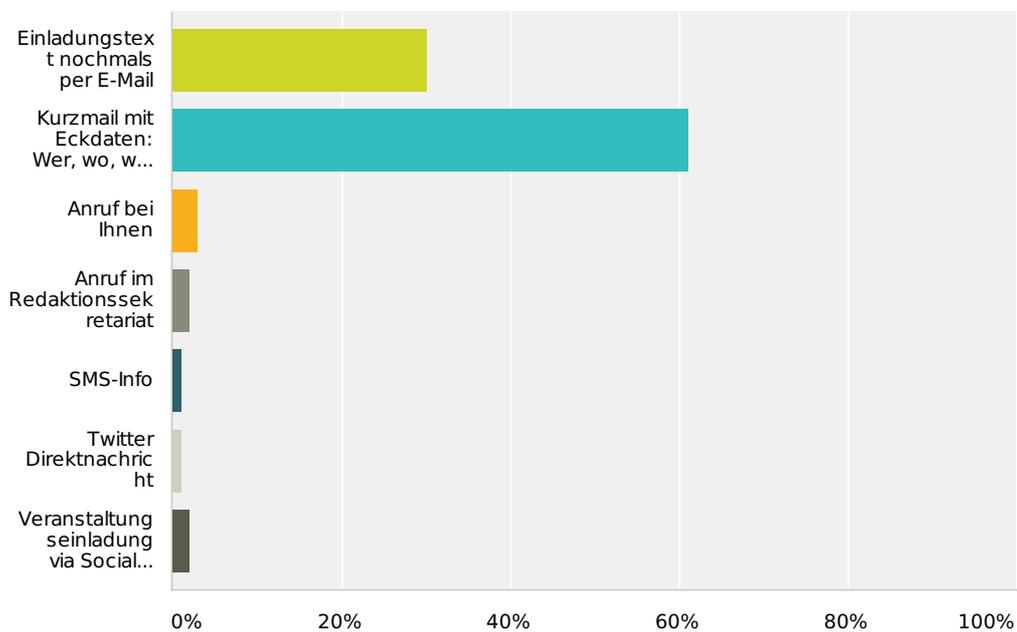
Beantwortet: 58 Übersprungen: 46



Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
2 MB	36,21%	21
5 MB	27,59%	16
10 MB	8,62%	5
egal	27,59%	16
Gesamt		58

Q6 Welche Art, Sie an einen Pressetermin (Pressegespräch, Live-Streamings, Google-Hangouts etc.) zu erinnern, ist für Sie am angenehmsten?

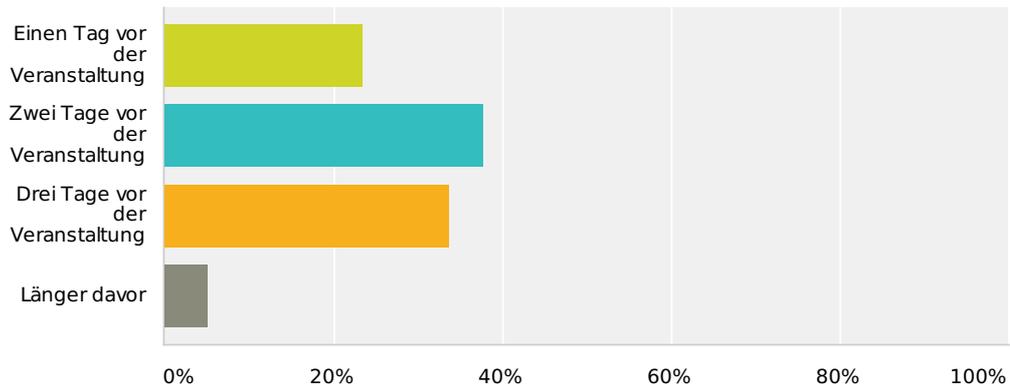
Beantwortet: 103 Übersprungen: 1



Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen
Einladungstext nochmals per E-Mail	30,10% 31
Kurzmail mit Eckdaten: Wer, wo, was, wann?	61,17% 63
Anruf bei Ihnen	2,91% 3
Anruf im Redaktionssekretariat	1,94% 2
SMS-Info	0,97% 1
Twitter Direktnachricht	0,97% 1
Veranstaltungseinladung via Social Media (Facebook, Google+, Xing etc.)	1,94% 2
Gesamt	103

Q7 Wenn Sie den Einladungstext nochmals per E-Mail bekommen wollen, wann?

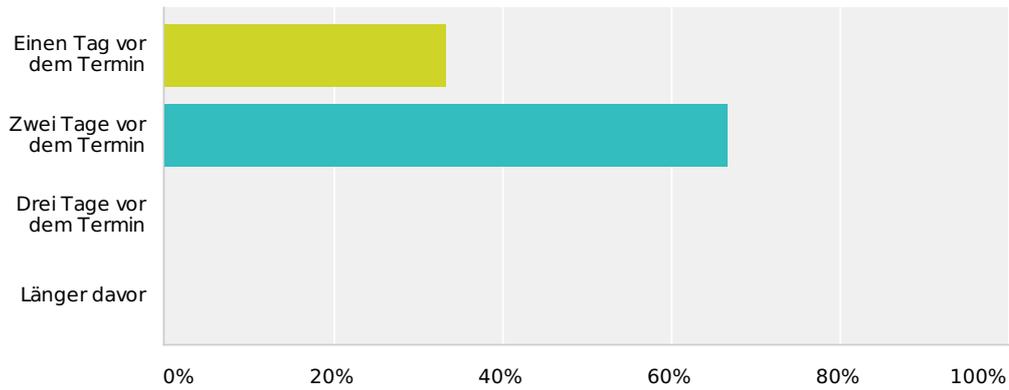
Beantwortet: 98 Übersprungen: 6



Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
Einen Tag vor der Veranstaltung	23,47%	23
Zwei Tage vor der Veranstaltung	37,76%	37
Drei Tage vor der Veranstaltung	33,67%	33
Länger davor	5,10%	5
Gesamt		98

Q8 Wenn Sie einen Erinnerungsanruf bei Ihnen persönlich wünschen, wann?

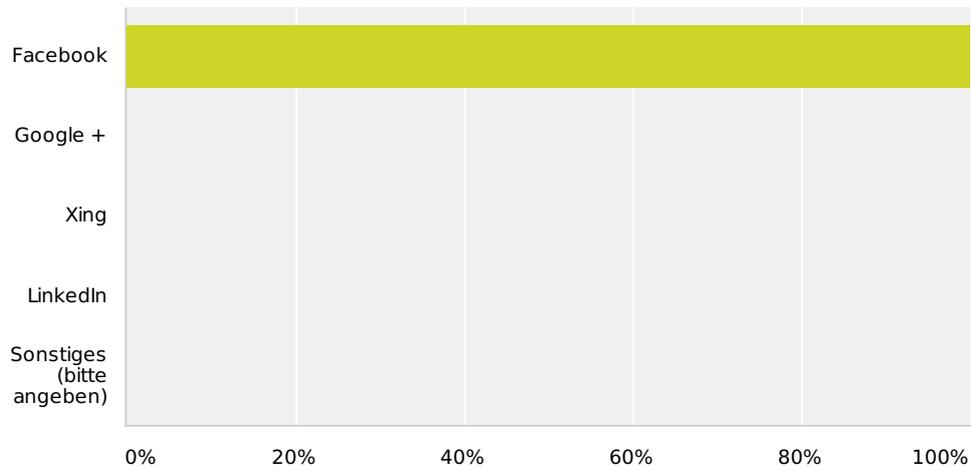
Beantwortet: 3 Übersprungen: 101



Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	Anzahl
Einen Tag vor dem Termin	33,33%	1
Zwei Tage vor dem Termin	66,67%	2
Drei Tage vor dem Termin	0%	0
Länger davor	0%	0
Gesamt		3

Q9 Wenn Sie eine Veranstaltungseinladung via Social Media bevorzugen, welche Plattform würden Sie wählen?

Beantwortet: 2 Übersprungen: 102

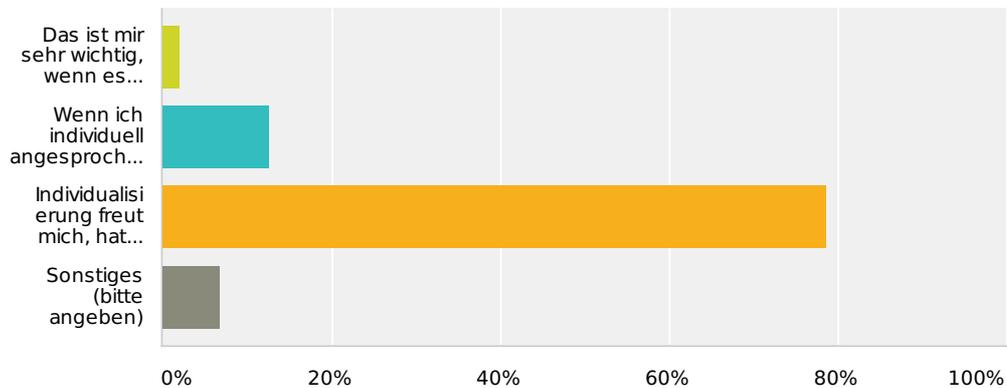


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen
Facebook	100% 2
Google +	0% 0
Xing	0% 0
LinkedIn	0% 0
Sonstiges (bitte angeben)	0% 0
Gesamt	2

#	Sonstiges (bitte angeben)	Datum
	Es sind keine Beantwortungen verfügbar.	

Q10 Wie wichtig ist Ihnen die Individualisierung (Ansprache mit Ihrem Namen, „Du“/„Sie“-Versionen, eventuell sogar komplett individualisierter 1. Absatz) des Mailings, mit dem Sie eine Presseinformation erhalten?

Beantwortet: 103 Übersprungen: 1

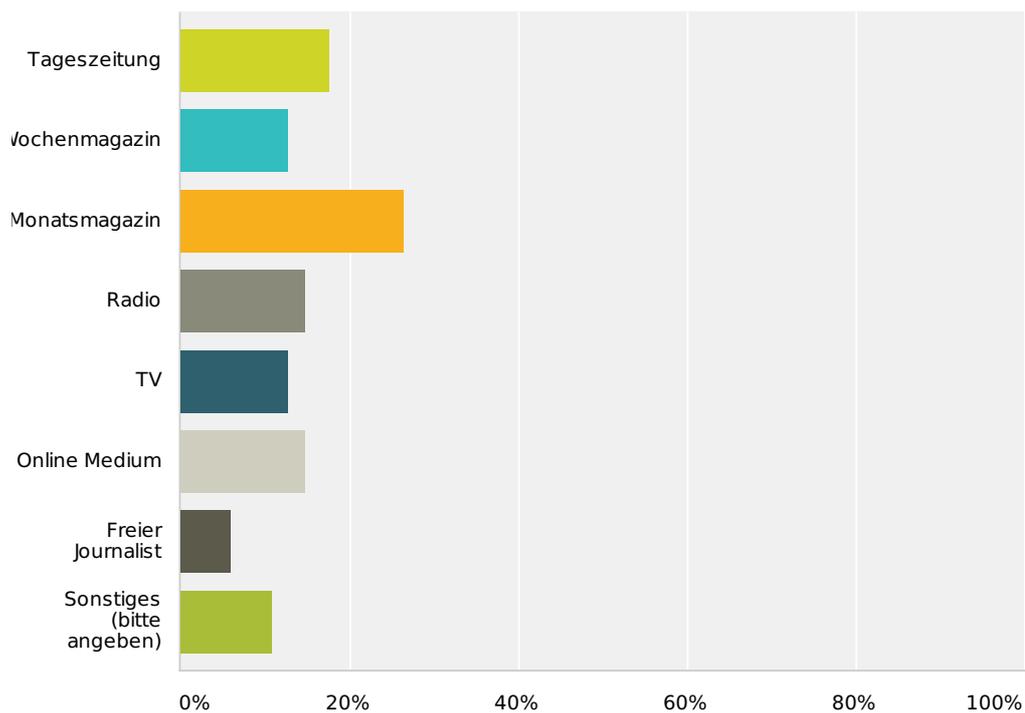


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen
Das ist mir sehr wichtig, wenn es offensichtlich ein Massenmail ist, lösche ich es sofort.	1,94% 2
Wenn ich individuell angesprochen werde, steigt meine Bereitschaft, mich mit einem Thema auseinanderzusetzen.	12,62% 13
Individualisierung freut mich, hat aber keinen Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit einer Veröffentlichung nur das Thema zählt!	78,64% 81
Sonstiges (bitte angeben)	6,80% 7
Gesamt	103

#	Sonstiges (bitte angeben)	Datum
1	Wichtiger als die individualisierung ist die Übereinstimmung Thema/Leserzielgruppe; die wird in desn seltensten Fällen hinterfragt und dann landet die Meldung im müll, individualisiert oder nicht.	22.04.2013 11:54
2	Die persönliche Anrede macht ein Thema nicht interessanter	22.04.2013 11:27
3	wenn es kein persönliches mail ist, braucht es keine individuelle ansprache	19.04.2013 14:47
4	Individualisierung im Massenmail lehne ich ab	19.04.2013 10:52
5	Individualisierung in der Form, dass auf unsere aktuellen Themenschwerpunkte Bezug genommen wird - falls es keine ad-hoc Aussendung ist (hier keine Indiv. notwendig)	18.04.2013 11:54
6	Überhaupt nicht wichtig	17.04.2013 15:59
7	Komplett unnötig, Fakten interessant	17.04.2013 14:28

Q11 Bei welcher Art von Medium sind Sie tätig?

Beantwortet: 102 Übersprungen: 2

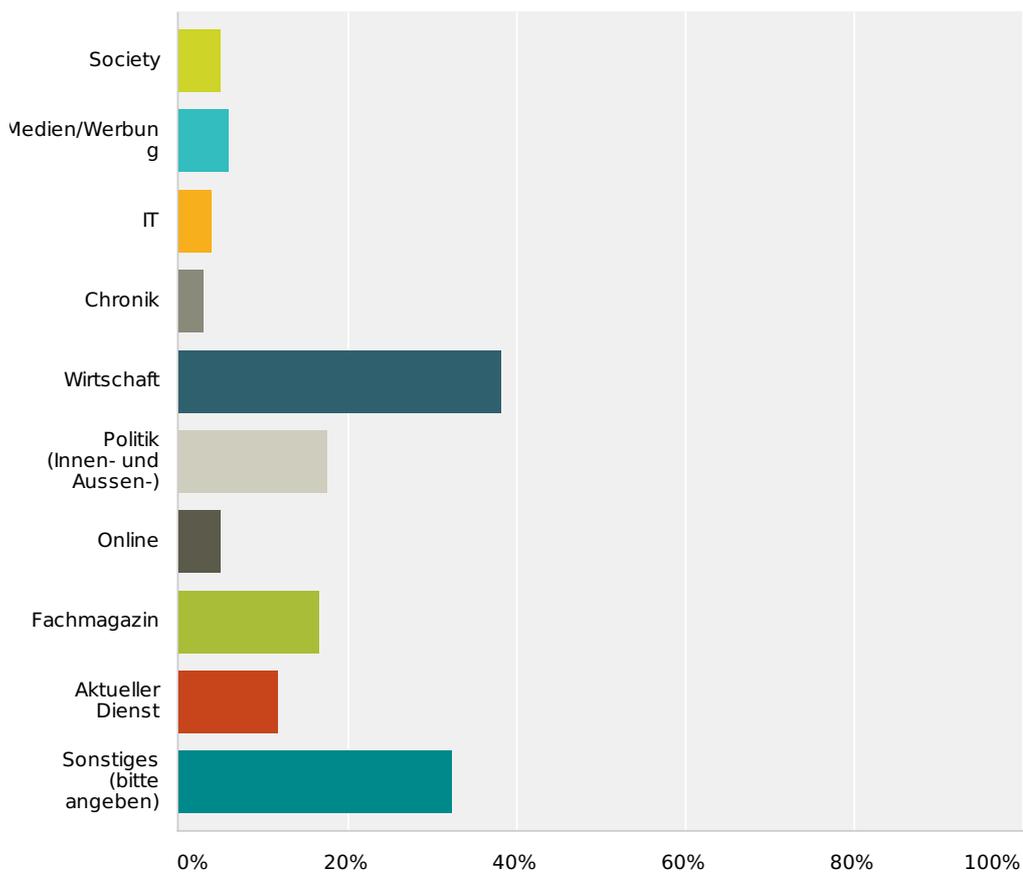


Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
Tageszeitung	17,65%	18
Wochenmagazin	12,75%	13
Monatsmagazin	26,47%	27
Radio	14,71%	15
TV	12,75%	13
Online Medium	14,71%	15
Freier Journalist	5,88%	6
Sonstiges (bitte angeben)	10,78%	11
Befragte gesamt: 102		

#	Sonstiges (bitte angeben)	Datum
1	Nachrichtenagentur	22.04.2013 14:52
2	Fachzeitschrift, B2B	22.04.2013 11:55
3	Agentur (International News Agency)	19.04.2013 13:03
4	Nachrichtenagentur	19.04.2013 10:29
5	Pressesprecher	19.04.2013 09:39
6	Agentur	18.04.2013 19:55
7	Unternehmensmagazin (vierteljährlich)	17.04.2013 17:10
8	Nachschlagewerk/Veranstaltungsspiegel	17.04.2013 14:28
9	Nachrichtenagentur	17.04.2013 14:27
10	Kommunikationsabteilung, Quartalszeitung	17.04.2013 14:21
11	Nachrichtenagentur	17.04.2013 13:58

Q12 In welchem Resort sind Sie tätig?

Beantwortet: 102 Übersprungen: 2



Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen
Society	4,90% 5
Medien/Werbung	5,88% 6
IT	3,92% 4
Chronik	2,94% 3
Wirtschaft	38,24% 39
Politik (Innen- und Aussen-)	17,65% 18
Online	4,90% 5
Fachmagazin	16,67% 17
Aktueller Dienst	11,76% 12
Sonstiges (bitte angeben)	32,35% 33

Befragte gesamt: 102

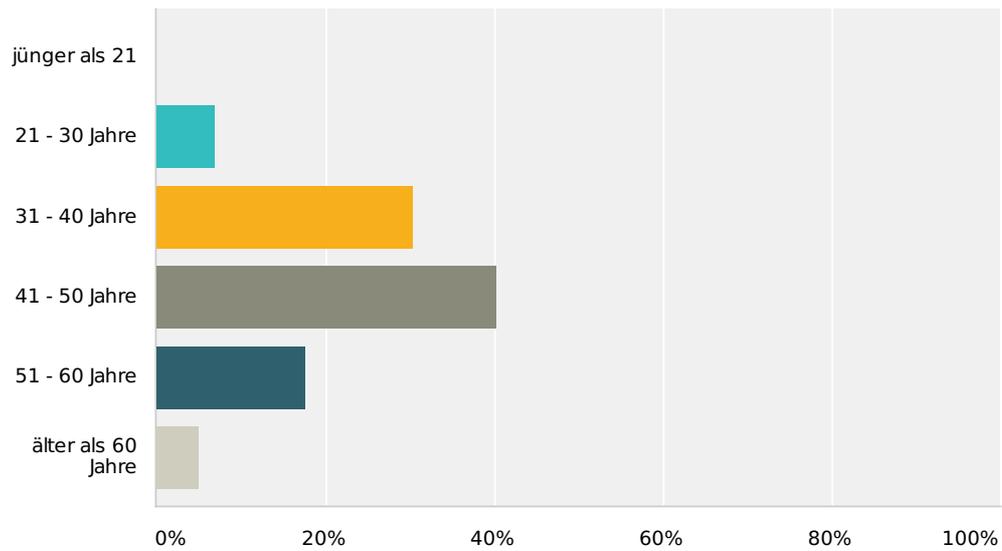
#	Sonstiges (bitte angeben)	Datum
1	Tourismus	22.04.2013 20:39
2	Sport	22.04.2013 17:16
3	Chefredakteur	22.04.2013 12:00
4	Sport	22.04.2013 11:46
5	Sport	22.04.2013 11:39
6	Sport	22.04.2013 11:20
7	Chefredaktion (Stv.)	22.04.2013 11:16

Die ideale Form für Presseaussendungen

#	Sonstiges (bitte angeben)	Datum
8	sport	22.04.2013 11:11
9	Eventkalender	22.04.2013 11:03
10	Redakteur Fläche, Service-Redaktion, Co-Moderation	22.04.2013 09:28
11	Bildung	20.04.2013 14:38
12	Sport	19.04.2013 14:09
13	Chefredaktion	19.04.2013 13:21
14	Sport, Fashion	19.04.2013 13:03
15	Familie, Soziales	19.04.2013 12:58
16	Sport	19.04.2013 12:27
17	sport	19.04.2013 10:46
18	Wissenschaft	19.04.2013 10:41
19	Forschung/Innovation/Technologie	19.04.2013 10:29
20	Sport	19.04.2013 09:49
21	diverses: Sport, Gastro, Kultur...	19.04.2013 09:44
22	Sport	18.04.2013 19:55
23	Alle Ressorts	17.04.2013 19:54
24	Radio Programm	17.04.2013 17:51
25	Stv. CR	17.04.2013 17:27
26	Bildung/Karriere	17.04.2013 17:10
27	zusätzlich Musikredaktion	17.04.2013 15:01
28	kultur!	17.04.2013 14:53
29	Chefredaktion (Reise, Kultur, Genuss, Lebenslust)	17.04.2013 14:24
30	Reise	17.04.2013 14:03
31	wissenschaft	17.04.2013 14:00
32	Kultur und Gesellschaft	17.04.2013 13:59
33	Reisen	17.04.2013 13:59

Q13 Wie alt sind Sie?

Beantwortet: 102 Übersprungen: 2



Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
jünger als 21	0%	0
21 - 30 Jahre	6,86%	7
31 - 40 Jahre	30,39%	31
41 - 50 Jahre	40,20%	41
51 - 60 Jahre	17,65%	18
älter als 60 Jahre	4,90%	5
Gesamt		102