

ECCO Studie zu Pressemitteilungen  
**Ergebnisse aus der Schweiz**



**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.


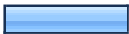
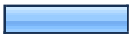




**Dieser Bericht enthält die Rohdaten aus der Schweiz**

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




## 1. In welcher Form erhalten Sie Medienmitteilungen am liebsten?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Plain Text in der E-Mail, ohne Formatierung, ohne Anhang		15,6%	5
<b>Plain Text in der E-Mail, mit Formatierungen (dicke Titel, kursive Zwischentitel etc.), ohne Anhang</b>		21,9%	7
<b>Plain Text in der E-Mail, inkl. Gesamttext als Anhang, PDF oder Word gelayoutet (im Corporate Design des betreffenden Unternehmens oder der PR-Agentur)</b>		21,9%	7
Der Anfang der Medienmitteilung als Plain Text in der E-Mail, ein weiterführender Link führt zu einem Bereich (Website, Server etc.), wo der gesamte Text abrufbar ist		12,5%	4
Als HTML-Mail		6,3%	2
Per Post in Papierform		0,0%	0
Per Post als CD oder DVD		0,0%	0
Per Fax		0,0%	0
Via Twitter Direktnachricht mit Download-Links		3,1%	1
Sonstiges (bitte angeben)		18,8%	6
		<b>beantwortete Frage</b>	<b>32</b>
		<b>übersprungene Frage</b>	<b>0</b>


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

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Direkt als Anhang zur E-Mail (Fotos, Grafiken, Logos)		56,3%	18
Ein Link führt zu einem Download-Bereich, wo man das Bildmaterial herunterladen kann.		37,5%	12
Die Unterlagen werden auf Anfrage vom Aussender der Medienmitteilung via E-Mail zugeschickt.		6,3%	2
<b>beantwortete Frage</b>			<b>32</b>
<b>übersprungene Frage</b>			<b>0</b>


## 3. Bis zu welcher Gesamtgrösse dürfen die angehängten Dateien sein?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
2 MB		22,2%	4
5 MB		50,0%	9
10 MB		27,8%	5
<b>beantwortete Frage</b>			<b>18</b>
<b>übersprungene Frage</b>			<b>14</b>

#### 4. In welcher Form wünschen Sie die Unterlagen?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Per Post in Papierform		0,0%	0
<b>Per Post als CD oder DVD</b>		<b>100,0%</b>	<b>2</b>
<b>beantwortete Frage</b>			<b>2</b>
<b>übersprungene Frage</b>			<b>30</b>

#### 5. Wie soll die Betreffzeile gestaltet sein, damit Sie eine Medienmitteilung am besten wahrnehmen?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
<b>Thema/Titel der Medienmitteilung</b>		<b>34,4%</b>	<b>11</b>
Wort «Medienmitteilung» und kurzer Titel		31,3%	10
Abkürzung «MM» und danach Titel der Medienmitteilung		6,3%	2
Name des betreffenden Unternehmens und Thema, beispielsweise «SBB: Neue ...»		28,1%	9
Sonstiges (bitte angeben)		0,0%	0
<b>beantwortete Frage</b>			<b>32</b>
<b>übersprungene Frage</b>			<b>0</b>


## 6. Welche Art, Sie an einen Medientermin (Mediengespräch, Medienkonferenz, Generalversammlung, Live-Streamings, Google-Hangouts etc.) zu erinnern, ist für Sie am angenehmsten?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Einladungstext nochmals per E-Mail		31,3%	10
<b>Kurzmail mit Eckdaten: Wer, wo, was, wann?</b>		<b>56,3%</b>	<b>18</b>
Anruf bei Ihnen		0,0%	0
Anruf im Redaktionssekretariat		3,1%	1
SMS-Info		3,1%	1
Twitter Direktnachricht		0,0%	0
Veranstaltungseinladung via Social Media		0,0%	0
Sonstiges (bitte angeben)		6,3%	2
<b>beantwortete Frage</b>			<b>32</b>
<b>übersprungene Frage</b>			<b>0</b>

## 7. In welchem Abstand zum Termin wünschen Sie den Einladungstext?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Ein Tag davor		0,0%	0
zwei Tage davor		20,0%	2
<b>drei Tage davor</b>		<b>80,0%</b>	<b>8</b>
<b>beantwortete Frage</b>			<b>10</b>
<b>übersprungene Frage</b>			<b>22</b>






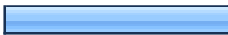
## 8. In welchem Abstand zum Termin wünschen Sie den Anruf?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Ein Tag davor		0,0%	0
zwei Tage davor		0,0%	0
<b>drei Tage davor</b>		<b>100,0%</b>	<b>1</b>
<b>beantwortete Frage</b>			<b>1</b>
<b>übersprungene Frage</b>			<b>31</b>






## 9. Über welche Plattform wünschen Sie die Veranstaltungseinladung?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Facebook		0,0%	0
Google+		0,0%	0
Xing		0,0%	0
LinkedIn		0,0%	0
<b>beantwortete Frage</b>			<b>0</b>
<b>übersprungene Frage</b>			<b>32</b>

## 10. Bei welcher Art von Medium sind Sie tätig?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Tageszeitung		15,6%	5
Wochenmagazin		15,6%	5
Monatsmagazin		18,8%	6
Radio		0,0%	0
TV		3,1%	1
Online-Medium		6,3%	2
<b>Freier Journalist</b>		<b>40,6%</b>	<b>13</b>
<b>beantwortete Frage</b>			<b>32</b>
<b>übersprungene Frage</b>			<b>0</b>

## 11. In welchem Ressort sind Sie tätig?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
<b>Wirtschaft</b>		<b>38,7%</b>	<b>12</b>
Politik		16,1%	5
Sport		0,0%	0
Kultur		29,0%	9
Gesellschaft/People		9,7%	3
Medien/Werbung		6,5%	2
IT		0,0%	0
Chronik		0,0%	0
Online		0,0%	0
<b>beantwortete Frage</b>			<b>31</b>
<b>übersprungene Frage</b>			<b>1</b>

## 12. Wie alt sind Sie?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
21-30 Jahre		3,2%	1
31-40 Jahre		6,5%	2
41-50 Jahre		19,4%	6
51-60 Jahre		35,5%	11
60+ Jahre		35,5%	11
beantwortete Frage			31
übersprungene Frage			1

**13. Herzlichen Dank für Ihre Teilnahme! Wenn Sie an den Ergebnissen interessiert sind, geben Sie bitte hier Ihre E-Mail-Adresse an. Die Daten werden ausschliesslich für diese Aktion verwendet und nach Abschluss der Umfrage gelöscht.**

	Antwortanzahl
	17
beantwortete Frage	17
übersprungene Frage	15