

ECCO Studie zu Pressemitteilungen
Ergebnisse aus Deutschland



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 Deutschland

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

Wie hätten Sie es gerne? Was ist die ideale Form der Pressemitteilung?



1. In welcher Form erhalten Sie Pressemitteilungen am liebsten?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Plain Text in der E-Mail, ohne Formatierung, ohne Attachment		17,5%	53
Plain Text in der E-Mail, mit Formatierung (dicke Titel, kursive Zwischentitel etc.), ohne Attachments		17,8%	54
Plain Text in der E-Mail, inkl. Gesamttext als Attachment, PDF/Word im CD des betreffenden Unternehmens oder der PR-Agentur		43,2%	131
Intro der Pressemitteilung als Plain Text in der E-Mail + weiterführender Link zu Bereich (Homepage, Server etc.) für gesamten Text		13,9%	42
HTML-Mail		5,6%	17
Per Post (Papierform)		2,0%	6
Per Fax		0,0%	0
Via Twitter Direktnachricht mit Downloadlink		0,0%	0
beantwortete Frage			303
übersprungene Frage			0




2. Wie soll die Betreffzeile gestaltet sein, damit Sie eine Pressemitteilung am besten wahrnehmen?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Thema/Titel der Pressemitteilung		19,8%	60
Wort "Pressemitteilung" und kurzer Titel		23,4%	71
Abkürzung "PM" und danach Titel der Pressemitteilung		29,7%	90
Name des betreffenden Unternehmens und Thema, beispielsweise "XY AG: Neue..."		25,1%	76
Sonstiges (bitte angeben)		2,0%	6
beantwortete Frage			303
übersprungene Frage			0





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

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Direkt als Attachment zur Aussendung (Fotos, Grafiken, Logos)		42,7%	129
Ein Direct Link führt zu einem Download-Bereich, wo man das Bildmaterial herunterladen kann		51,3%	155
Die Unterlagen werden auf Anfrage vom Absender des Presstextes zugeschickt		3,0%	9
Sonstiges (bitte angeben)		3,0%	9
beantwortete Frage			302
übersprungene Frage			1

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

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
72 dpi		7,3%	22
150 dpi		19,5%	59
300 dpi		73,2%	221
beantwortete Frage			302
übersprungene Frage			1

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

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
2 MB		27,9%	36
5 MB		33,3%	43
10 MB		13,2%	17
egal		25,6%	33
beantwortete Frage			129
übersprungene Frage			174


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

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Einladungstext nochmals per E-Mail		31,9%	96
Kurzmail mit Eckdaten: Wer, wo, was, wann?		65,4%	197
Anruf bei Ihnen		0,3%	1
Anruf im Redaktionssekretariat		1,0%	3
SMS-Info		0,3%	1
Twitter Direktnachricht		0,7%	2
Veranstaltungseinladung via Social Media (Facebook, Google+, Xing etc.)		0,3%	1
beantwortete Frage			301
übersprungene Frage			2


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

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Einen Tag vor der Veranstaltung		7,7%	23
Zwei Tage vor der Veranstaltung		22,4%	67
Drei Tage vor der Veranstaltung		47,8%	143
Länger davor		22,1%	66
beantwortete Frage			299
übersprungene Frage			4


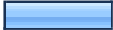


8. Wenn Sie einen Erinnerungsanruf bei Ihnen persönlich wünschen, wann?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Einen Tag vor dem Termin		0,0%	0
Zwei Tage vor dem Termin		0,0%	0
Drei Tage vor dem Termin		0,0%	0
Länger davor		100,0%	1
beantwortete Frage			1
übersprungene Frage			302









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

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Facebook		100,0%	1
Google +		0,0%	0
Xing		0,0%	0
LinkedIn		0,0%	0
Sonstiges (bitte angeben)		0,0%	0
beantwortete Frage			1
übersprungene Frage			302

10. 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?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Das ist mir sehr wichtig, wenn es offensichtlich eine Massenmail ist, lösche ich es sofort.		4,7%	14
Wenn ich individuell angesprochen werde, steigt meine Bereitschaft, mich mit einem Thema auseinanderzusetzen.		18,9%	57
Individualisierung freut mich, hat aber keinen Einfluss auf die Wahrscheinlichkeit einer Veröffentlichung, nur das Thema zählt!		73,1%	220
Sonstiges (bitte angeben)		3,3%	10
beantwortete Frage			301
übersprungene Frage			2

11. Bei welcher Art von Medium sind Sie tätig?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Tageszeitung		9,6%	28
Wochenmagazin		10,6%	31
Monatsmagazin		36,9%	108
Radio		3,1%	9
TV		0,7%	2
Online Medium		26,6%	78
Freier Journalist		34,1%	100
Sonstiges (bitte angeben)		16,4%	48
beantwortete Frage			293
übersprungene Frage			10

12. In welchem Resort sind Sie tätig?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Society		2,4%	7
Medien/Werbung		8,9%	26
IT		9,2%	27
Chronik		2,0%	6
Wirtschaft		11,3%	33
Politik (Innen- und Aussen-)		4,1%	12
Online		13,0%	38
Fachmagazin		52,9%	155
Aktueller Dienst		5,1%	15
Sonstiges (bitte angeben)		31,7%	93
beantwortete Frage			293
übersprungene Frage			10

13. Wie alt sind Sie?

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
jünger als 21		0,3%	1
21 - 30 Jahre		8,5%	25
31 - 40 Jahre		16,4%	48
41 - 50 Jahre		29,7%	87
51 - 60 Jahre		31,1%	91
älter als 60 Jahre		14,0%	41
beantwortete Frage			293
übersprungene Frage			10

14. Möchten Sie über die Ergebnisse dieser Umfrage informiert werden und die Chance haben, einen iPad mini zu gewinnen? Dann tragen Sie bitte hier Ihren Namen und Ihre E-Mail-Adresse ein:

		Prozentsatz der Antworten	Antwortanzahl
Name:		99,1%	227
Unternehmen:		94,8%	217
E-Mail-Adresse:		100,0%	229
beantwortete Frage			229
übersprungene Frage			74