

„Angekommen in der Wirklichkeit?“

Social Media in PR und Journalismus

Eine Umfrage der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor. Teilnehmer: 2.950 Journalisten, Pressesprecher und PR-Fachleute. Umfragezeitraum: März 2012

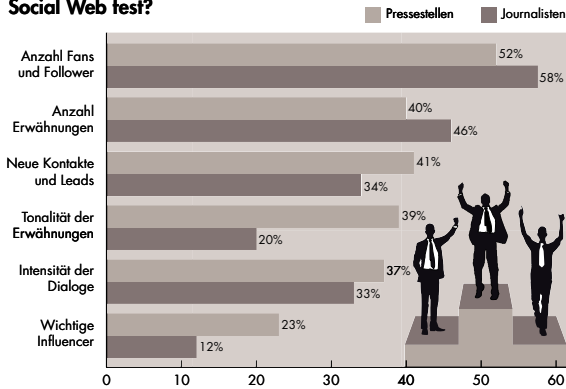
Komplette Ergebnisse unter: www.newsaktuell.de/smtrend12

1. Quantität vor Qualität

Nur eine Minderheit der deutschen Unternehmen und Redaktionen hält die Qualität von Interaktionen im Social Web für wichtiger als die reine Anzahl von Fans, Followern und Erwähnungen. Twitter, Facebook und Co sind außerdem eine beliebte Quelle für neue Kontakte und Leads.

Social Media Trendmonitor 2012:

Woran machen Unternehmen und Redaktionen ihren Erfolg im Social Web fest?



Quelle: Social Media Trendmonitor 2012, (c) news aktuell GmbH und Faktenkontor, Mitarbeiter Pressstellen N=1.483, Journalisten N=881, Befragung: März 2012, Mehrfachnennungen möglich.

2. Bilder funktionieren am besten

42%

der Pressstellen

sagen, dass Bilder eine große Interaktion im Social Web auslösen. Platz 2: Videos, Platz 3: Pressemitteilungen



3. Social Media macht erfolgreich

„Social Media hat meine Arbeit erfolgreicher gemacht“, meinen



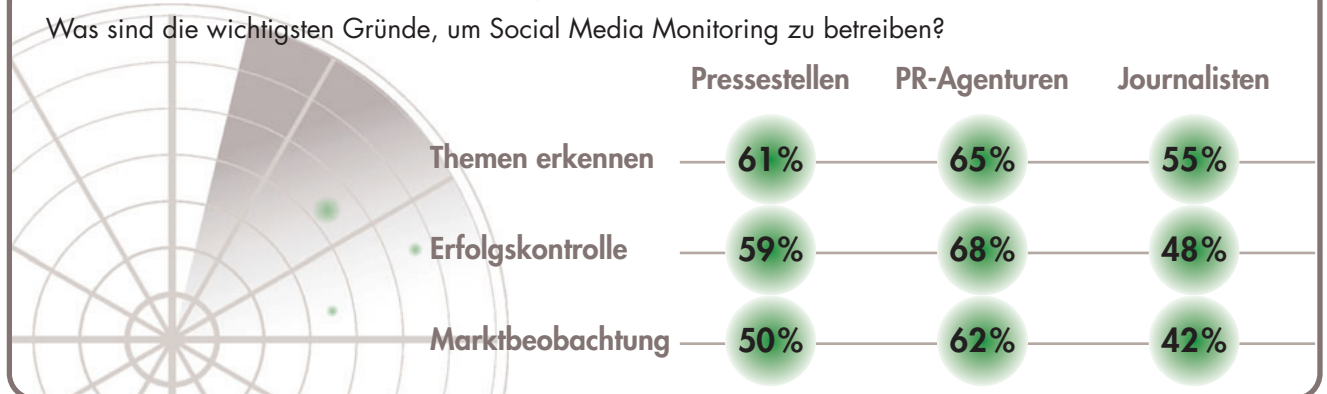
49% der PR-Agenturen

46% der Journalisten

43% der Pressstellen

4. Wozu Social Media Monitoring? Themen erkennen!

Was sind die wichtigsten Gründe, um Social Media Monitoring zu betreiben?



06/2012