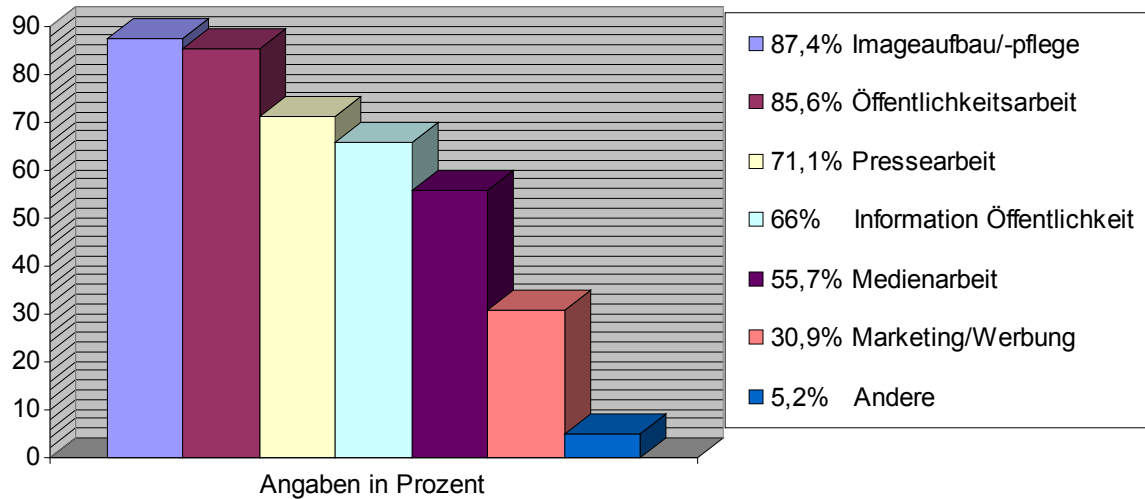
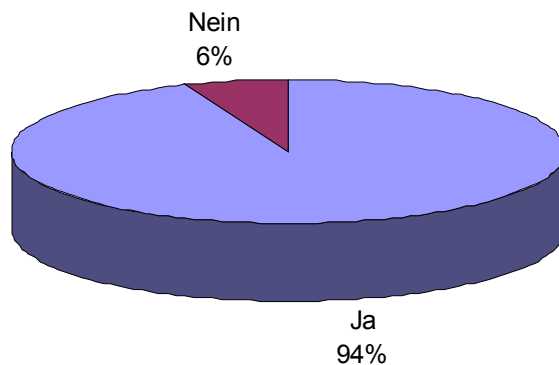


**Umfrage „Bedeutung der Public Relations (PR) für mittelständische Unternehmen**

Auswertung gesamt

**1. Was verstehen Sie unter „PR“?**

(Mehrfachnennungen waren möglich)

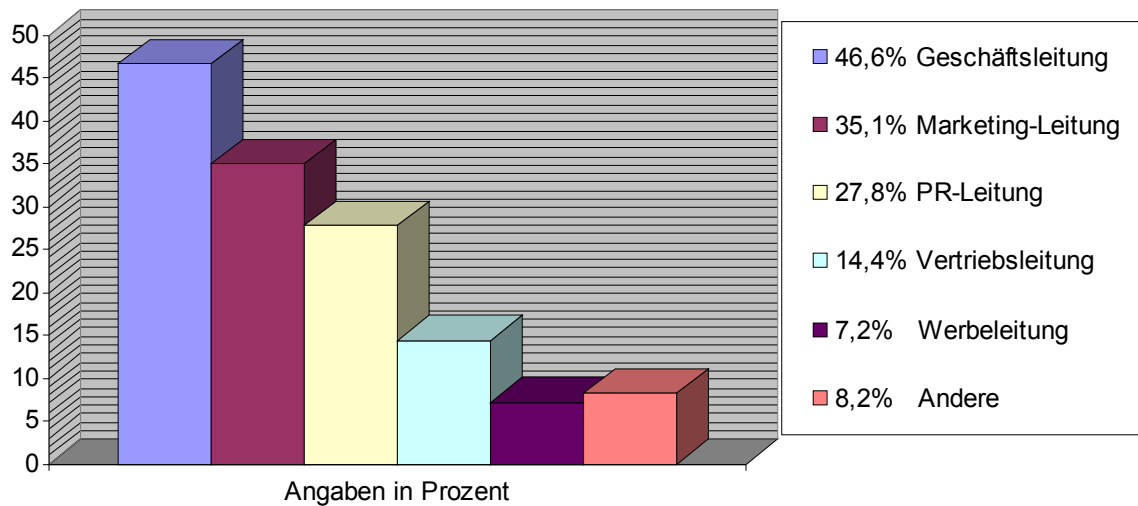
**2. Hat Ihr Unternehmen in den letzten Jahren Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit durchgeführt?**

**Umfrage „Bedeutung der Public Relations (PR) für mittelständische Unternehmen**

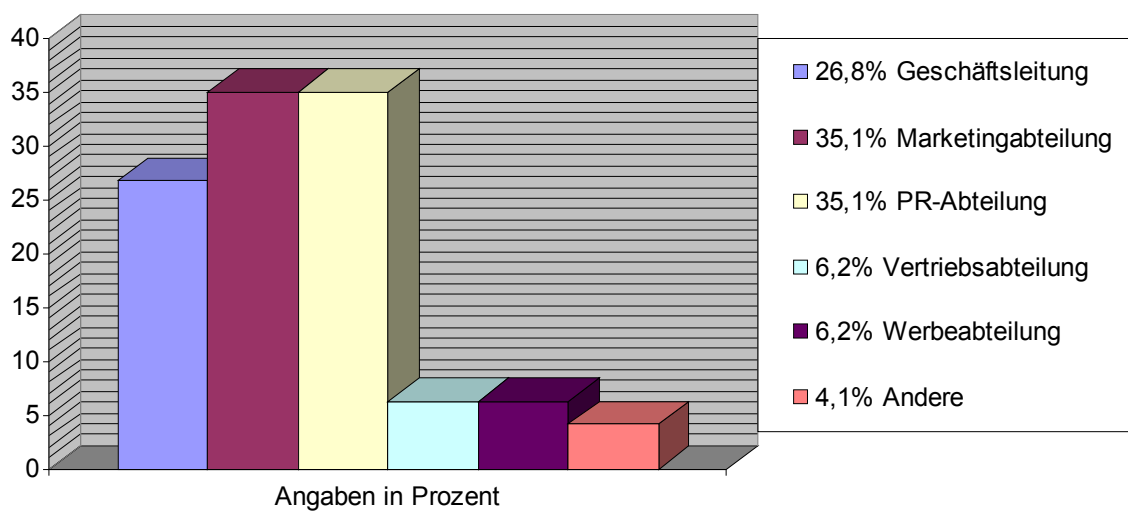
Auswertung gesamt

**4. Wer ist in Ihrem Unternehmen verantwortlich für PR?**

(Mehrfachnennungen waren möglich)

**5. Wer führt Ihre PR durch?****Im Unternehmen**

(Mehrfachnennungen waren möglich)

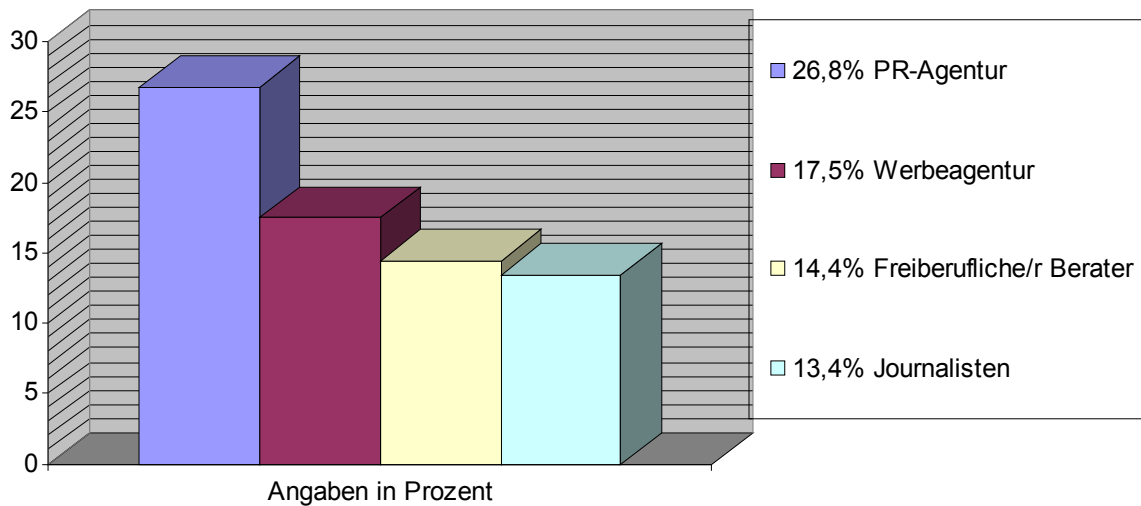
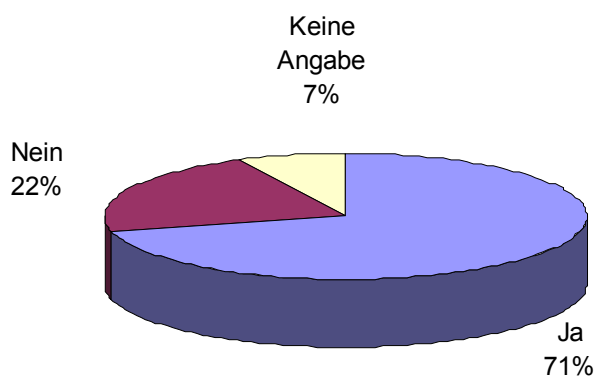


**Umfrage „Bedeutung der Public Relations (PR) für mittelständische Unternehmen**

Auswertung gesamt

**Außerhalb des Unternehmen**

(Mehrfachnennungen waren möglich)

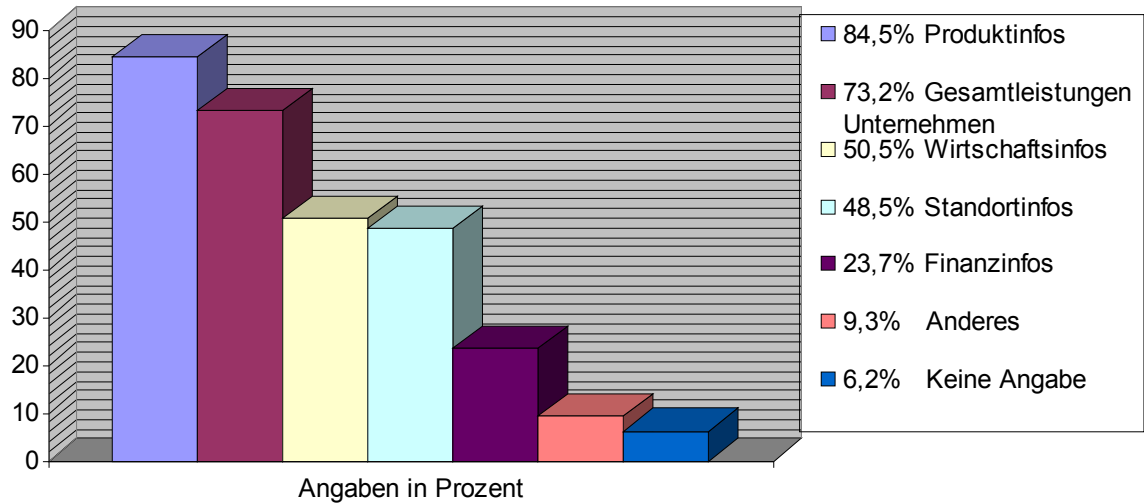
**6. Ist Ihre PR international?**

## Umfrage „Bedeutung der Public Relations (PR) für mittelständische Unternehmen

Auswertung gesamt

### 7. Welche Themen aus Ihrem Unternehmen veröffentlichen Sie?

(Mehrfachnennungen waren möglich)



### 8. Welche Medien nutzen Sie für Ihre Veröffentlichungen?

(Mehrfachnennungen waren möglich)

	Wirtschaftsinfos	Produktinfos	Finanz- infos	Standortinfos	Gesamtleistungen
<b>Fachpresse</b>	40,2	85,6	14,4	27,8	68,0
<b>Regionale Presse</b>	46,4	23,7	16,5	50,5	55,7
<b>Überregionale Presse</b>	46,4	26,8	20,6	16,5	44,3
<b>Hörfunk</b>	25,8	9,3	9,3	19,6	25,8
<b>Fernsehen</b>	21,6	12,4	11,3	18,6	25,8

Alle Angaben in Prozent

## Umfrage „Bedeutung der Public Relations (PR) für mittelständische Unternehmen

Auswertung gesamt

### 9. Welche Aktivitäten setzen Sie bei der PR für Ihr Unternehmen ein?

(Mehrfachnennungen waren möglich)

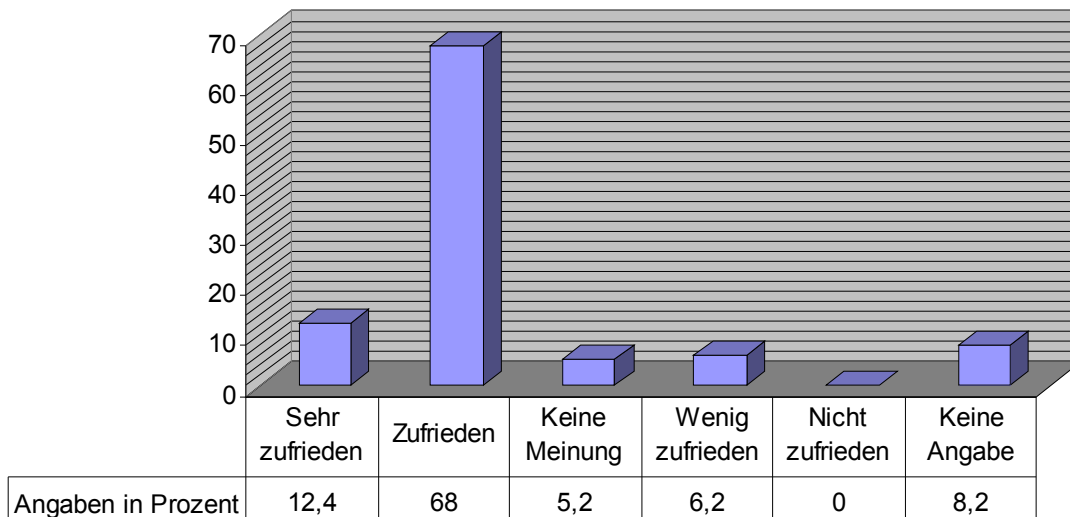
	Über externe Agentur	Innerhalb des Unternehmens
<b>Medienarbeit</b>		
Einzelinterviews	18,6	44,3
Pressegespräche	17,5	44,3
Pressekonferenzen	18,6	36,1
Presseausendungen	34,0	56,7
<b>Publikationen</b>		
Kundenmagazine	22,7	33,0
Imagebroschüren	36,1	50,5
Geschäftsberichte	19,6	28,9
Mitarbeiterzeitung	6,2	45,4
<b>Veranstaltungen</b>		
Produktpräsentationen	10,3	51,5
Messeauftritte	37,1	61,9
Kundenveranstaltungen	19,6	56,7
<b>Internet</b>		
Unternehmenspräsentationen	33,0	67,0
Presseinformationen	26,8	58,8
Bildarchiv	17,5	43,3
Foren	2,1	12,4
Chatrooms	1,0	3,1

Alle Angaben in Prozent

## Umfrage „Bedeutung der Public Relations (PR) für mittelständische Unternehmen

### Auswertung gesamt

#### 10. Wie zufrieden sind sie mit den Gesamtergebnissen Ihrer bisherigen PR-Arbeit?



#### 11. Wie zufrieden sind Sie mit den Veröffentlichungen Ihrer...?

Die Befragten konnten auf einer Skala von 1 bis 5 ihren Zufriedenheitsgrad bestimmen. (5=sehr zufrieden, 4=zufrieden, 3=Keine Meinung, 2= Wenig zufrieden, 1=nicht zufrieden)

	Sehr zufrieden	Zufrieden	Keine Meinung	Wenig zufrieden	Nicht zufrieden
<b>Wirtschaftsinfos</b>	6,2	38,1	12,4	4,1	0
<b>Produktinfos</b>	16,5	52,6	5,2	5,2	1,0
<b>Finanzinfos</b>	5,2	20,6	6,2	2,1	0
<b>Standortinfos</b>	10,3	32,0	9,3	6,2	1,0
<b>Gesamtleistungen</b>	11,3	43,3	12,4	7,2	1,0

Angaben in Prozent (Nicht alles wurde von den Befragten angekreuzt, daher Summe ungleich 100 Prozent)

Gesamttenenz:

Wirtschaftinfos: 3,76

Produktinfos: 3,97

Finanzinfos: 3,85

Standortinfos: 3,75

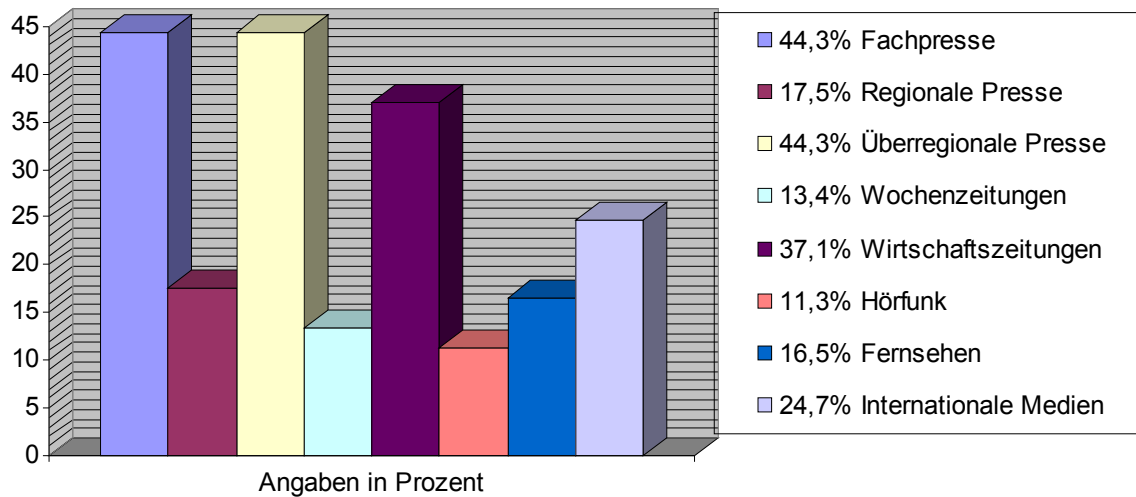
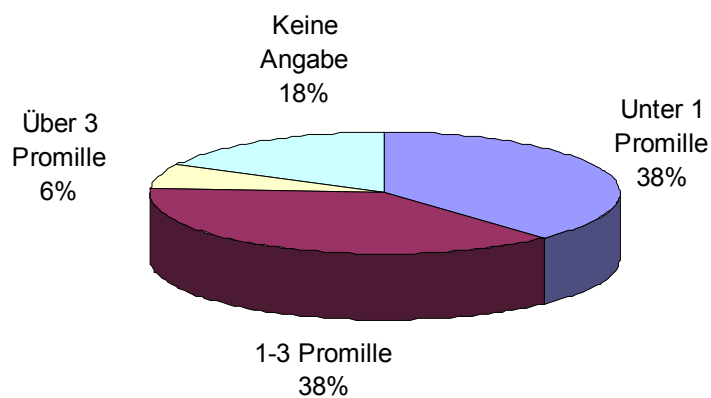
Gesamtleistungen: 3,75

**Umfrage „Bedeutung der Public Relations (PR) für mittelständische Unternehmen**

Auswertung gesamt

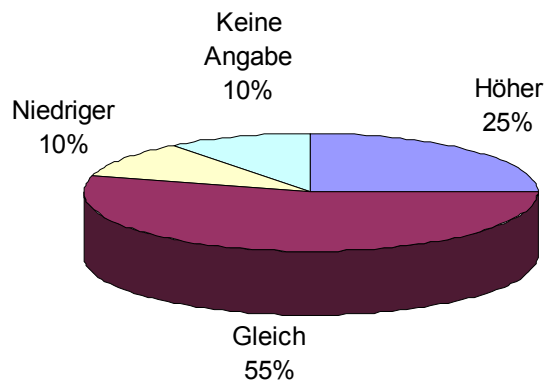
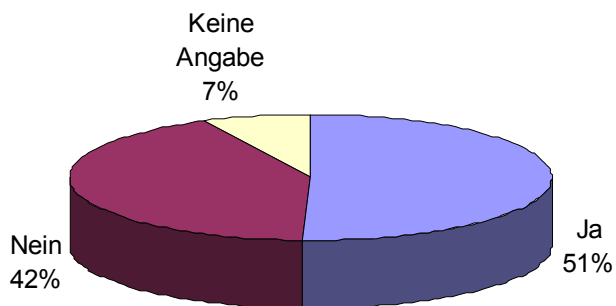
**12. In welchen Medien wären Sie gerne (häufiger) vertreten?**

(Mehrfachnennungen waren möglich)

**13. Wie viel Promille des Gesamtumsatzes verwenden Sie für PR?**

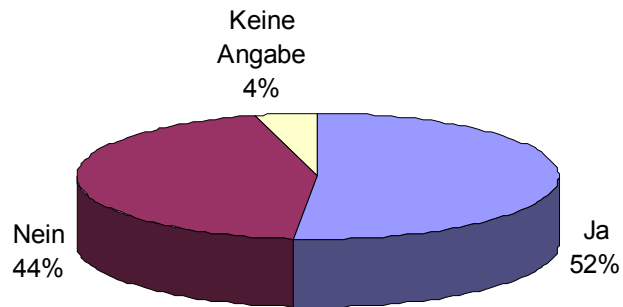
**Umfrage „Bedeutung der Public Relations (PR) für mittelständische Unternehmen**

Auswertung gesamt

**14. Wie hoch ist Ihr Budget für 2005 im Vergleich zu 2004?****15. Könnten Sie sich eine PR-Honorierung auf Erfolgsbasis vorstellen?**

**Umfrage „Bedeutung der Public Relations (PR) für mittelständische Unternehmen**

Auswertung gesamt

**16. Beabsichtigen Sie in nächster Zeit eine Intensivierung Ihrer PR?****17. Wie wollen Sie Ihre PR stärken? (Mehrfachnennungen)**

59,8 Prozent der befragten Unternehmen wollen Ihre PR stärken

Davon:

60,3 Prozent durch Auf- und Ausbau eigener PR-Mitarbeiter

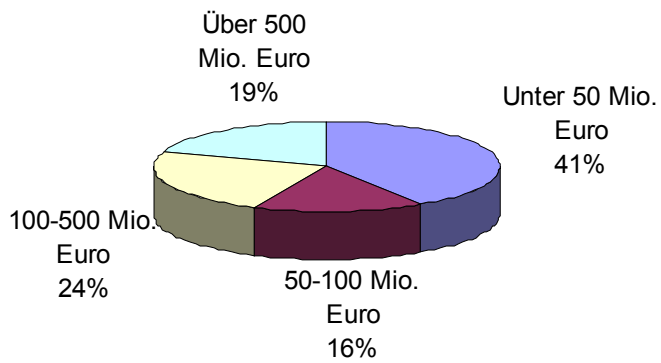
15,5 Prozent durch Beauftragung eines Beraters

22,4 Prozent durch Outsourcing an eine PR-Agentur

1,7 Prozent durch andere Maßnahmen

**Umfrage „Bedeutung der Public Relations (PR) für mittelständische Unternehmen**

Auswertung gesamt

**19. Unternehmensumsatz****20. Mitarbeiterzahl**