

# **Social Media-Trendmonitor**

**Zwischen Hype und Hoffnung: Die  
Nutzung sozialer Netzwerke in  
Journalismus und PR**

**März 2011**

---

## Social Media-Trendmonitor

### Inhalt

- Untersuchungsansatz
- Themenschwerpunkte
- Ergebnisse

**erstellt von / am**  
LD / 08.03.2011 // 08.04.2011  
**geprüft von / am**  
KS / 08.03.2011  
**freigegeben von / am**  
JF / 10.03.2011

## Untersuchungsansatz

Der Social Media-Trendmonitor stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung dar, die von der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor durchgeführt wurde. Dabei wurde untersucht, wo die derzeitigen Tendenzen und Entwicklungen in der Kommunikationsbranche liegen.

Sie suchen für Ihr Unternehmen oder Ihre Kunden spannende Daten und Fakten über bestimmte Branchen oder Themenbereiche? Mit den Online-Trendumfragen helfen wir Ihnen dabei, Themen und Trends zu erkennen, die Sie gezielt für Ihre Pressearbeit verwerten können.

Kontakt: [info@faktenkontor.de](mailto:info@faktenkontor.de)

### **Untersuchungsdesign:**

Als Methode wurde eine Internetbefragung gewählt.

### **Zielgruppe:**

Fach- und Führungskräfte aus der Kommunikationsbranche sowie Journalisten.

### **Befragungszeitraum:**

Die Daten sind vom 9. Februar bis zum 28. Februar 2011 erhoben worden.

### **Teilnehmer:**

5.120 Fach- und Führungskräfte aus PR-Agenturen und Pressestellen verschiedener Unternehmen sowie Journalisten. Die Ergebnisse sind auf eine Nachkommastelle gerundet.

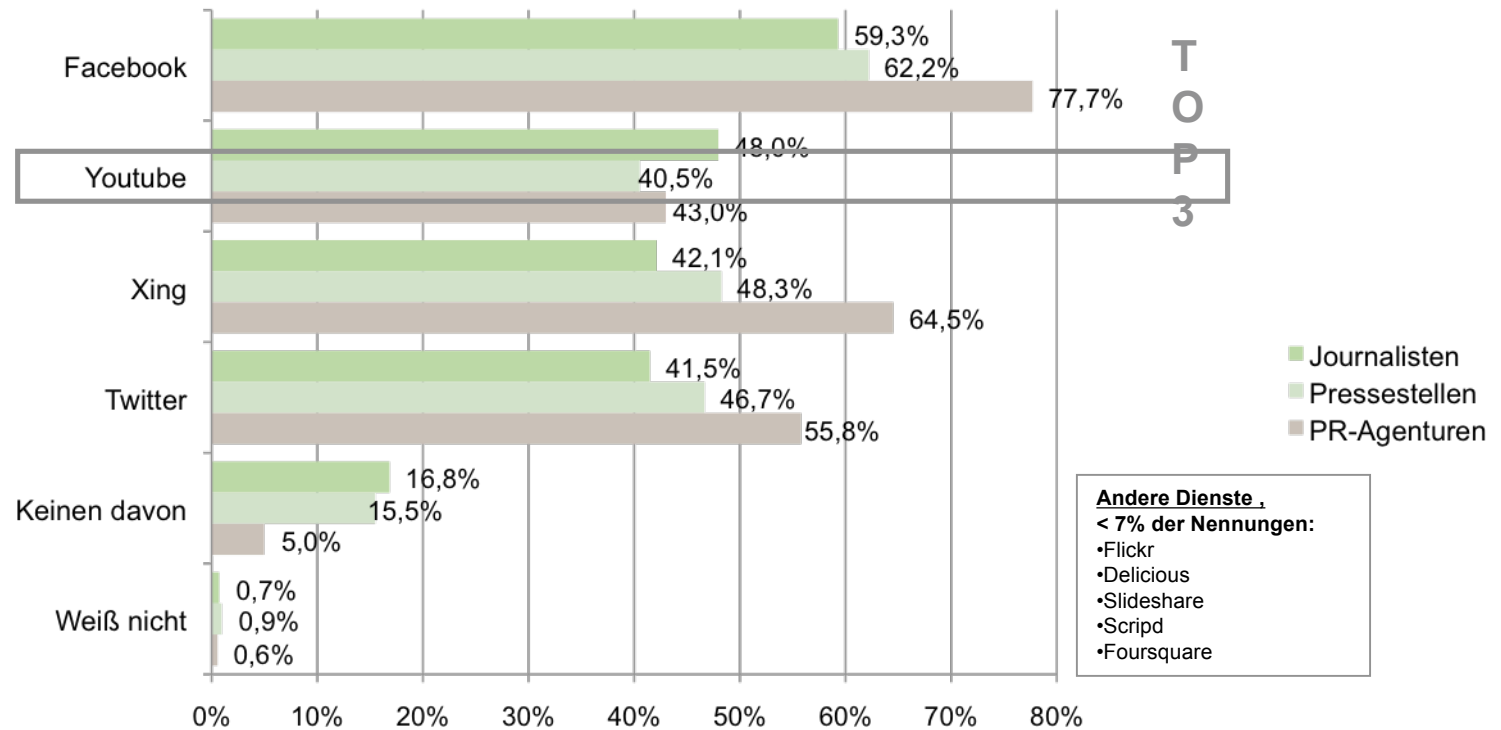
---

---

## Persönlicher Umgang mit Social Media

## Social Media in Unternehmen, PR-Agenturen und Redaktionen

Welche drei Social Media-Dienste nutzen Sie persönlich am meisten für Ihre Arbeit?



Journalisten N = 1.835, maximal drei Nennungen möglich: 3.985  
 Pressestellen N = 2.002, maximal drei Nennungen möglich: 4.460  
 PR-Agenturen N = 905, maximal drei Nennungen möglich: 2.355

## Social Media in Unternehmen, PR-Agenturen und Redaktionen

Welche drei Social Media-Dienste nutzen Sie persönlich am meisten für Ihre Arbeit? (Journalisten)

	Sampleaufteilung nach Medienbereich							
	Gesamt	Durchschnitt*	Tageszeitung	Zeitschrift	Rundfunk	Pressebüro	Online und Multimedia	Nachrichten-agentur
N =	1.835	1.737	318	722	199	59	336	48
Facebook	59,3%	59,9%	58,5%	53,6%	59,3%	54,2%	78,6%	62,5%
Youtube	48,0%	48,0%	48,1%	43,2%	62,8%	45,8%	51,2%	52,1%
Xing	42,1%	42,5%	25,8%	48,9%	28,6%	62,7%	47,3%	45,8%
Twitter	41,5%	42,1%	41,2%	31,4%	33,2%	30,5%	72,0%	52,1%
Keinen davon	16,8%	16,8%	22,3%	19,5%	16,6%	13,6%	6,0%	8,3%
Weiß nicht	0,7%	0,5%	0,9%	0,0%	1,0%	1,7%	0,3%	0,0%

**Andere Dienste**,  
**< 7% der Nennungen:**

- Flickr
- Delicious
- Slideshare
- Scripd
- Foursquare

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt  
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt  
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

\* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung, ohne „Weiß nicht/Keine Angabe“.

---

---

## Statistik

## Statistik

In welcher Position sind Sie tätig?

Journalisten	%	Pressestellen	%	Agenturen	%
Freier Journalist	22,5%	Leiter(in) Unternehmenskommunikation	31,2%	Eigentümer(in)	24,0%
Leitende/-r Redakteur/-in	33,8%	Pressesprecher(in)	37,8%	Geschäftsleiter(in)	10,2%
Redakteur/-in mit mehr als 2 Jahren Berufserfahrung	33,8%	Sachbearbeiter(in)	21,5%	Partner(in)	2,5%
Redakteur/-in mit bis zu 2 Jahren Berufserfahrung	4,1%	Assistent(in)	7,3%	Seniorberater(in)	17,0%
Volontär/-in	2,0%	Volontär(in)	1,6%	PR-Berater(in)	26,4%
Sonstige*	3,8%	Praktikant(in)	0,6%	Juniorberater(in)	13,7%
				Volontär(in)	5,1%
				Praktikant(in)	1,0%

\***Sonstige** : z.B. Inhaber, Geschäftsführer, Assistent/-in

Journalisten N = 1.738  
Pressestellen N = 1.882  
PR-Agenturen N = 863



## Statistik

Wie lange arbeiten Sie bereits im journalistischen Bereich?

Journalisten	%
Unter einem Jahr	0,8%
1-5 Jahre	15,0%
6-10 Jahre	16,0%
11-15 Jahre	22,2%
16-20 Jahre	15,4%
Über 20 Jahre	30,2%

Journalisten N = 1.737

## Statistik

Wie groß ist Ihr Unternehmen in Deutschland?

<b>Pressstellen</b>	<b>%</b>	<b>Agenturen</b>	<b>%</b>
Weniger als 50 Mitarbeiter	29,3%	1 Mitarbeiter	8,5%
51 bis 200 Mitarbeiter	24,3%	2 bis 5 Mitarbeiter	25,4%
201 bis 500 Mitarbeiter	11,7%	6 bis 10 Mitarbeiter	19,1%
501 bis 1.000 Mitarbeiter	8,7%	11 bis 50 Mitarbeiter	30,7%
1.001 bis 5.000 Mitarbeiter	14,2%	51 bis 100 Mitarbeiter	8,4%
Mehr als 5.000 Mitarbeiter	11,8%	Mehr als 100 Mitarbeiter	7,8%

Pressstellen N = 1.902  
PR-Agenturen N = 869

## Statistik

Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen an? (Pressestellen) Bitte geben Sie an, in welchem Medienbereich Sie arbeiten. (Journalisten)

<b>Journalisten</b>	<b>%</b>	<b>Pressestellen</b>	<b>%</b>
Tageszeitung	18,3%	Dienstleistung (ohne Handel)	44,7%
Zeitschrift	41,6%	Verwaltung oder Verband	30,8%
Rundfunk	11,5%	Produzierendes Gewerbe	16,4%
Pressebüro	3,4%	Handel	8,1%
Online und Multimedia	19,3%		
Nachrichtenagentur	2,8%		

Journalisten N = 1.737, N = 55 „Keine Angabe“  
Pressestellen N = 1.902

## Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

- Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
- Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung von Faktenkontor.
- Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

### **Kontakt:**

news aktuell GmbH  
Jens Petersen  
Head of Media Communications  
Mittelweg 144  
20148 Hamburg  
Telefon: +49 (0)40 4113-32843  
Telefax: +49 (0)40 4113-32876  
Petersen@newsaktuell.de

Faktenkontor GmbH  
Jörg Forthmann  
Normannenweg 30  
20537 Hamburg  
Telefon: +49 (0)40 253185 - 111  
Telefax: +49 (0)40 253185 - 499  
Joerg.Forthmann@faktenkontor.de