

PR-Trendmonitor

Reputationsmanagement

Januar 2016

PR-Trendmonitor: Inhalt

Untersuchungsansatz

Seite 3

Themenschwerpunkte

Reputationsmanagement

Seite 5

Statistik

Seite 20

Untersuchungsansatz

PR-Trendmonitor: Untersuchungsansatz

Der PR-Trendmonitor stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung dar, die von der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor durchgeführt wurde. Dabei wurde untersucht, welche Bedeutung das Thema Reputationsmanagement und -kommunikation für Unternehmen hat.

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 verwenden können.

Kontakt: info@faktenkontor.de

Untersuchungsdesign:

Als Methode wurde eine Internetbefragung gewählt.

Zielgruppe:

Mitarbeiter von Pressestellen und PR-Agenturen

Befragungszeitraum:

Die Daten sind im September und Oktober 2015 erhoben worden.

Teilnehmer:

513 Mitarbeiter aus PR-Agenturen und Pressestellen verschiedener Unternehmen. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.

Reputationsmanagement