

PR-Trendmonitor

**Influencer für die Kommunikation, Social Web und Social Media,
internationale PR, junge Talente, Gehalt**

April 2016

PR-Trendmonitor: Inhalt

Untersuchungsansatz Seite 3

Themenschwerpunkte

Wichtigste Influencer für die Kommunikation Seite 5

Bestes Echo im Social Web Seite 12

Social Media in Pressestellen und PR-Agenturen Seite 17

Fallstricke der internationalen PR Seite 31

Junge Talente in der Kommunikationsbranche Seite 36

Gehalt in Pressestellten und PR-Agenturen Seite 41

Statistik Seite 53

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.

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

Untersuchungsdesign:

Als Methode wurde eine Internetbefragung gewählt.

Zielgruppe:

Mitarbeiter von Pressestellen und PR-Agenturen

Befragungszeitraum:

Die Daten sind im März 2016 erhoben worden.

Teilnehmer:

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

Wichtigste Influencer für die Kommunikation