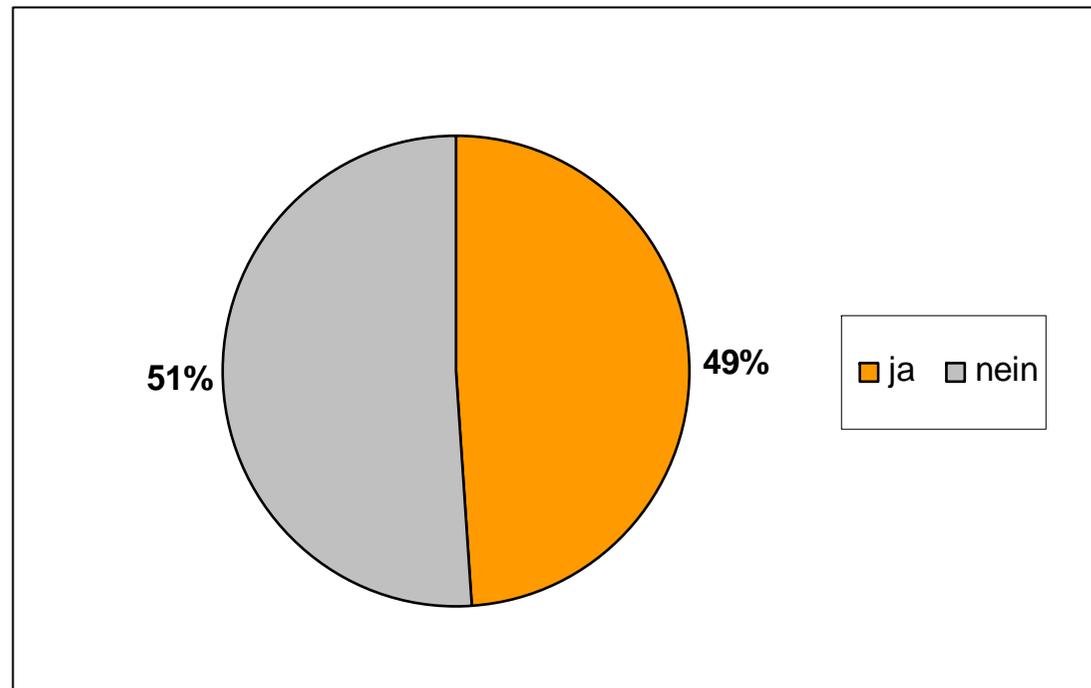


# **PR-Barometer** *Münsterland*

## Ergebnisse

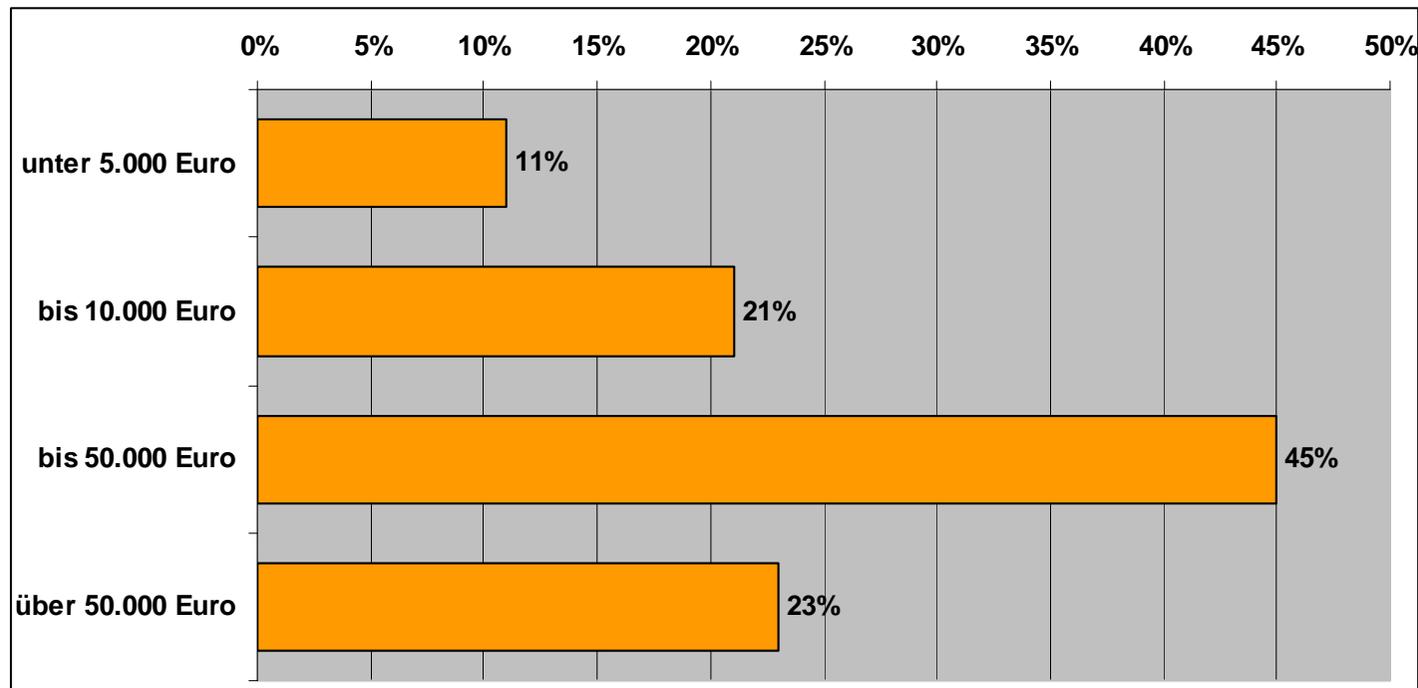
- Weniger als die Hälfte der befragten Unternehmen im Münsterland betreibt Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.
- Die Aufgaben werden überwiegend von der Abteilung Werbung/Marketing wahrgenommen, nur etwa ein Fünftel verfügt über eine eigene Abteilung Kommunikation.
- In den meisten Unternehmen ist nur ein Mitarbeiter (Vollzeit oder Teilzeit) im Bereich Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beschäftigt.
- Die überwiegende Mehrheit der Mitarbeiter hat sich durch mehrjährige Berufserfahrung und/oder ein Hochschulstudium für den Beruf qualifiziert, eine journalistische Ausbildung haben nur gut ein Fünftel.
- Die meisten der befragten Unternehmen verfolgen mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit langfristige Ziele wie Imagebildung und eine Steigerung des Bekanntheitsgrades.
- Obwohl die überwiegende Zahl der Unternehmen auf überregionalen Märkten tätig ist, zielen die PR-Aktivitäten in erster Linie auf lokale und regionale Medien.

## Betreiben Unternehmen im Münsterland Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?



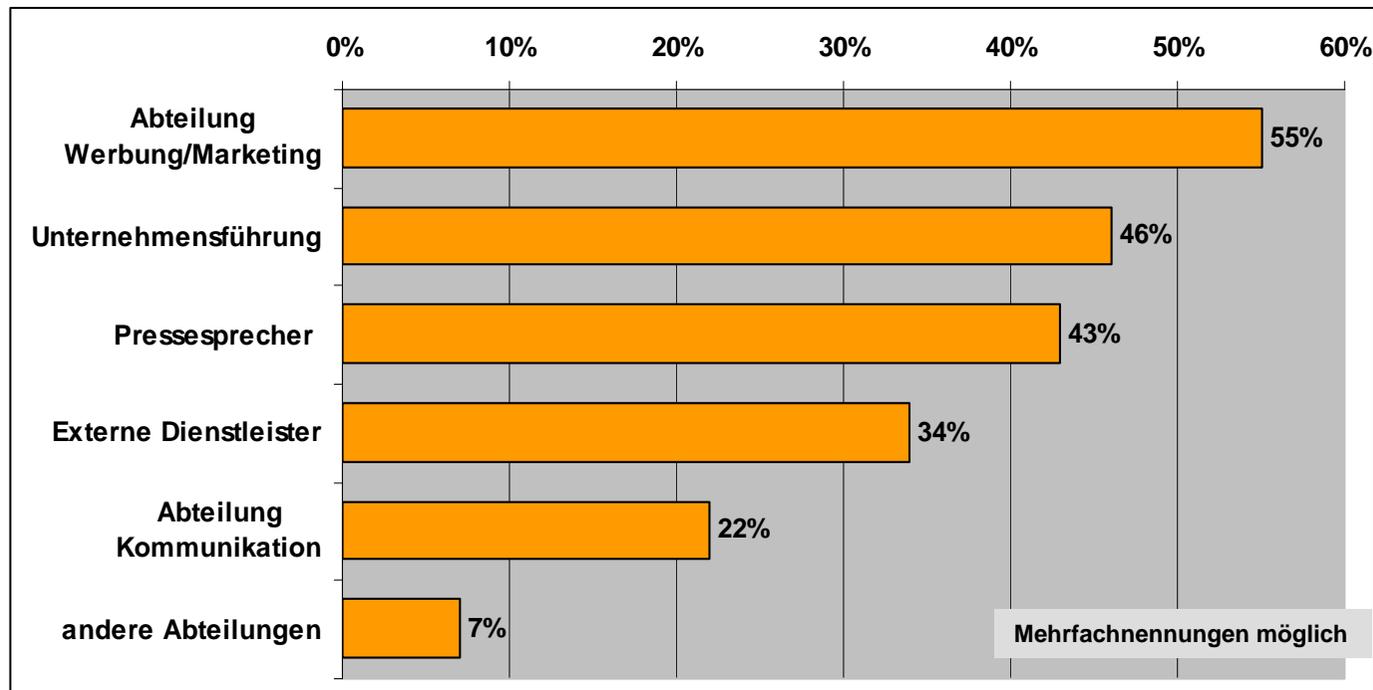
- Nachholbedarf: Weniger als die Hälfte der befragten Unternehmen im Münsterland betreibt Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Wie hoch ist das Budget, das jährlich für Kommunikationsaktivitäten ausgegeben wird?



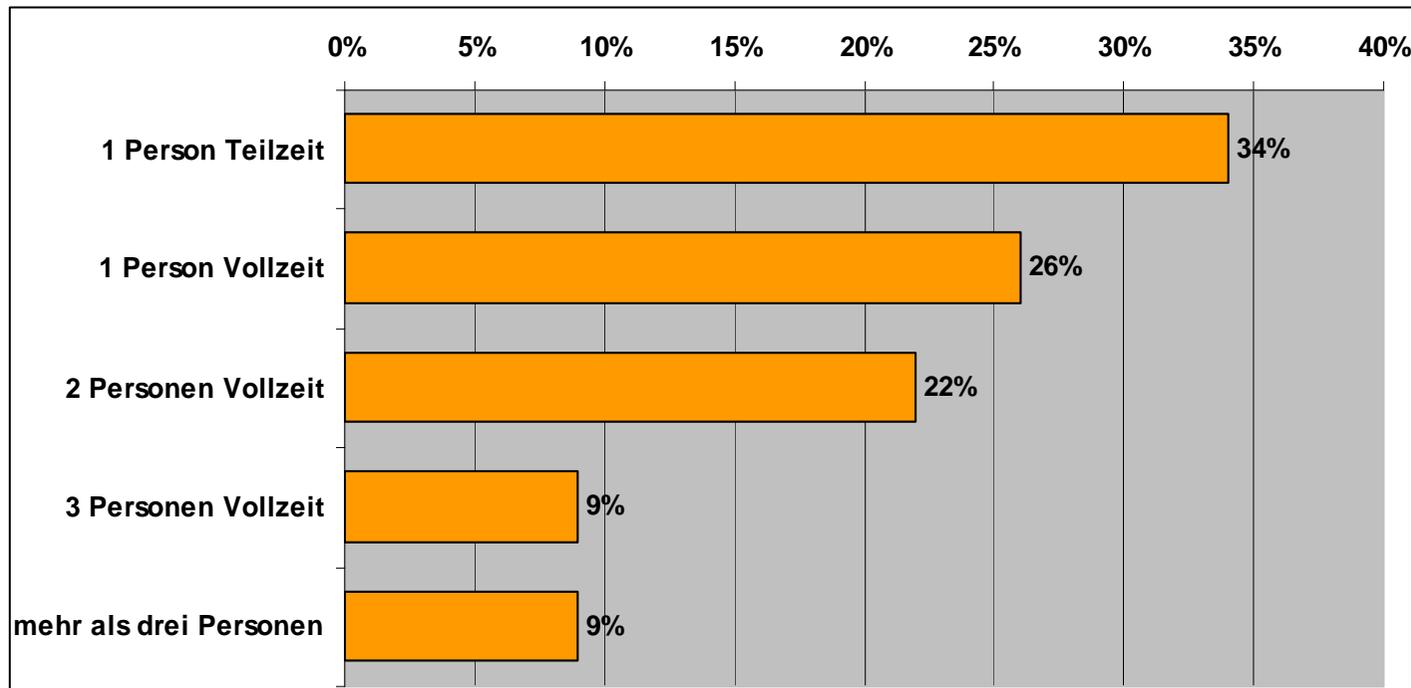
- Eine Frage des Geldes: Die deutliche Mehrheit der Unternehmen, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betreibt, stellt dafür jährlich bis zu 50.000 Euro zur Verfügung.

## Wer betreibt Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?



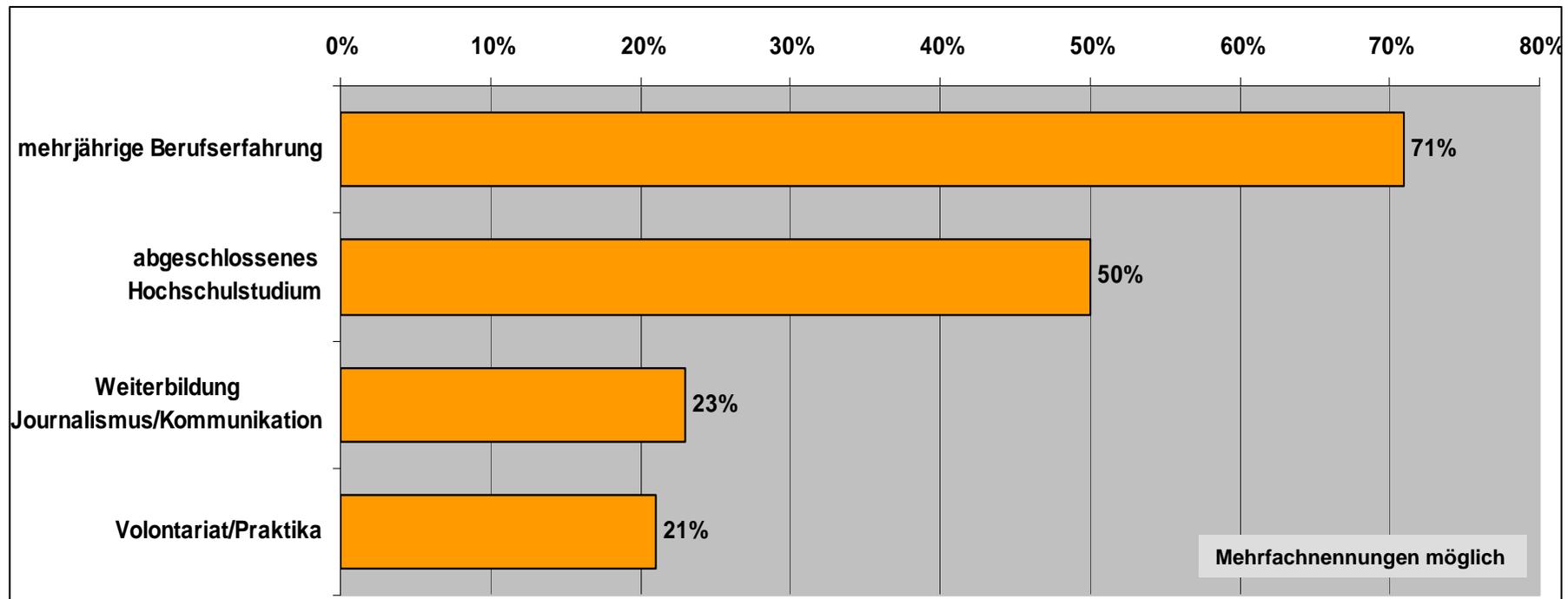
- Wenig Eigenständigkeit: Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ist bei mehr als der Hälfte der befragten Unternehmen Bestandteil der Abteilung Werbung/Marketing.

## Wie viele Mitarbeiter betreiben in den Unternehmen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit?



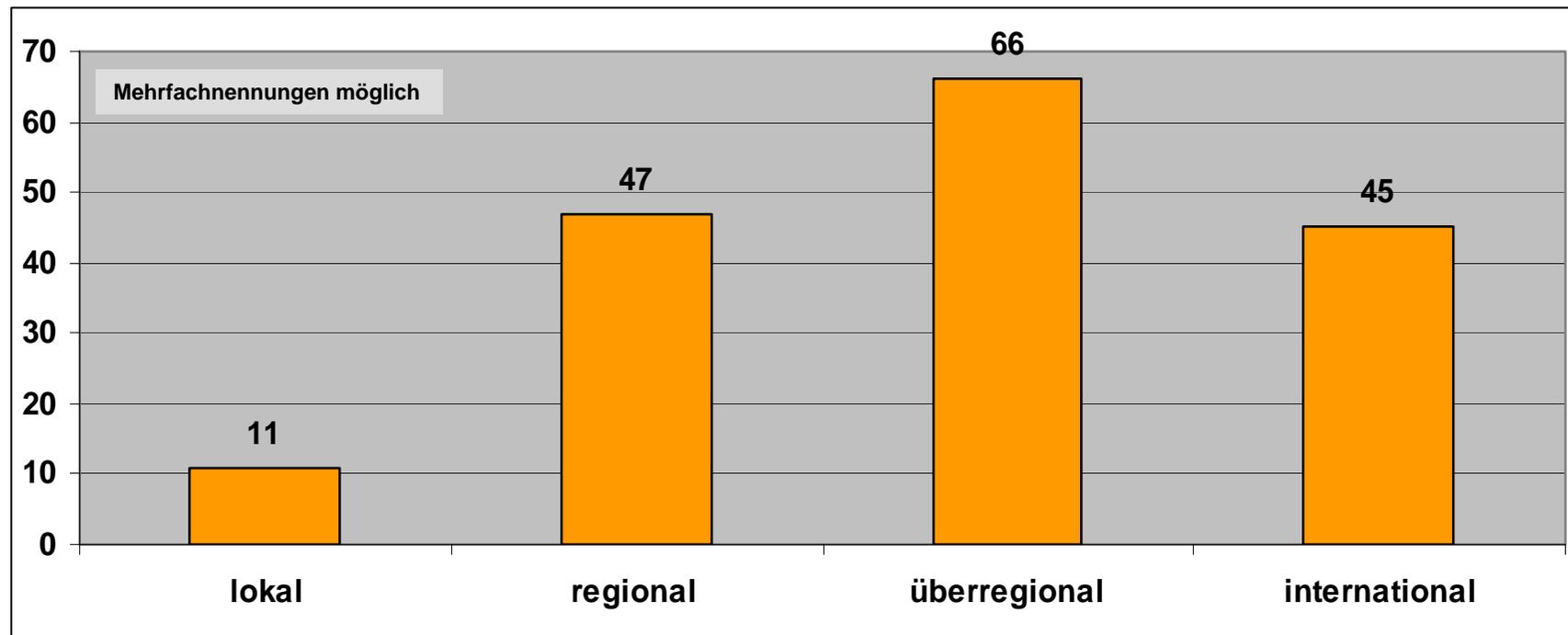
- Einzelkämpfer: In 60 Prozent der befragten Unternehmen betreibt nur eine Person (Vollzeit oder Teilzeit) Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

Über welche Qualifikationen verfügen die mit der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betrauten Mitarbeiter?



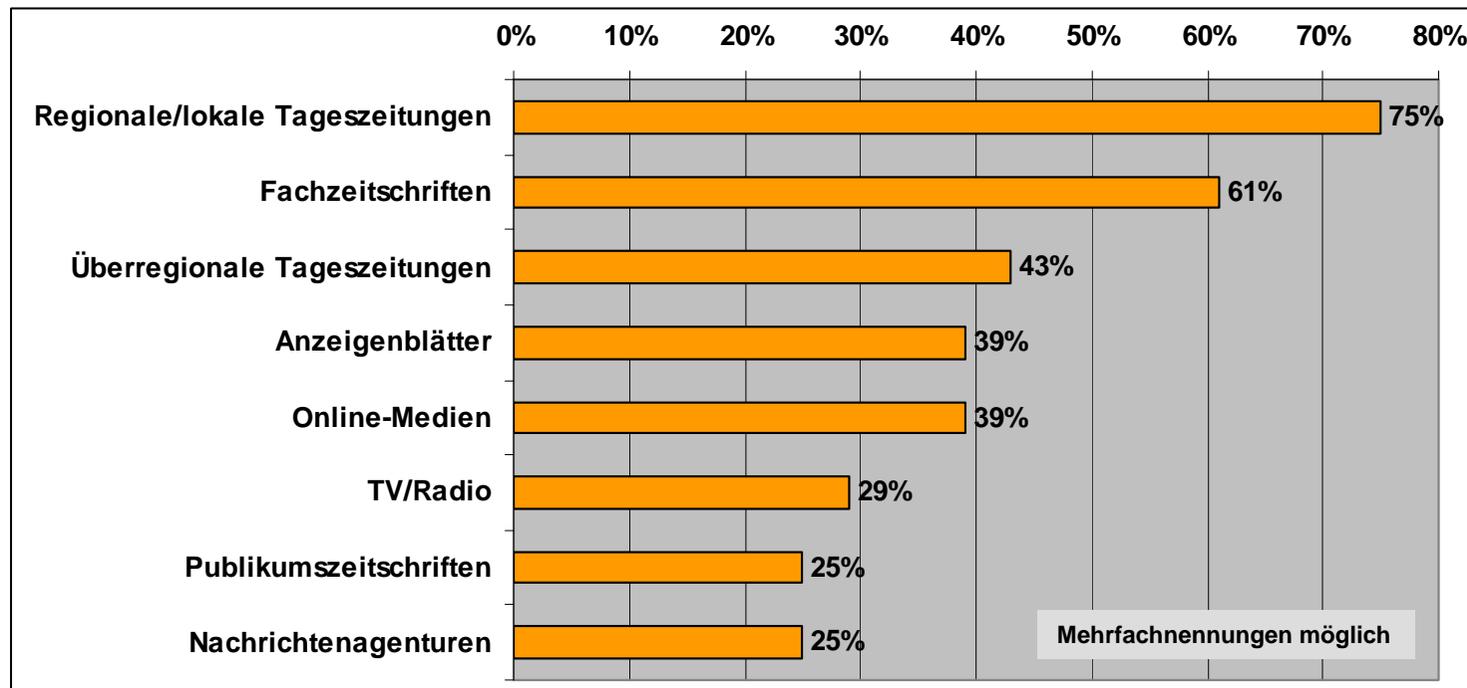
- Kaum fachspezifische Ausbildung: Der Großteil der mit Presse- und Öffentlichkeitsarbeit betrauten Mitarbeiter kann auf eine langjährige Berufserfahrung zurückblicken, über eine fachspezifische journalistische oder PR-Ausbildung verfügt nur eine Minderheit.

## Wo liegen die Zielmärkte münsterländischer Unternehmen?



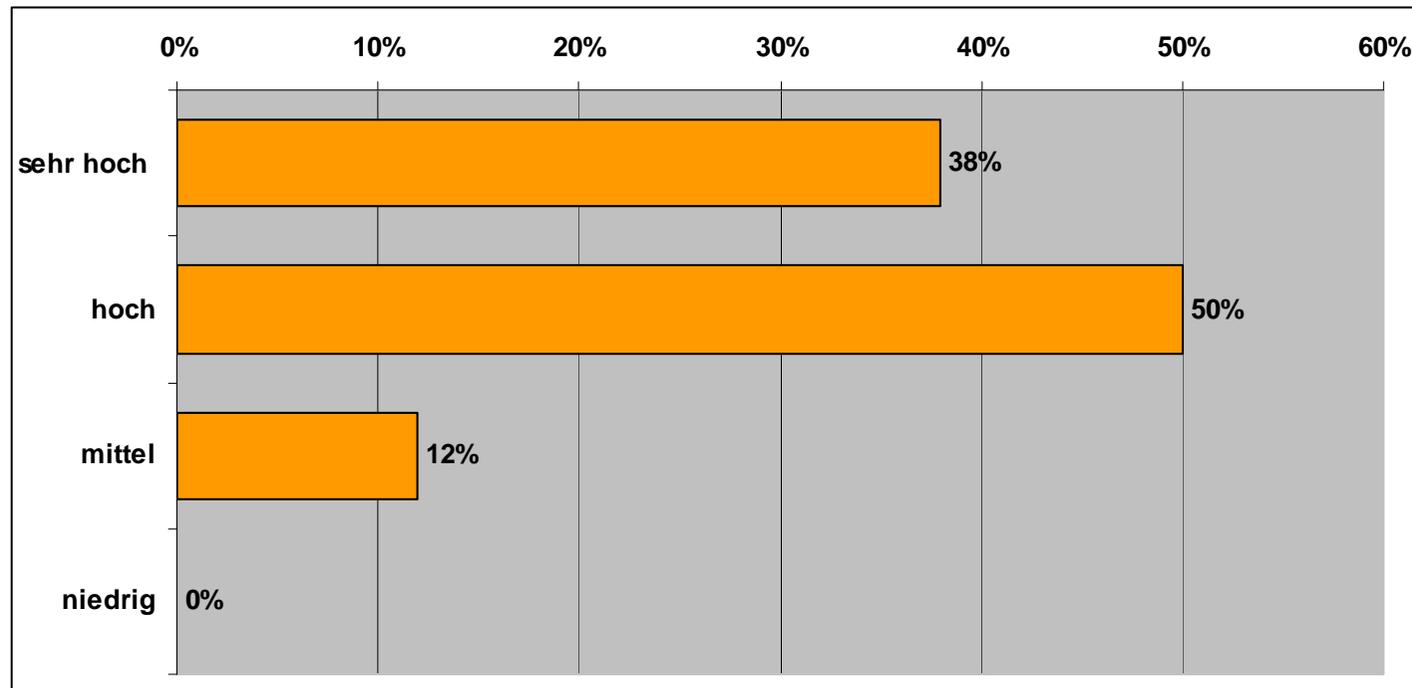
- Überregionale Orientierung: Die Mehrzahl der befragten Unternehmen ist bundesweit aktiv.

Welche Medien möchten die Unternehmen im Münsterland mit ihrer Kommunikation erreichen?



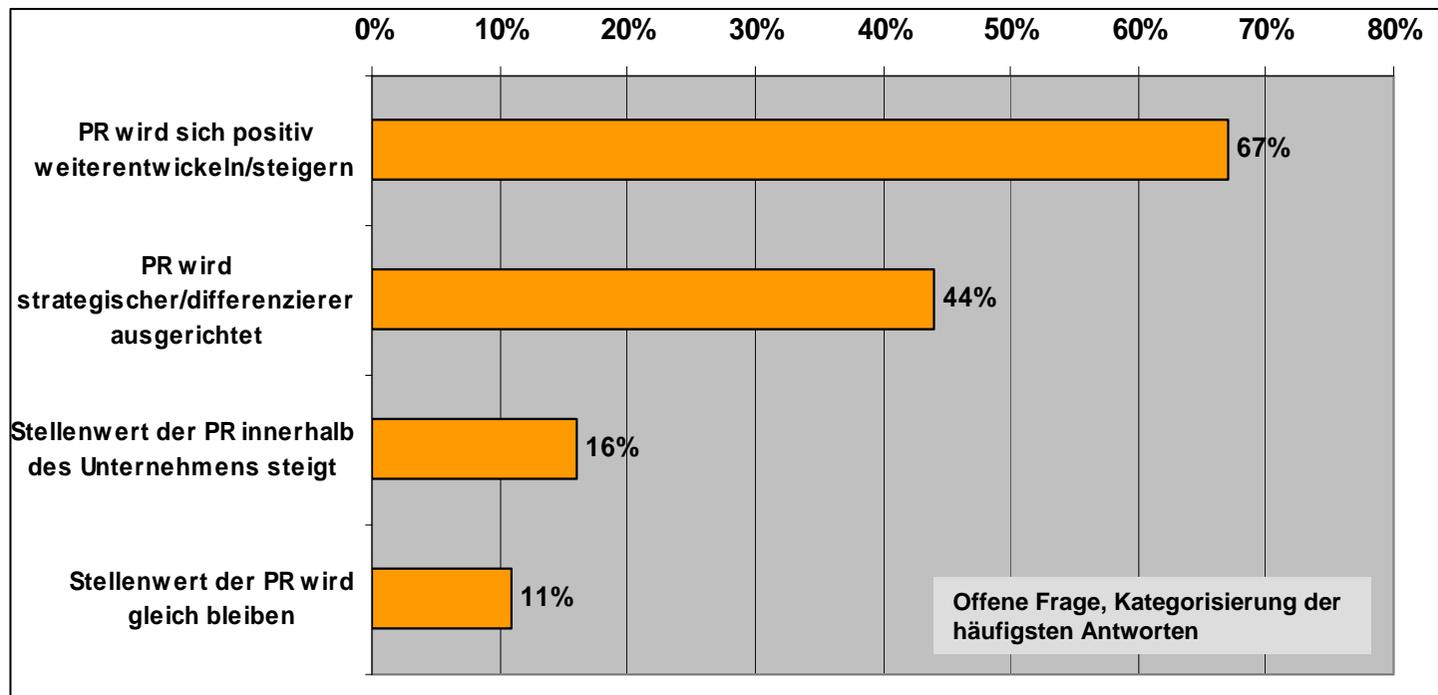
- Regionale Tageszeitungen bevorzugt: Trotz der überregionalen Zielmärkte wollen münsterländische Unternehmen vor allem regionale oder lokale Medien erreichen. Printmedien wird der Vorzug vor Rundfunk-, TV- oder Onlinemedien gegeben.

Wie schätzen die Befragten die Bedeutung von Kommunikationsarbeit für ihr Unternehmen ein?



- Wert erkannt: Die Mehrzahl der befragten Unternehmen schätzt die Bedeutung von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hoch bzw. sehr hoch ein.

Welche Entwicklung der Kommunikationsaktivitäten erwarten die befragten Unternehmen in den nächsten fünf Jahren?



- Positive Entwicklung: Die Mehrzahl der befragten Unternehmen erwartet eine Bedeutungszunahme der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

- Gegenstand der Untersuchung: Befragt wurden 137 Unternehmen im Münsterland mit mehr als 50 Mitarbeitern
- Durchführung: Erhebung per Fragebogen und online
- Zeitraum: März bis April 2008



Hafenstraße 64  
48153 Münster

Tel: 0251/6255 61 10  
Fax: 0251/6255 61 19

[www.sputnik3000.de](http://www.sputnik3000.de)  
[info@sputnik3000.de](mailto:info@sputnik3000.de)