

## PR genießt die höchste Glaubwürdigkeit in der Unternehmenskommunikation

### Uni-Studie ermittelt große Relevanzwerte für Public Relations

**Reichenberg, im März 2008.** Eine gute Nachricht für alle Pressesprecher, Öffentlichkeitsarbeiter und Kommunikationsagenturen: Im Vergleich mit den traditionellen Marketinginstrumenten haben Public Relations (PR) Spitzenwerte in den Kategorien Glaubwürdigkeit, Wichtigkeit und Nutzungshäufigkeit erzielt. Im Rahmen einer wissenschaftlichen Studie des Lehrstuhls für Marketing an der Julius-Maximilians-Universität Würzburg wurden dazu mehr als 100 mittelständische Firmen (bis 1000 Mitarbeiter) befragt. Im Auftrag der deutsche journalisten dienste GmbH (djd), dem Pressedienst für Verbrauchertemen, beleuchtete die Studie die kommunikationspolitischen Aktivitäten in bundesweit tätigen Unternehmen.

Auf einer Skala von 1 (absolut unwichtig bzw. unglaubwürdig) bis 6 (absolut wichtig bzw. glaubwürdig) erreichte PR im Schnitt einen Wert von 5,31 im Bereich „Wichtigkeit“ und 4,69 in der Kategorie „Glaubwürdigkeit“. Maßnahmen der Verkaufsförderung bewerteten die Unternehmen mit 4,50 bzw. 4,55 Punkten. Auf dem dritten Platz folgt Direktkommunikation (4,32/3,66), erst danach die klassische Werbung (4,28/3,68). Die wenigsten Nennungen erzielte das Sponsoring: Hier vergaben die Firmen nur 3,18 Punkte für die „Wichtigkeit“ und immerhin noch 3,42 für die „Glaubwürdigkeit“.

Etwas andere Prioritäten setzten die Firmen bei der Frage nach der tatsächlichen Nutzung des Marketinginstrumentariums. Auf einer Skala von 1 (nie) bis 6 (mehr als zweimal im Monat) hat die PR (4,64) auch in dieser Kategorie die Nase vorn, dicht gefolgt von Verkaufsförderung (3,73) und der klassischen Werbung (3,71). Am wenigsten genutzt wird das Event Marketing (2,25), was einer Häufigkeit von nur zwei- bis dreimal jährlich entspricht. Messen und

 **djd**  
deutsche journalisten  
dienste GmbH

Bahnhofstraße 44  
D-97234 Reichenberg

Telefon 0931 60099 0  
Fax 0931 60099 44

Internet [www.djd.de](http://www.djd.de)  
E-Mail [info@djd.de](mailto:info@djd.de)

Geschäftsführer Uwe Still  
HR Würzburg B 5314

Bankverbindung  
VR-Bank Würzburg  
Konto 1270168  
BLZ 790 900 00

USt. ID DE176952629

Ausstellungen landeten in allen Kategorien auf einem Platz im Mittelfeld. Als spezialisierter Dienstleister für Produkt-PR und die mediale Ansprache breiter Zielgruppen interessierte djd natürlich, in welchem Umfang sich die Unternehmen auf verbraucherorientierte Pressearbeit stützen. Fast 81 Prozent gaben an, dieses Kommunikationsinstrument zu kennen, immerhin 62 Prozent nutzen es. Dreiviertel aller Unternehmen beurteilten die verbraucherorientierte Pressearbeit gar als „wichtig“ bzw. „absolut wichtig“. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen plant, das Engagement in diesem Bereich in nächster Zeit auszubauen, was alle Agenturen mit der Zielgruppe Verbraucher sicher gerne vernehmen.

Weitere Infos zur Studie gibt es bei:

Jens Guder  
Tel. 0931/60099-19 - Fax /60099-44  
E-Mail [guder@djd.de](mailto:guder@djd.de)  
Internet: [www.djd.de](http://www.djd.de) + [www.presstreff.de](http://www.presstreff.de)

 **djd**  
**deutsche journalisten**  
**dienste GmbH**

Bahnhofstraße 44  
D-97234 Reichenberg

Telefon 0931 60099 0  
Fax 0931 60099 44

Internet [www.djd.de](http://www.djd.de)  
E-Mail [info@djd.de](mailto:info@djd.de)

Geschäftsführer Uwe Still  
HR Würzburg B 5314

Bankverbindung  
VR-Bank Würzburg  
Konto 1270168  
BLZ 790 900 00

USt. ID DE176952629