

Ergebnisse der Umfrage zum Thema „Mobile in der PR-Branche“

1.: Welche Faktoren sind ausschlaggebend, ob Sie mobile Elemente (Apps, Games, Webdesign, etc.) in eine PRKommunikationskampagne integrieren?

- | | |
|--|-----|
| 1. Bestimmte Zielgruppe kann direkt angesprochen werden: | 61% |
| 2. Neue Zielgruppen können erschlossen werden: | 56% |
| 3. Junge, technikbegeisterte Menschen können besser erreicht werden: | 57% |
| 4. Kommunikationsziele können insgesamt besser umgesetzt werden: | 30% |
| 5. Höhe meines Budgets: | 48% |
| 6. Technisches und strategisches Know-how: | 24% |
| 7. Weiß nicht: | 5% |

2.: Planen Sie für 2013 den Ausbau ihrer mobilen PR-Kampagnen?

- | | |
|----------------|-----|
| 1. Ja: | 47% |
| 2. Nein: | 23% |
| 3. Weiß nicht: | 30% |

3.: Wie viel Prozent Ihres Budgets planen 2013 Sie für mobile PR-Kampagnen ein?

- | | |
|------------------|-----|
| 1. Angabe in %: | 30% |
| 2. Keine Angabe: | 43% |
| 3. Weiß nicht: | 27% |

4.: Welche Kampagneninhalte bereiten Sie für die mobile Verwendung auf?

- | | |
|----------------|-----|
| 1. Text: | 52% |
| 2. Bild: | 52% |
| 3. Video: | 36% |
| 4. Audio: | 7% |
| 5. Alle: | 25% |
| 6. Weiß nicht: | 18% |

5.: Beschäftigen Sie interne oder externe Fachleute für die Umsetzung von mobilen Inhalten?

- | | |
|-----------------------|-----|
| 1. Interne Fachleute: | 30% |
| 2. Externe Fachleute: | 50% |
| 3. Gar keine: | 11% |
| 4. Weiß nicht: | 9% |