

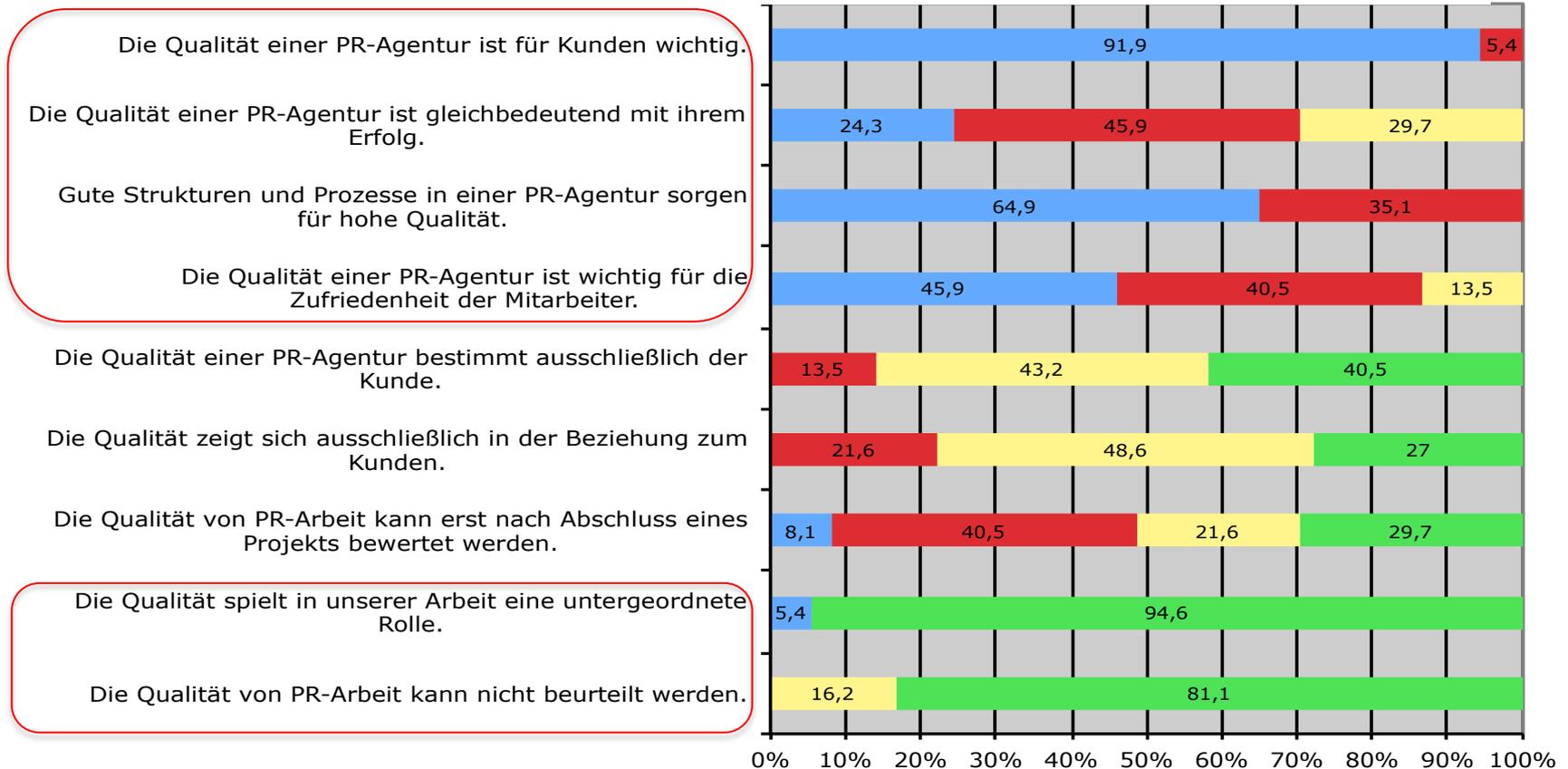


PR-Qualität ist messbar

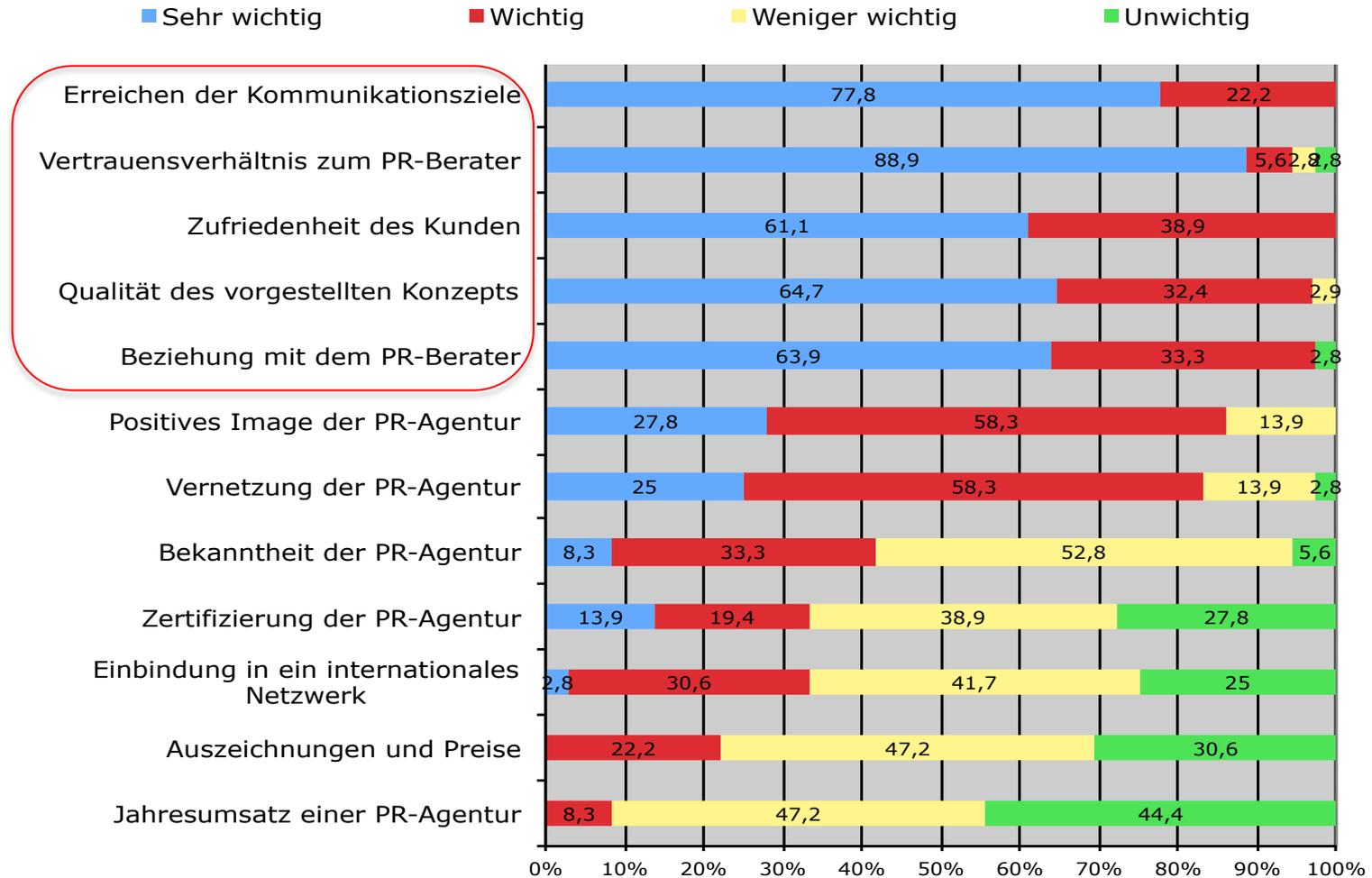
Oder: Der Versuch, einen Pudding an
die Wand zu nageln

Wie bewerten Agenturen einzelne Aussagen zu PR-Qualität?

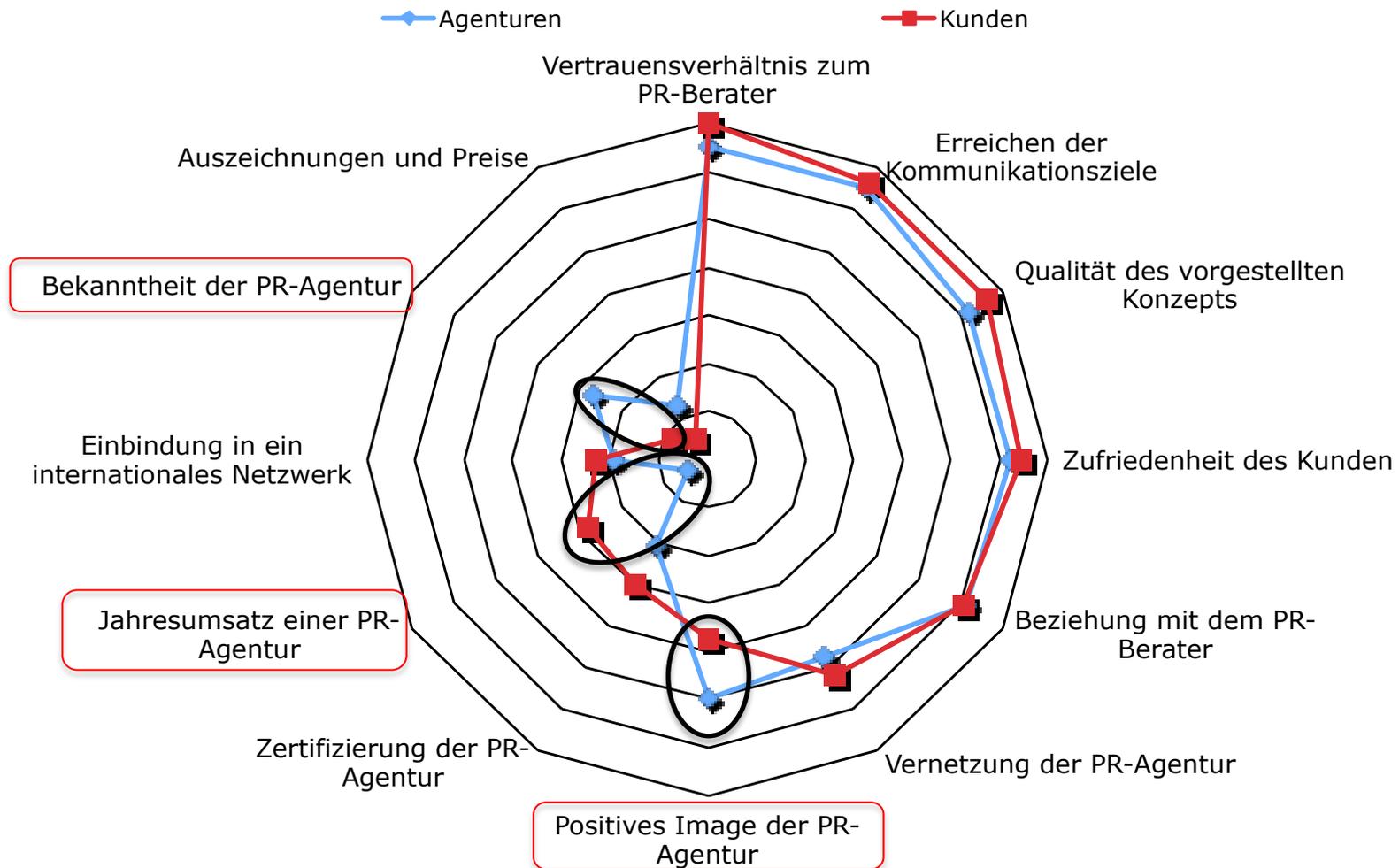
■ Stimme voll zu ■ Stimme eher zu ■ Stimme weniger zu ■ Stimme gar nicht zu



Die wichtigsten Qualitätskriterien für Agenturen

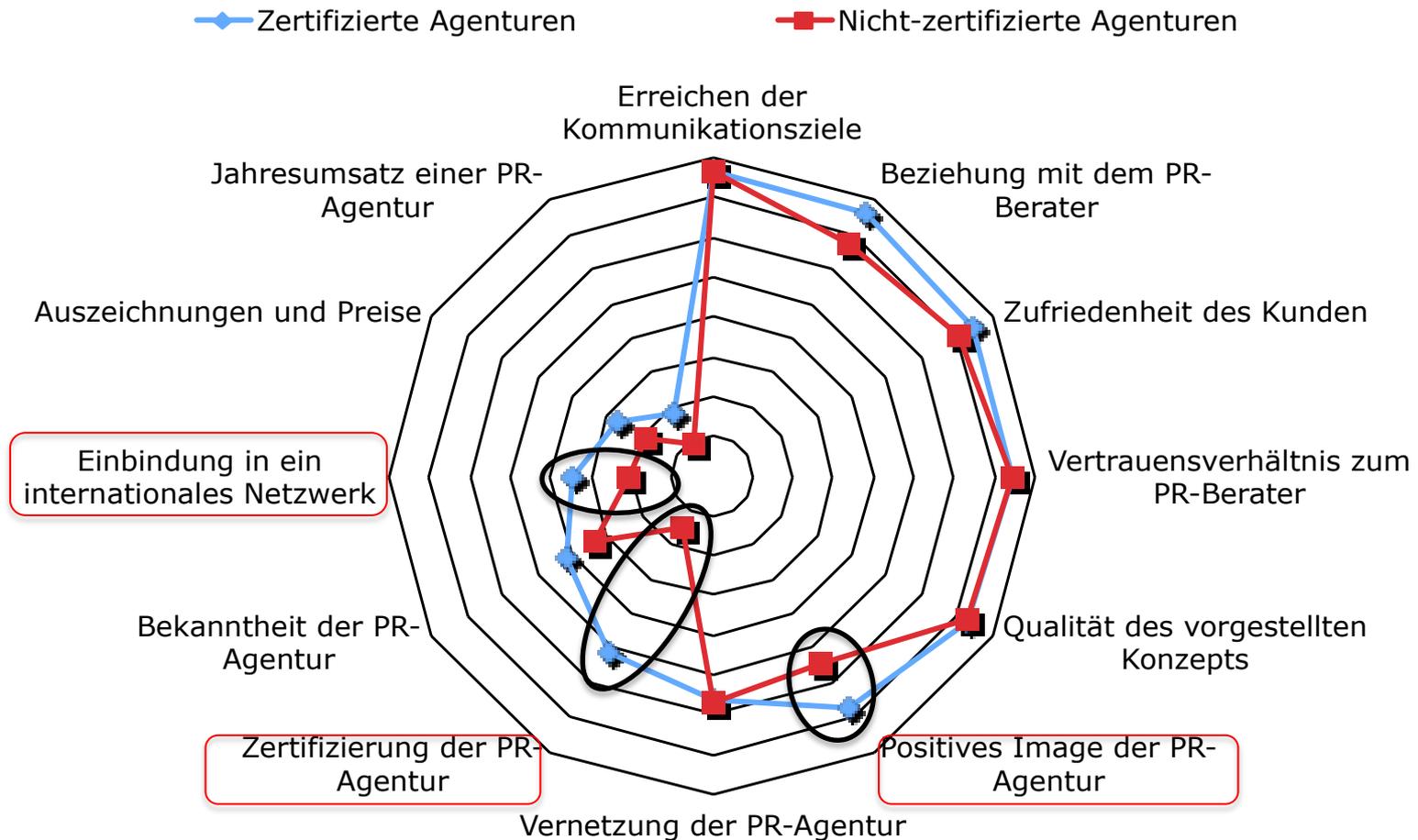


Unterschiede in der Bewertung von Qualitätskriterien zwischen Agenturen und Kunden



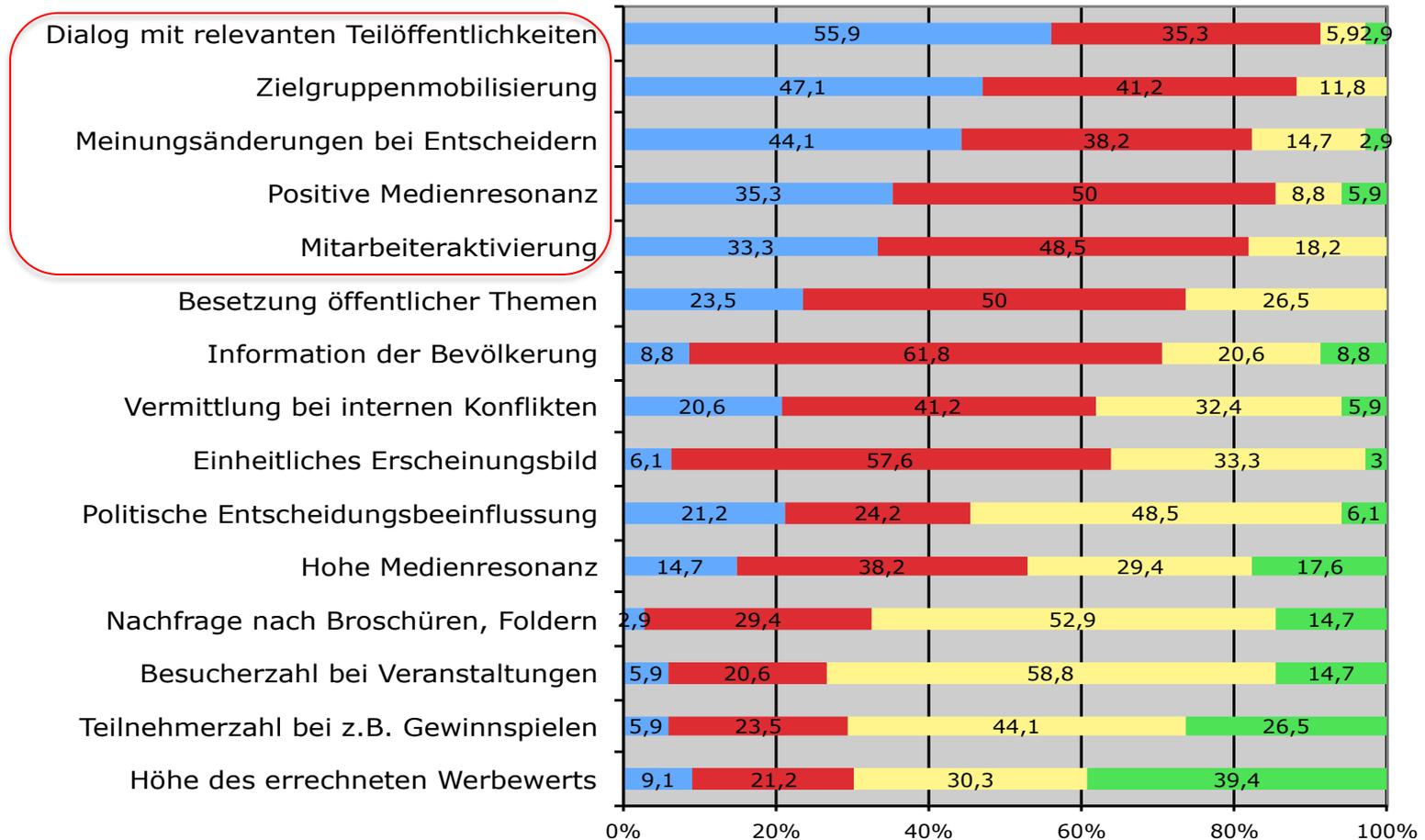
Erhebungszeitraum: 4.-30. Juli 2011, n=36 Agenturen, 11 Kunden

Wie schätzen zertifizierte und nicht-zertifizierte Agenturen einzelne Qualitätskriterien ein?

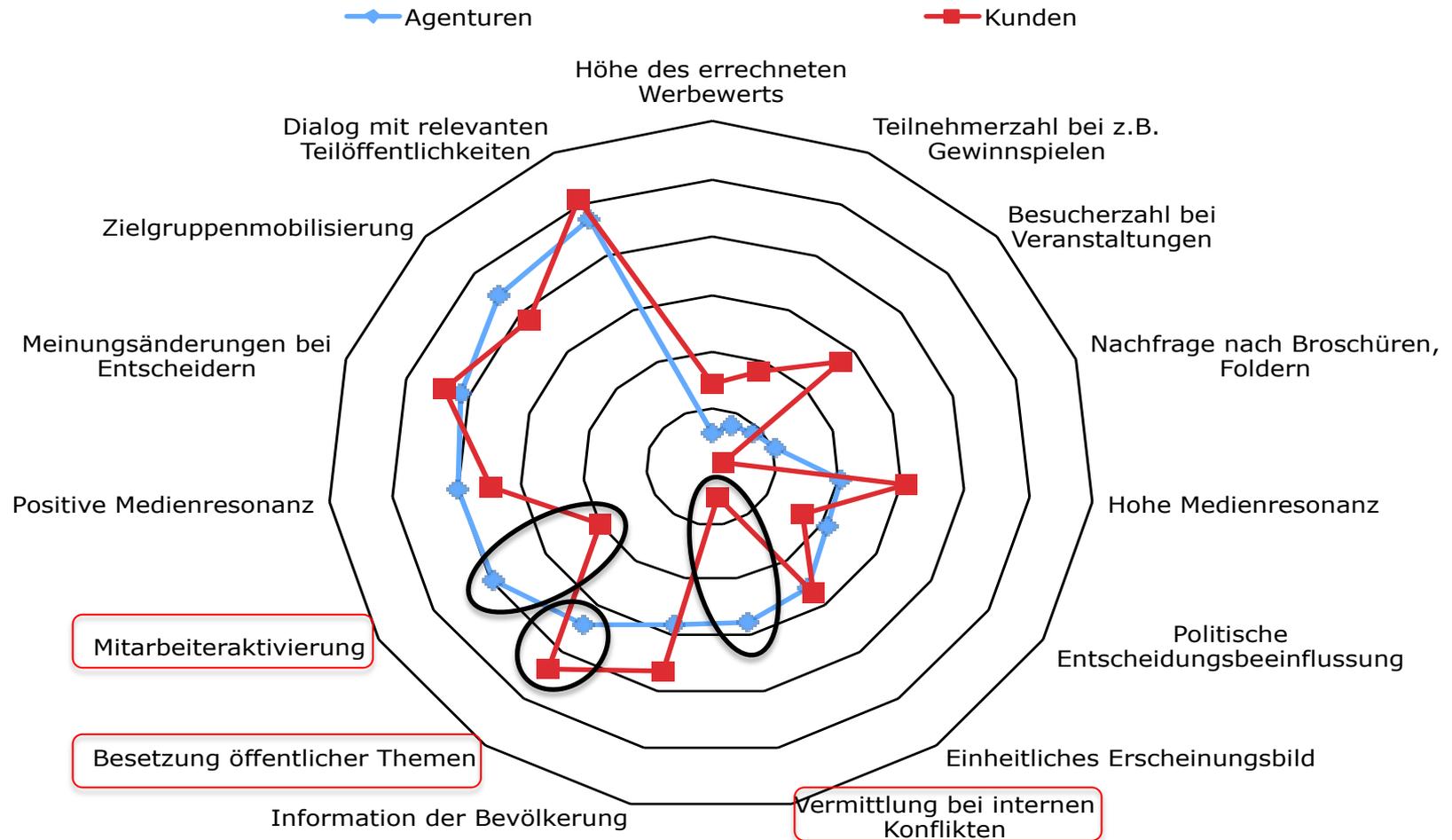


Die wichtigsten Erfolgskriterien für Agenturen

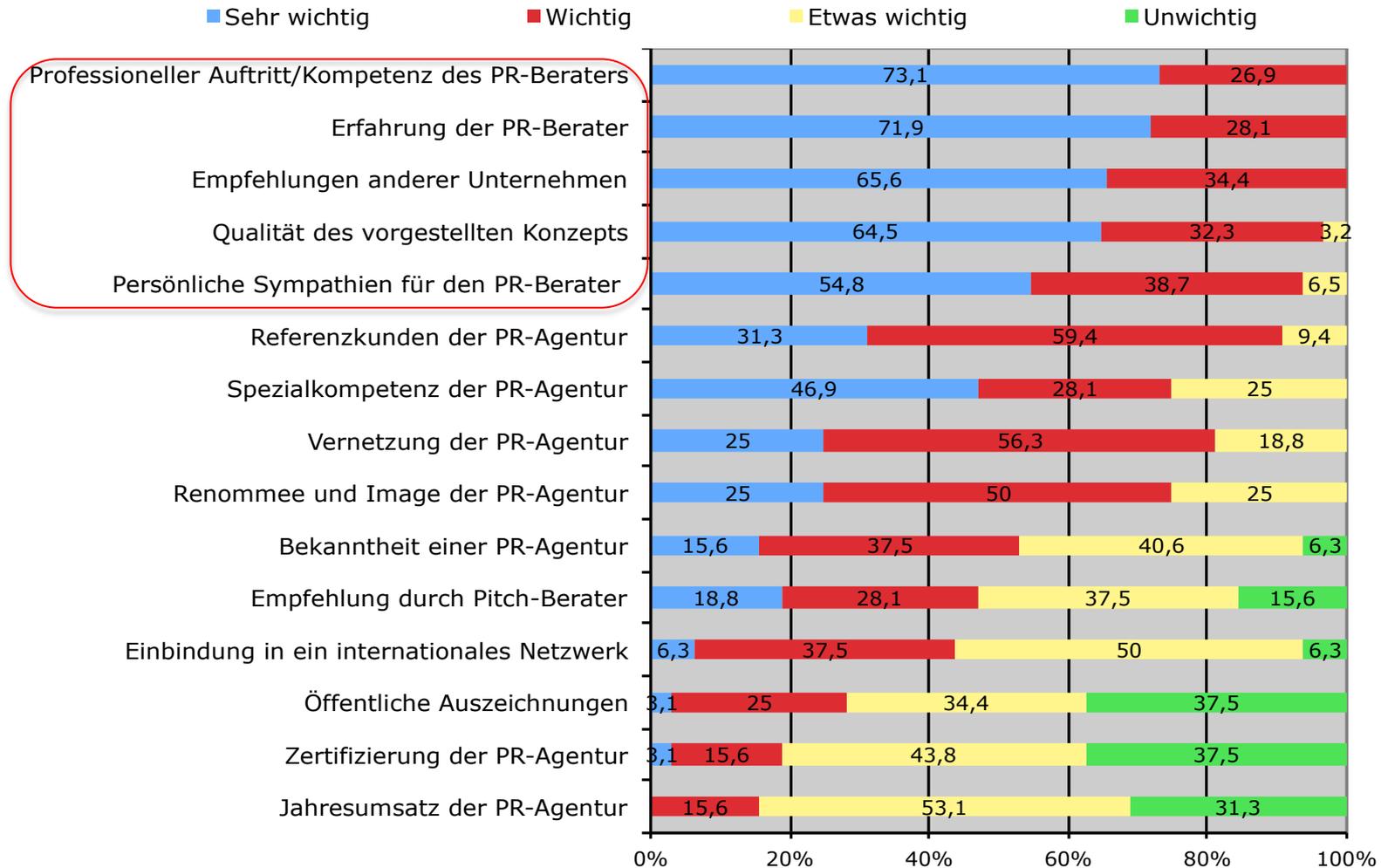
■ Sehr aussagekräftig ■ Aussagekräftig ■ Wenig aussagekräftig ■ Nicht aussagekräftig



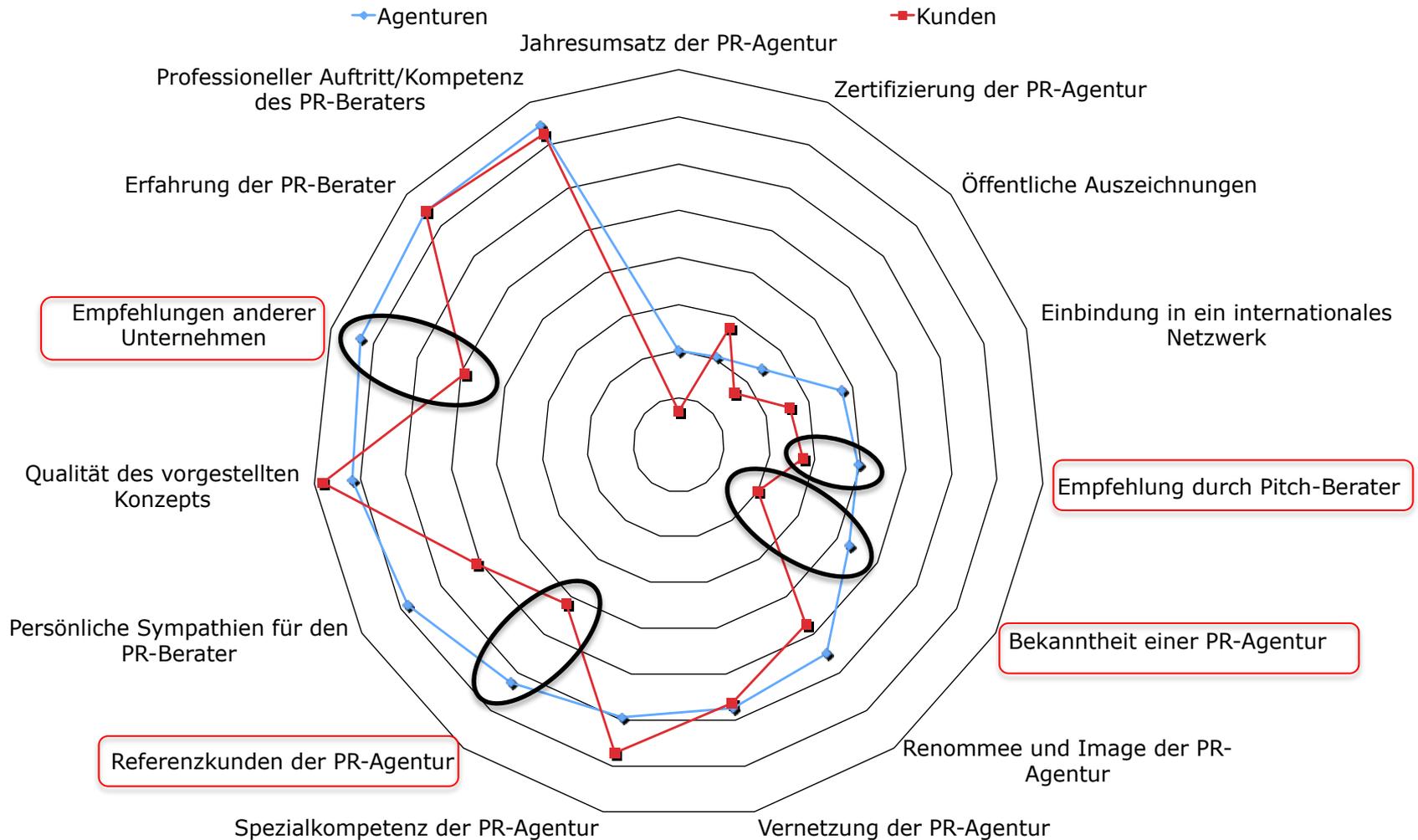
Unterschiede in der Bewertung von Erfolgskriterien zwischen Agenturen und Kunden



Welche Kriterien sind aus Sicht der Agenturen bei Pitches für Kunden entscheidend?



Unterschiede in der Einschätzung von Entscheidungskriterien zwischen Agenturen und Kunden

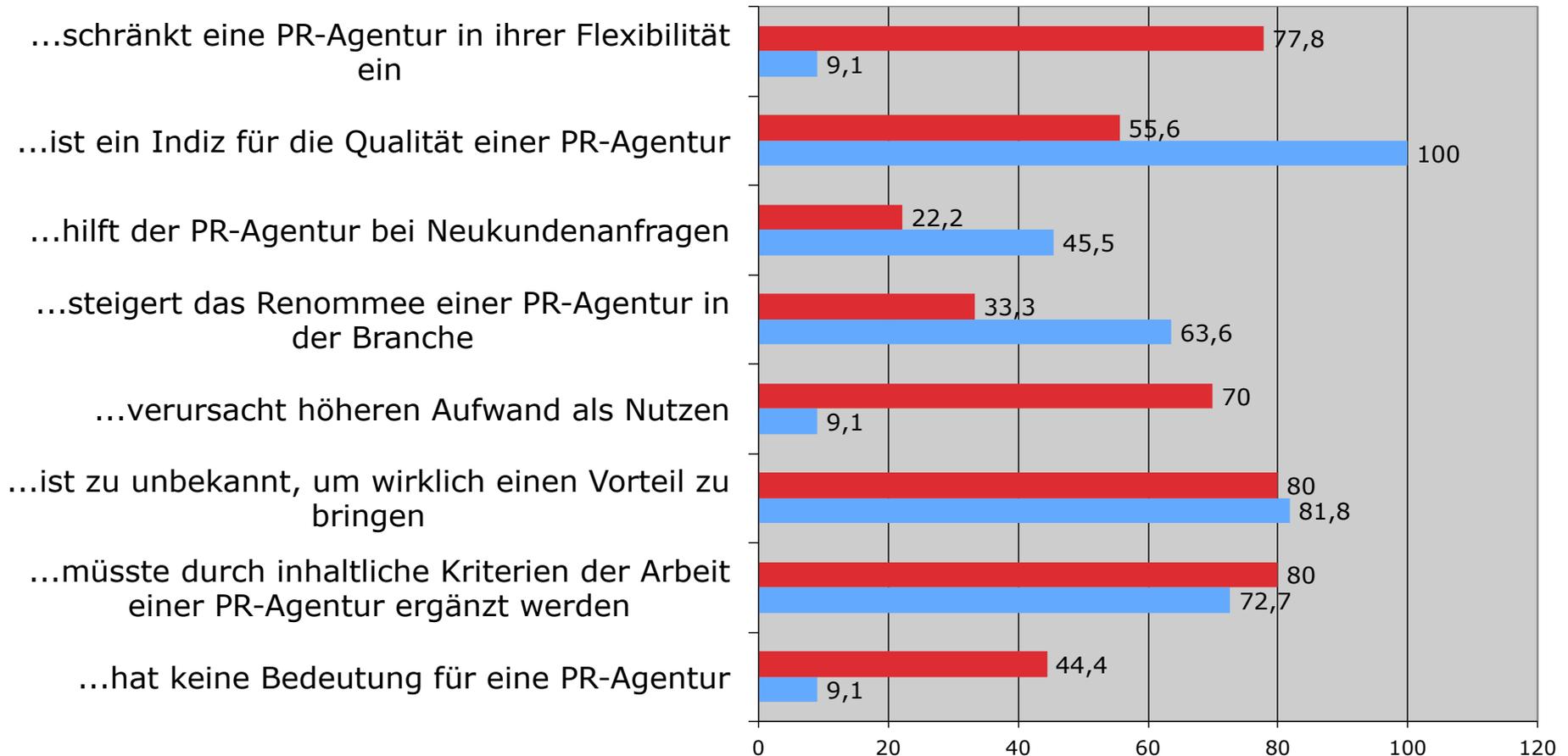


Erhebungszeitraum: 4.-30. Juli 2011, n=32 Agenturen, 11 Kunden

Wie bewerten zertifizierte und nicht-zertifizierte Agenturen Aussagen zu CMS II

■ Nicht-zertifizierte Agenturen

■ Zertifizierte Agenturen



Erhebungszeitraum: 4.-30. Juli 2011, n=10 nicht-zertifizierte, 11 zertifizierte Agenturen



Quelle & Rückfragehinweis:

Florian Haas (2011): PR-Qualität ist messbar. Oder: „Nägel in den Pudding“. Zum Qualitätsverständnis Österreichischer PR-Agenturen und Möglichkeiten der Evaluation mit besonderem Fokus auf der Zertifizierung von Qualitätsmanagementsystemen. Wien: Dipl.-Arb.

Tel.-Nr.: +43 664 442 85 86

Email: haas@skills.at