

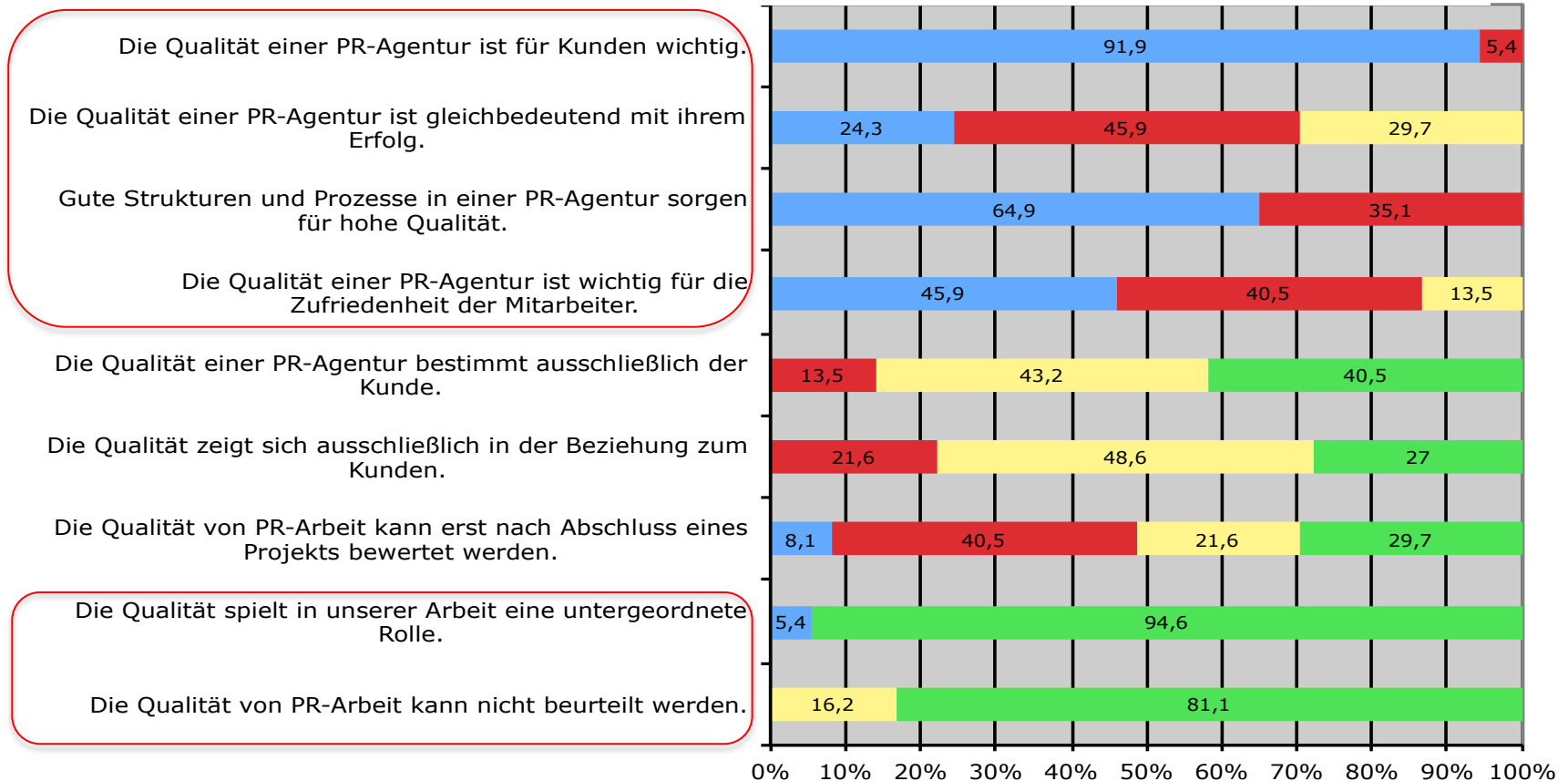


PR-Qualität ist messbar

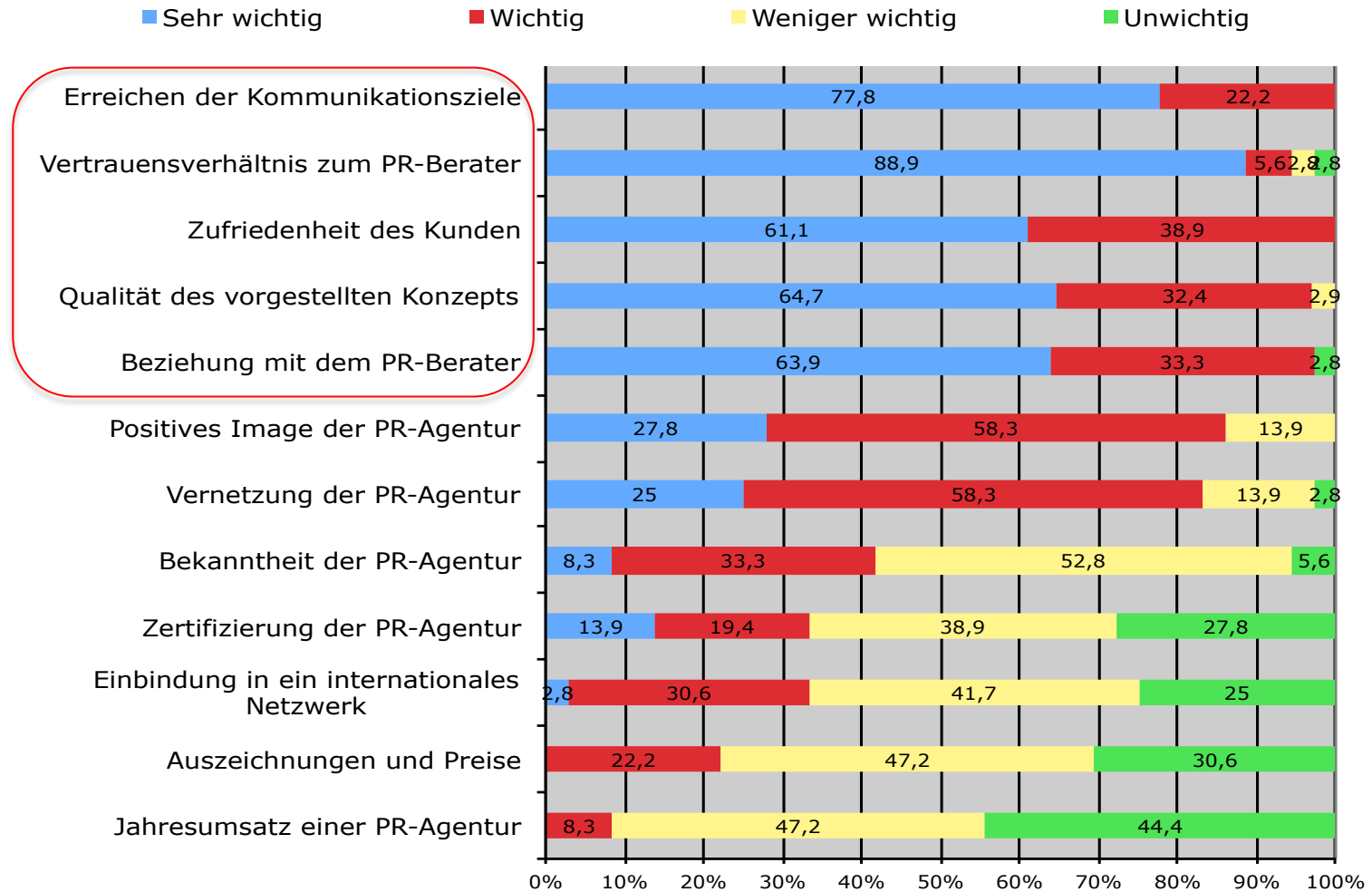
Oder: Der Versuch, einen Pudding an
die Wand zu nageln

Wie bewerten Agenturen einzelne Aussagen zu PR-Qualität?

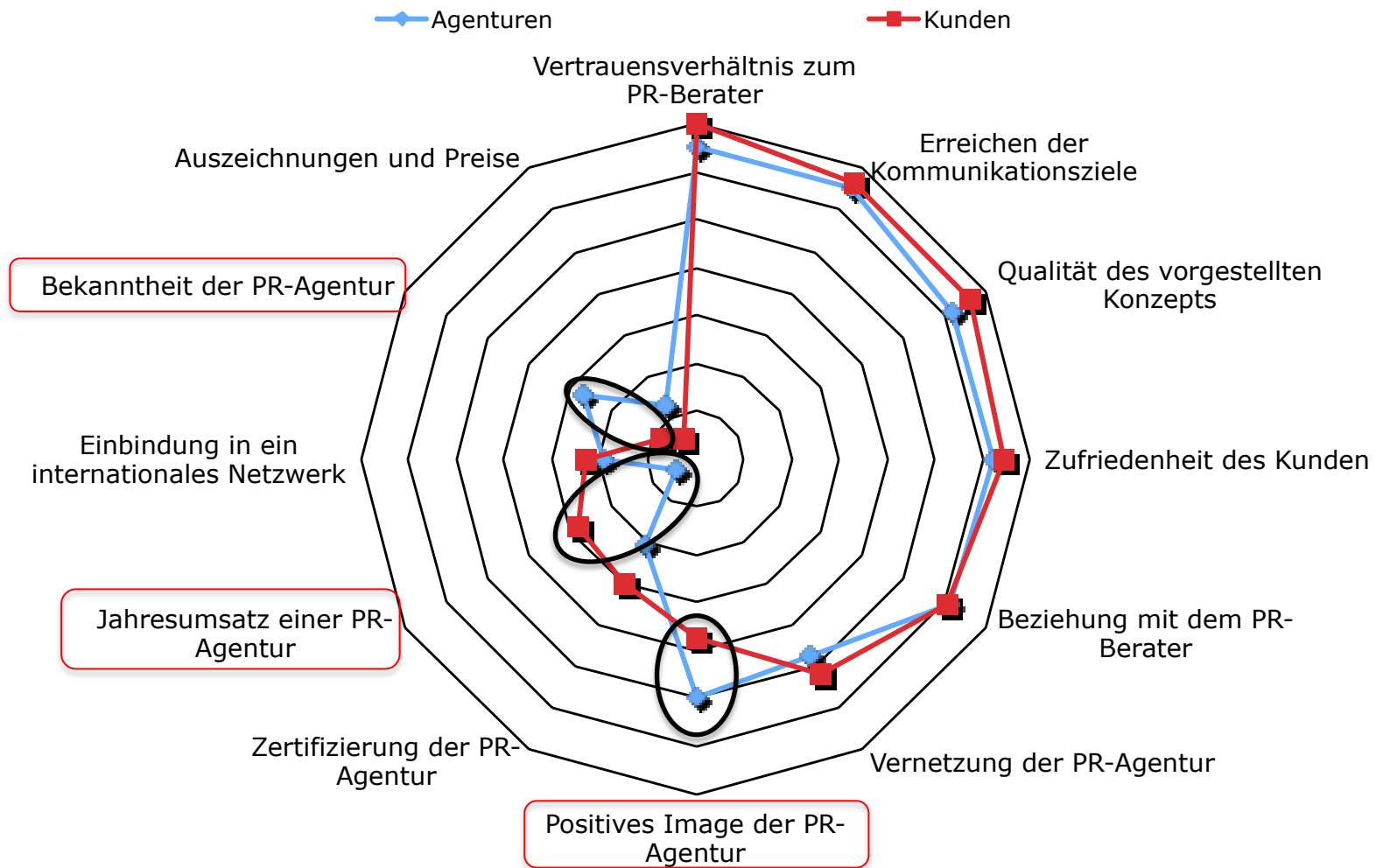
■ Stimme voll zu ■ Stimme eher zu ■ Stimme weniger zu ■ Stimme gar nicht zu



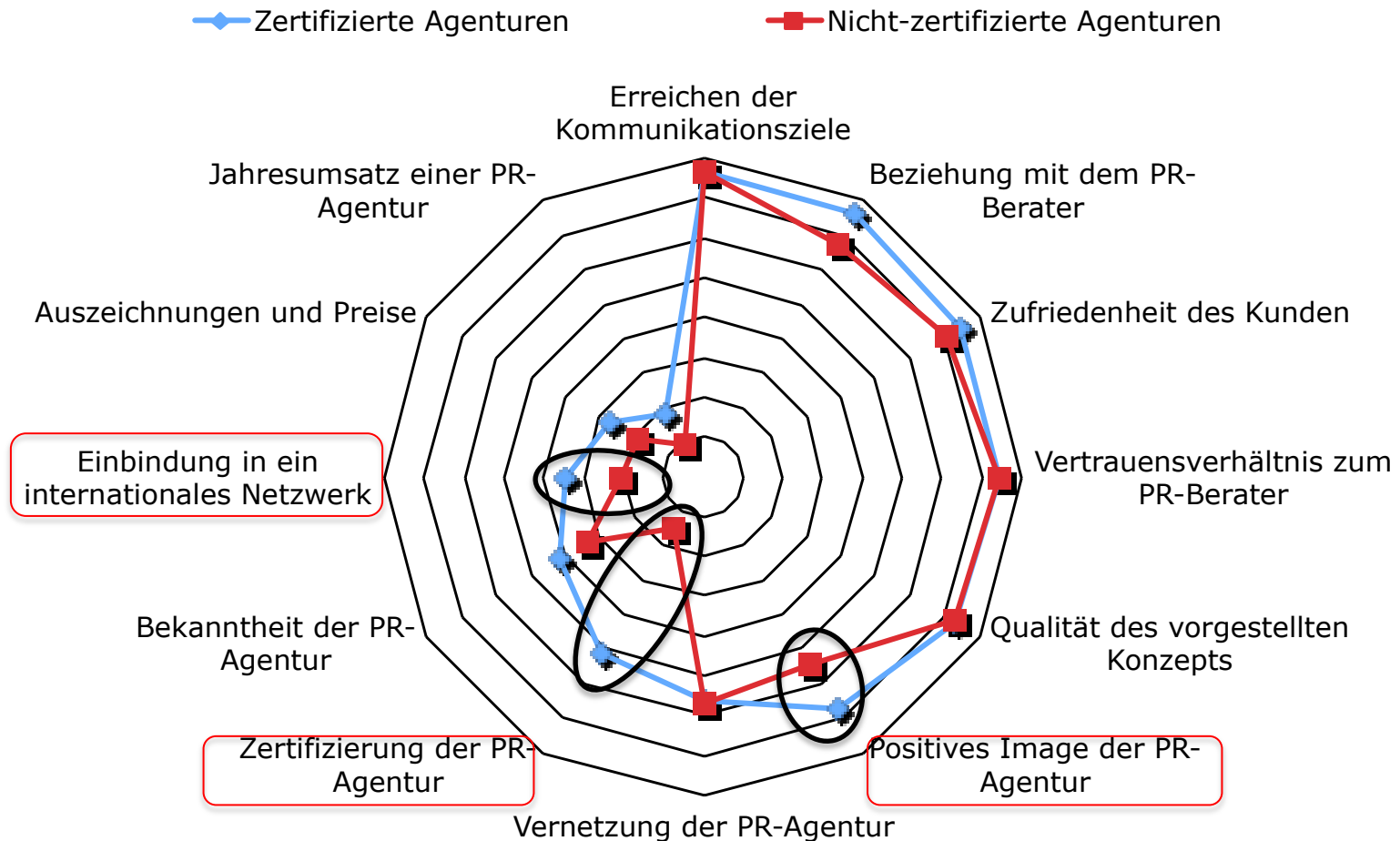
Die wichtigsten Qualitätskriterien für Agenturen



Unterschiede in der Bewertung von Qualitätskriterien zwischen Agenturen und Kunden

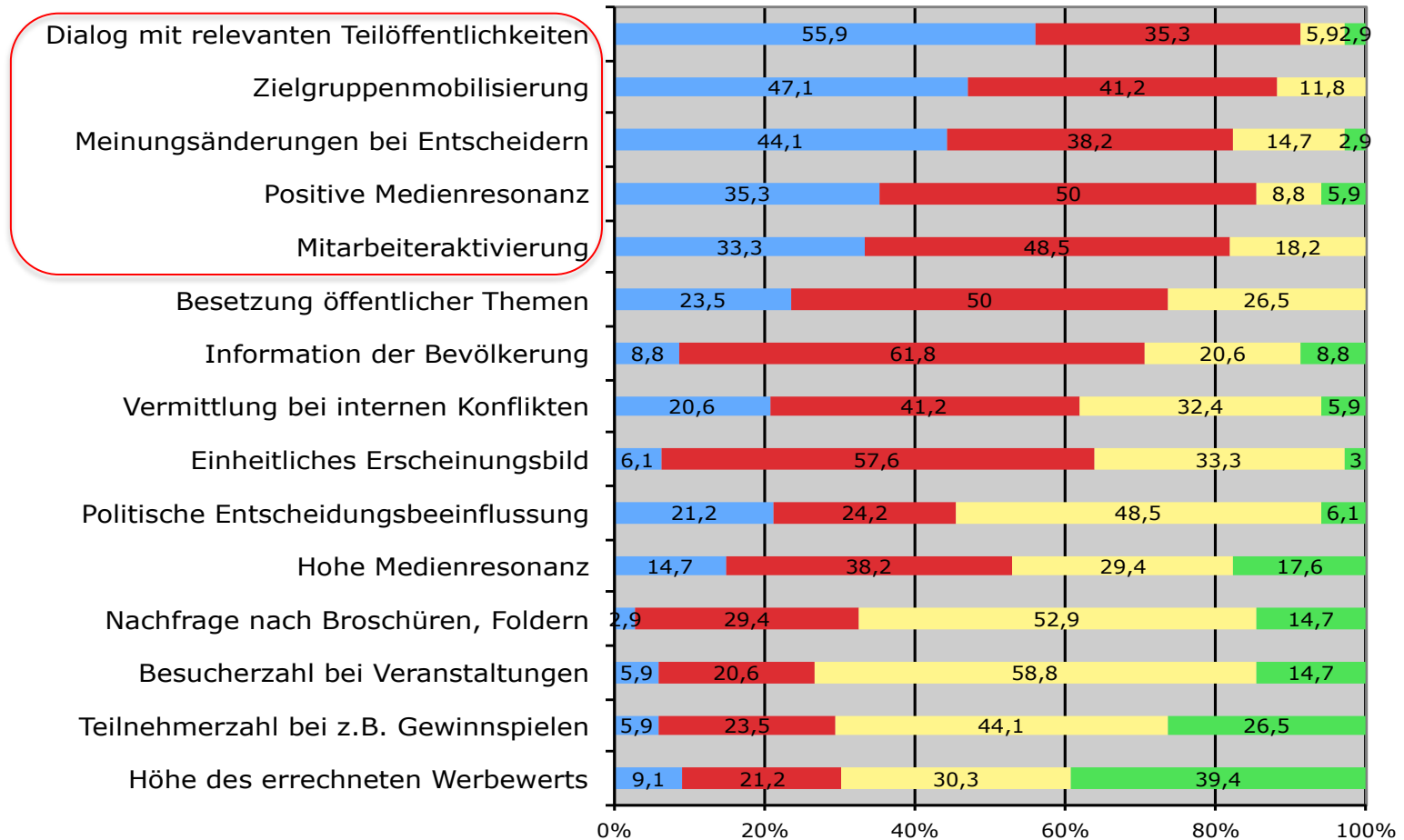


Wie schätzen zertifizierte und nicht-zertifizierte Agenturen einzelne Qualitätskriterien ein?

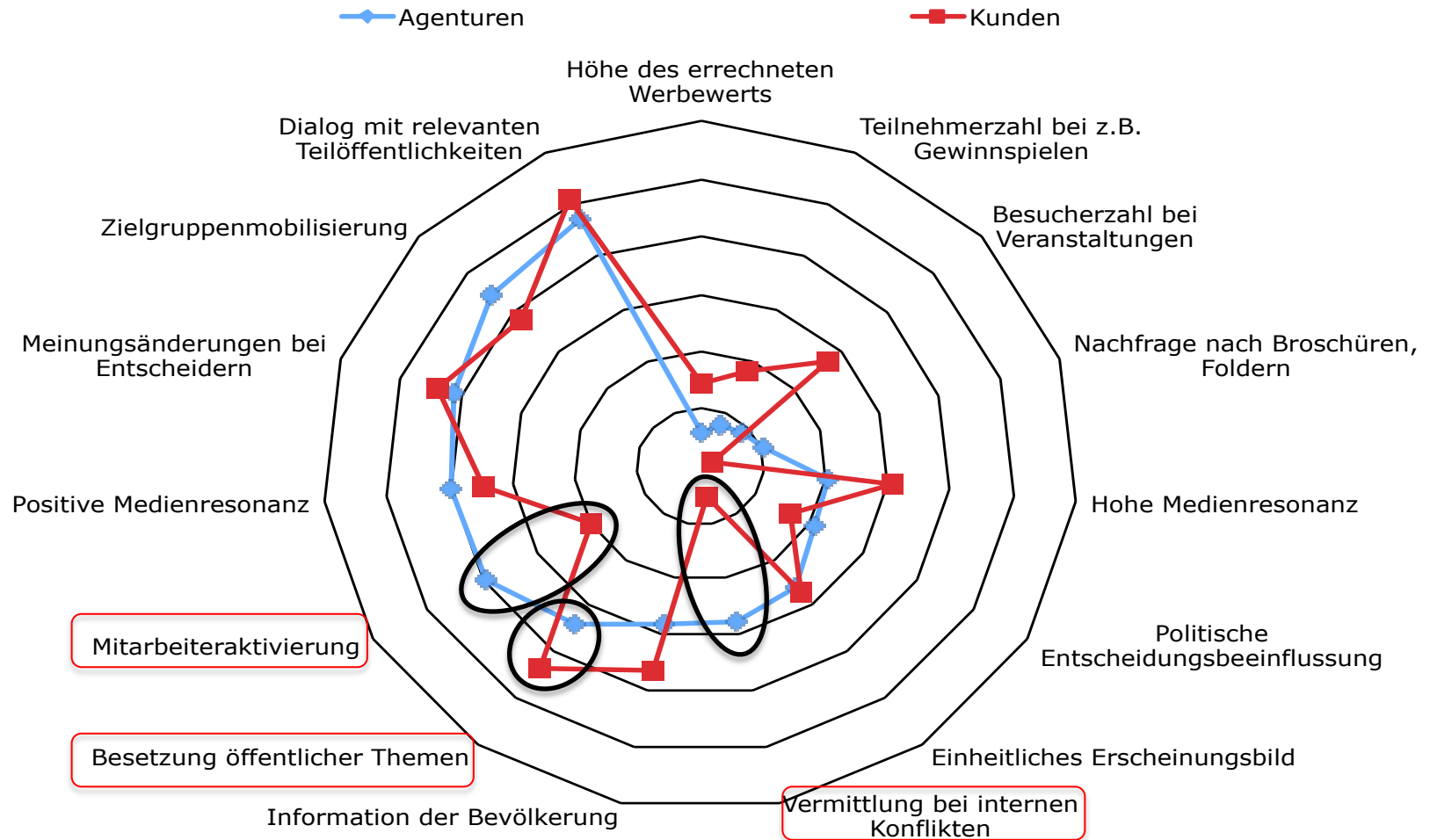


Die wichtigsten Erfolgskriterien für Agenturen

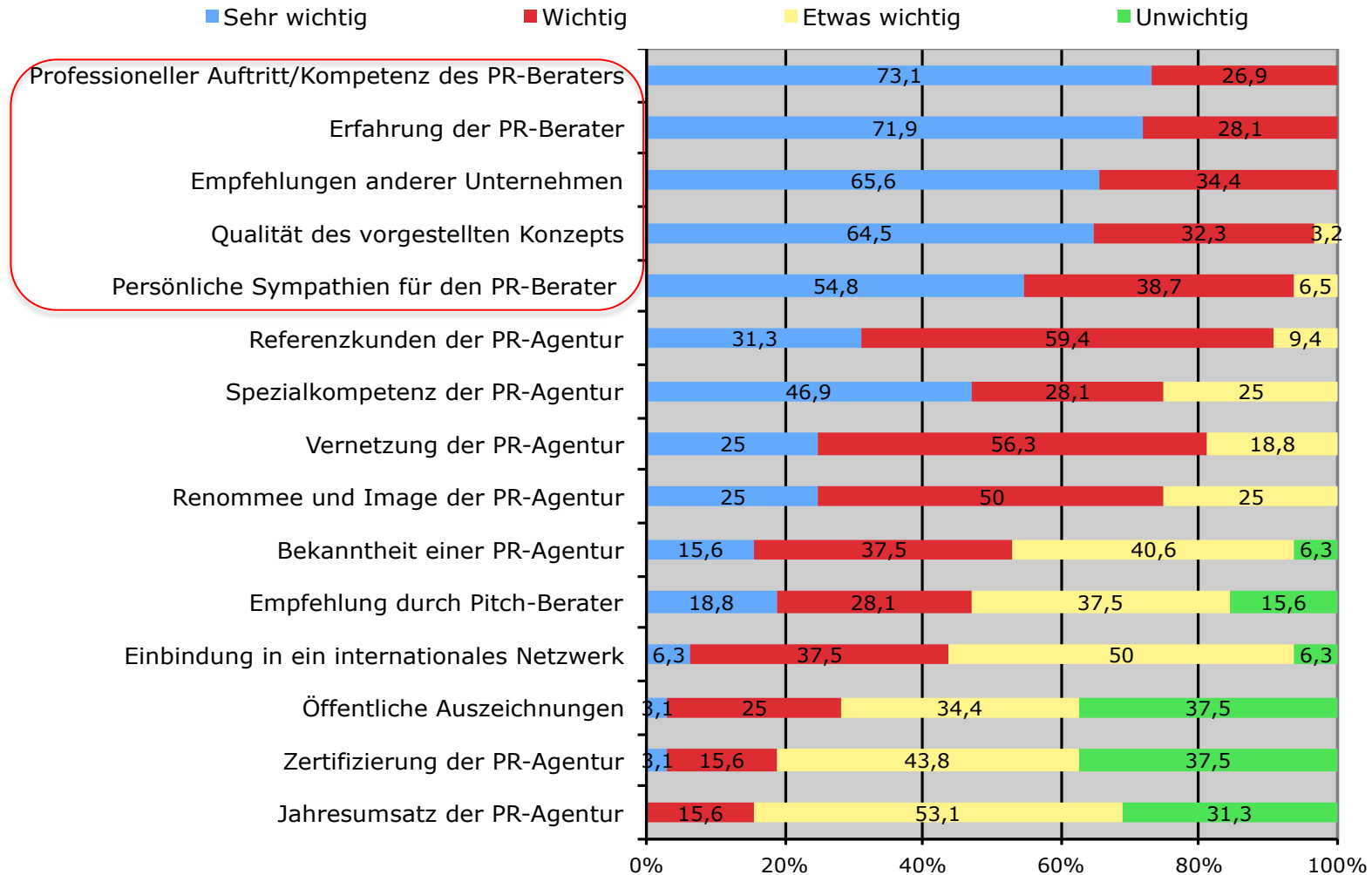
■ Sehr aussagekräftig ■ Aussagekräftig ■ Wenig aussagekräftig ■ Nicht aussagekräftig



Unterschiede in der Bewertung von Erfolgskriterien zwischen Agenturen und Kunden

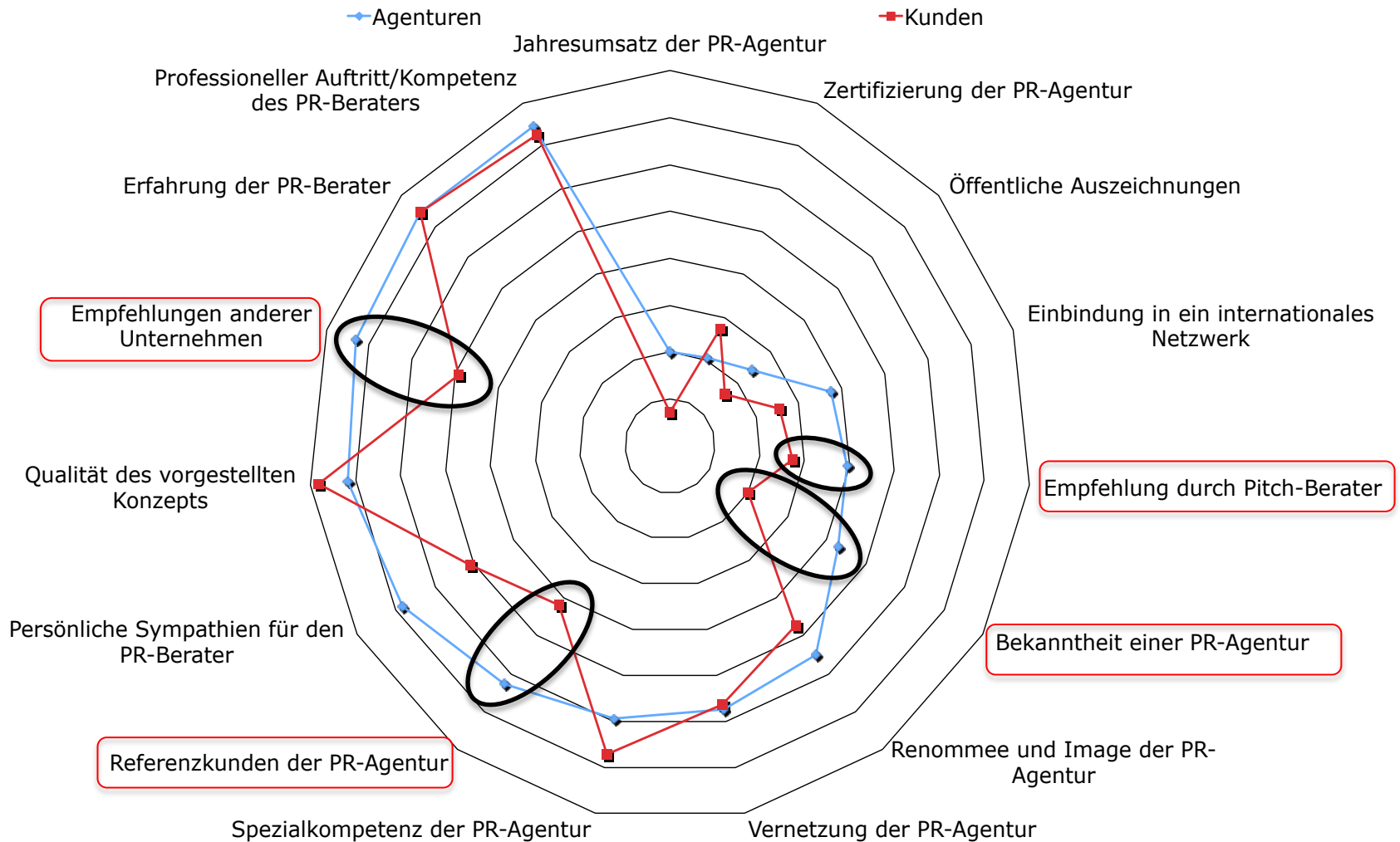


Welche Kriterien sind aus Sicht der Agenturen bei Pitches für Kunden entscheidend?



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

Unterschiede in der Einschätzung von Entscheidungskriterien zwischen Agenturen und Kunden

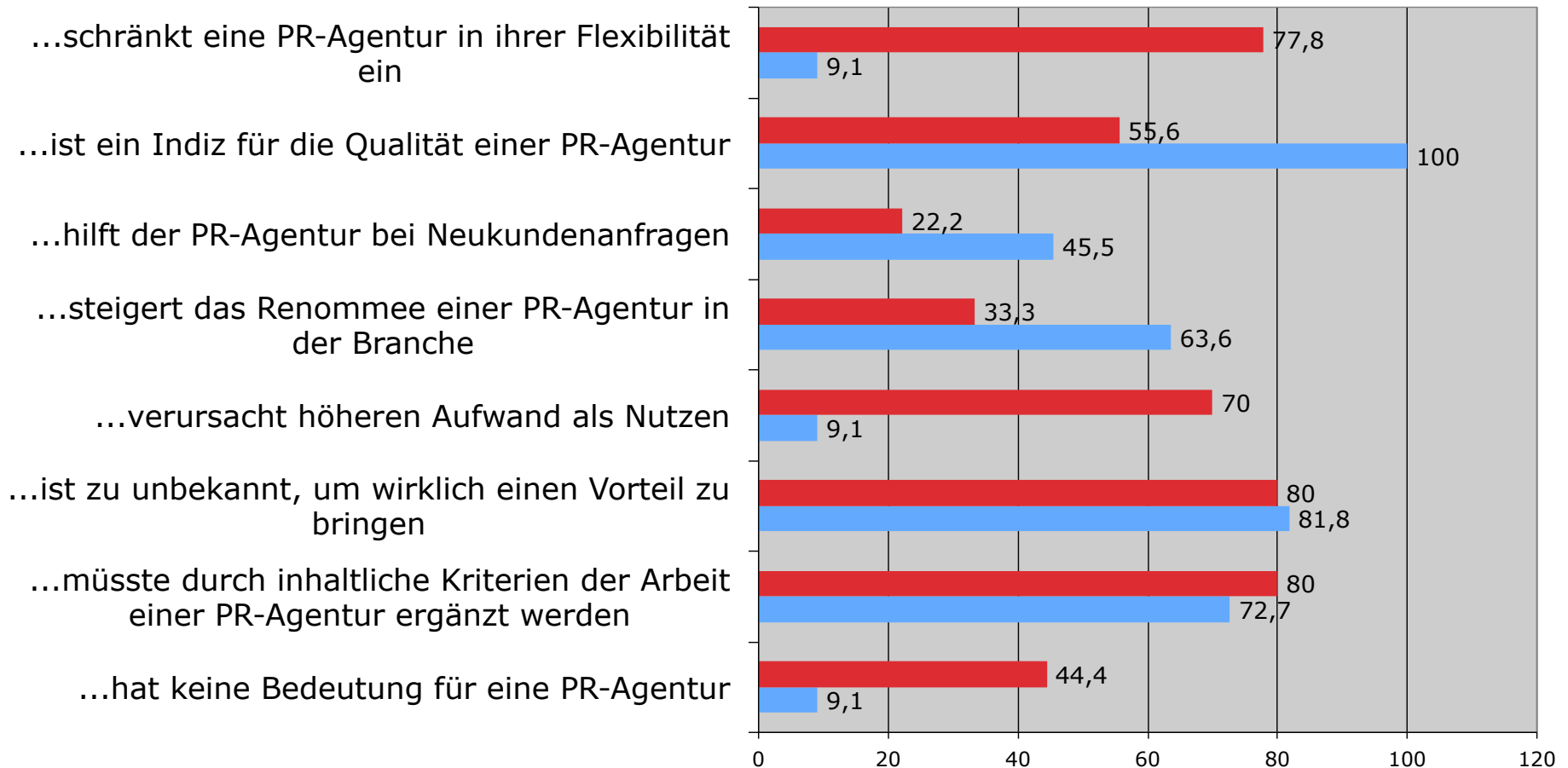


Erhebungszeitraum: 4.-30. Juli 2011, n=32 Agenturen, 11 Kunden

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