

Die Serie der [Info-Letter „Medienresonanz-Analyse“ \(www.i-m-a-g.ch\)](http://www.i-m-a-g.ch) zeigen praktische Beispiele über Auswertungen der Medienresonanz von nationalen und internationalen Unternehmen. Sie unterstützen die „Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ mit Anregungen für eine erfolgreiche Analyse der monatlichen bzw. quartalsweisen Medien-Berichterstattung.

Medienresonanz-Analyse: Reporting und Kosten pro Quartal

Die quantitativen und qualitativen Medienresonanz-Analysen stellen das auf der Medienebene umfangreichste und bewährteste Erhebungsinstrument dar.

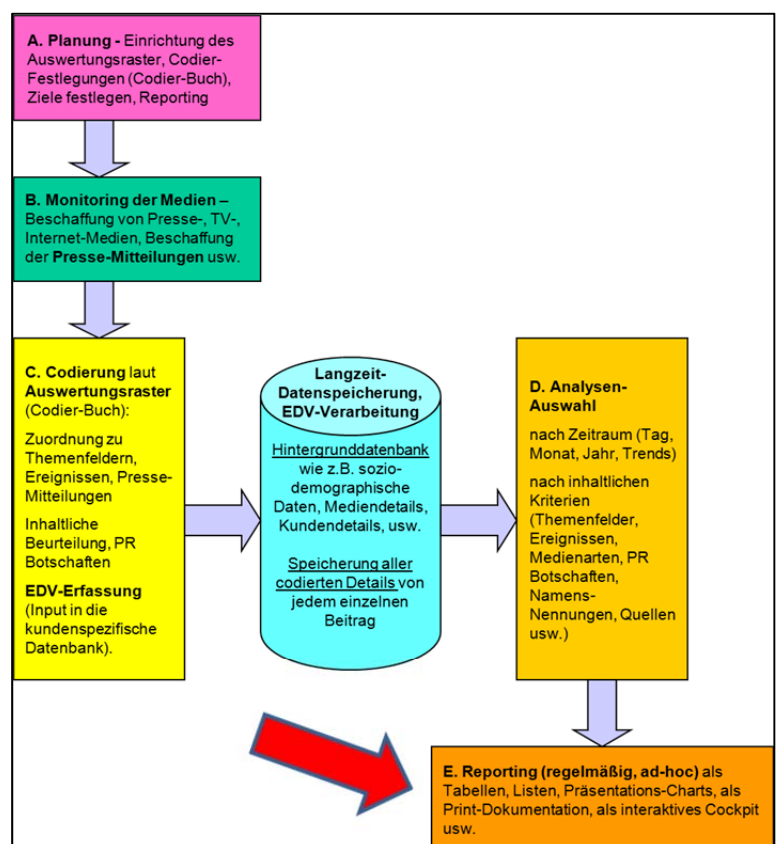
Der große Vorteil besteht darin, dass Medienresonanz-Analyse bei angemessenem Kosten-/ Nutzen-Verhältnis ein umfassendes Medienbild des Auftraggebers wiedergeben. Häufig werden jedoch zu hohe Kosten als Argument gegen PR-Erfolgskontrollen vorgebracht.

Eine ausführliche monatliche Auswertung mit informativen Auswertungen aus rund 200 Beiträgen erhalten Sie bereits ab 1200 Euro pro Monat.

Die bisherigen Info-Letter beschäftigen sich mit der Darstellung der verschiedenen Auswertungs-Kriterien, wie Analyse der Quellen, Reputation in der Berichterstattung, monetäre Bewertung, Initiativ-Wert u.a. Der aktuelle Info-Letter zeigt die monatlichen bzw. quartalsweisen Kosten der Medienresonanz-Analyse.

Wie im nebenstehenden Schema dargestellt, besteht die **Medienresonanz-Analyse** in der Regel aus den folgenden 5 Stufen:

- A. **Planung:** Festlegung der Ziele. Auf welche Fragen soll die Medienresonanz-Analyse Antworten geben.
- B. **Monitoring:** Beschaffung der Presse-, Hörfunk-, TV-, Agentur und Online-Beiträge. Definition des Medien-Samples für bestimmte Zielgruppen.
- C. **Codierung:** Bearbeitung jedes Beitrages nach
 - a. statistischen Daten,
 - b. inhaltlichen Daten (Zuordnung zu Themenfeldern, Ereignissen, Presse-Mitteilungen usw.
 - c. EDV-Erfassung aller Details pro Beitrag in einer Datenbank
- D. **Analysen-Auswahl:** Auswertungsumfang nach Zeitraum (Tag, Monat, Jahr u.ä.) und nach Auswahl-Kriterien (Medienart, Ereignisse, Themenfelder, Region usw.). Zusammenfassung der gewünschten Daten.
- E. **Reporting: Präsentation der ausgewählten Daten**
 - a. **Regelmässige wöchentliche, monatliche, oder ad-hoc Auswertung auf bestimmte Fragen zur Berichterstattung in Standard-Formaten, wie PDF-Listen, Excel-Dateien, PowerPoint-Chart, interaktives Cockpit**
 - b. **Individuelle Darstellung und Präsentation der Ergebnisse**



Reporting (Stufe E, siehe roter Pfeil in der obigen Grafik)

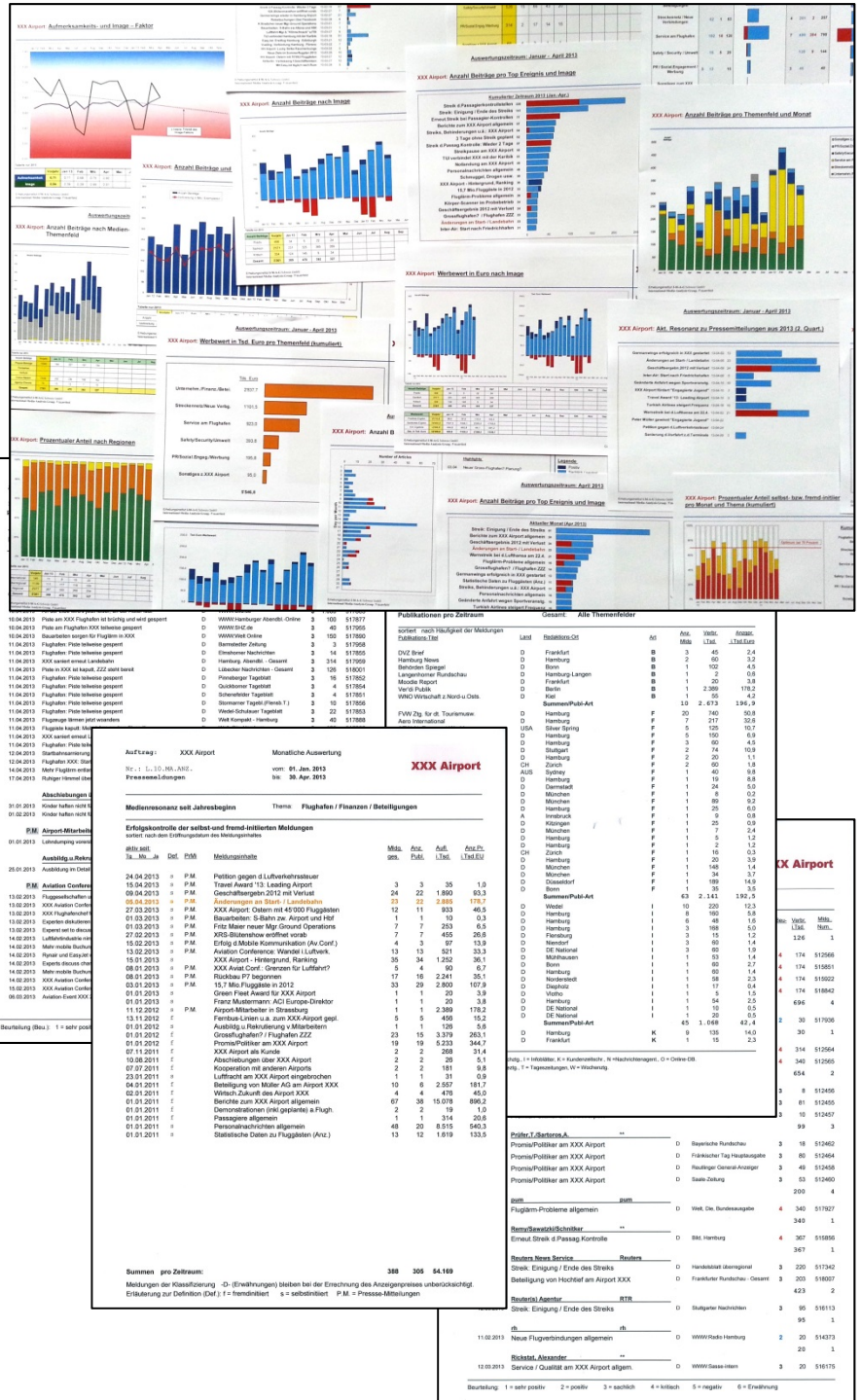
Im Reporting mit vorher festgelegten Intervallen (z.B. Quartals-Auswertung mit monatlichen Zwischenberichten) wird dem Auftraggeber verdeutlicht, wie er im Kommunikationsumfeld positioniert ist und welche Handlungsempfehlungen sich aus den Ergebnissen ableiten lassen.

Standardmäßig erfolgt die Darstellung der Resultate der Medienresonanz aus Presse, Hörfunk, Fernsehen, von Agenturdiensten und von Online-Medien (z.B. aus dem Internet) über PowerPoint-Präsentation-Charts und über Detail-Listen.

Ausserdem können auf Wunsch alle Ergebnisse über eine „Interaktive Medienresonanz-Analyse“ mit individuellem Internet-Zugang abgerufen werden.

Monatliche Zwischenberichte mit den Highlights des Monat, die monatliche Präsenzliste aller erfassten Beiträge inkl. Zuordnung zu Themenfeldern und Ereignissen, Erfassung der Überschrift u.a. informieren über den **aktuellen Status**.

Details der quartalsweisen Standard-Auswertungen sind in den Info-Letter 01, 02, 03, 06, 07, 08 und 09 (siehe Internet-Link: <http://www.i-m-a-g.ch/unsere-info-letter.html>) ausführlich beschrieben (siehe auch nebenstehende Beispiele)



Was kostet eine Medienresonanz-Analyse?

Controlling ist heute in allen Bereichen üblich, leider aber nicht zum „Nulltarif“. Üblich sind 5 - 8 % des PR-Budgets, bei richtigem Einsatz ist der Nutzen um ein Vielfaches höher.

Kosten-Beispiel

Basis: Auswertung von bereits vorhandenen ca. 200 Beiträgen aus Print-, Online-, Radio- und Fernseh-Medien.

Inhaltliche Codierung und EDV-Erfassung der Beiträge je nach Codier-Tiefe (statistische Daten, inhaltliche Bewertung, usw.). Die Kosten pro Beitrag liegen je nach Auswertungstiefe zwischen 3,50 - 6,50 Euro. Für dieses Beispiel wird das o.g. Standard-Reporting mit einem Kostenaufwand von 5,00 Euro pro Beitrag angenommen.

Monatliche Analyse der Daten (Zwischenbericht) und deren Auswertung werden in verschiedenen Standard-Listen (Info-Letter 02 und 03) und zusätzlich einem Powerpoint-Charts über die monatlichen Highlights (Info-Letter 01) dargestellt: Kosten 120 Euro

Quartalsweise wird die komplette Medienresonanz-Analyse am Beispiel von Standard-Auswertungen (Info-Letter 01, 02, 03, 06, 07, 08 und 09) erstellt: Kosten 450 Euro

Monatlicher Zwischenbericht	200 Beiträge x 5,00 Euro Codierung usw.	= 1 000 Euro
	Monatliches Reporting	= 120 Euro

	Komplett	1 120 Euro
Zusätzl. Quartalsauswertung	200 Beiträge x 5,00 Euro Codierung usw.	= 1 000 Euro
	Quartals-Analyse	= 450 Euro

	Komplett	1 450 Euro

<u>Gesamtkosten pro Quartal:</u>	1. Monat (Zwischenbericht)	1 120 Euro
	2. Monat (Zwischenbericht)	1 120 Euro
	3. Monat (Quartals-Auswertung)	1 450 Euro

Monatlicher Durchschnitt **1 230 Euro**

Zusammenfassung

Die **Kosten für PR-Evaluation müssen als fester Bestandteil** in die Budget-Planung aufgenommen werden.

Für **nur 1200 - 1500 Euro pro Monat** werden die **Stärken und Schwächen des Unternehmens** in der Berichterstattung dargestellt.

Der Erfolg jeder Presse-Mitteilung und jedes sonstige Ereignis wird bewertet. Fragen zur erzielten Tonalität, zur erreichten Aufmerksamkeit werden beantwortet.

Learnings: Welche Medien berichteten am häufigsten, wer waren die Journalisten bzw. die Agenturen. Wo sind Defizite? Welcher Werbewert wurde erzielt? usw. usw.

Medienresonanzanalysen sollten langfristig angelegt sein und zum Standard der PR-Aktivitäten eines jeden Unternehmens / einer jeden Organisation zählen, da sie für die strategische und taktische Planung der PR-Arbeit unverzichtbar sind.

Weitere Info-Letter über Auswertungs-Kriterien der Medienresonanz im Internet unter:
<http://www.i-m-a-g.ch/unsere-info-letter.html>