

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.

Das Medien-Monitoring – die Clipping-Beschaffung

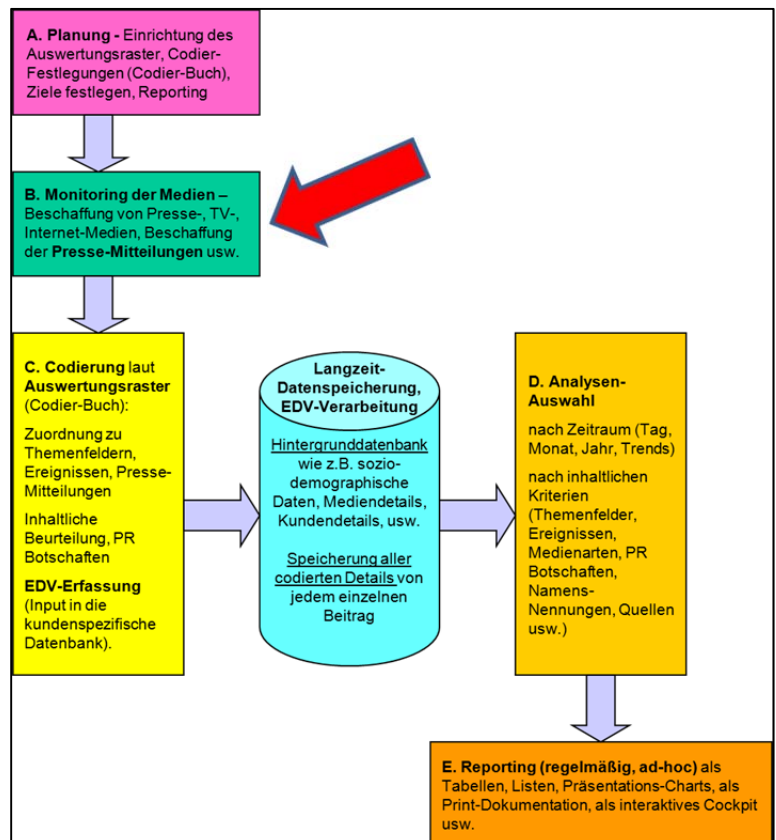
Die bisherigen Info-Letter beschäftigen sich mit der Darstellung der verschiedenen Auswertungs-Kriterien, wie Analyse der Quellen, Reputation in der Berichterstattung, monetäre Bewertung, Initiativ-Wert u.a. In dem vorliegenden Info-Letter werden das Material (die sogenannten Clippings) und deren Beschaffung erläutert.

Je sorgfältiger dieser Input ausgewählt wird, um so aussagefähiger sind die Medienresonanz-Ergebnisse.

Schon in der Vorbereitungsphase (Planung) für die Medienresonanz-Analyse ist die Festlegung des relevanten Mediensamples (Zielgruppen-Medien) der Key-Punkt. Nur wenn die erfassten Beiträge die Zielgruppen des Unternehmens repräsentieren, sind die Antworten für PR bezüglich der Berichterstattung wertvoll.

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. Was soll für wen, wie detailliert, warum, wie oft, in welcher Form ausgewertet werden. Festlegung des Auswertungsraster (Codier-Buch) und des Medien-Samples.
- 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. Zusatzdaten (PR Botschaften, Namens-Nennungen pro Beitrag)
 - d. EDV-Erfassung aller Details pro Beitrag in einer Datenbank
- D. **Analyse, Antworten auf Fragen bezüglich der Berichterstattung:** Auswertungsumfang nach Zeitraum (Tag, Monat, Jahr u.ä.) und nach Auswahl-Kriterien (Medienart, Ereignisse, Themenfelder, Region usw.) auswählen. 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



Das Medien-Monitoring

Das Medien-Monitoring (Stufe B, siehe roter Pfeil in der obigen Grafik) dokumentiert die Präsenz von Suchbegriffen oder Themen in einem möglichst **repräsentativen Mediensample**.

In der Praxis recherchiert die Presseabteilung täglich die Berichterstattung (Print, Online, Radio, Fernsehen, Nachrichtendienste) nach **bestimmten Stichworten und / oder Themen**. Die Dokumentation besteht aus ausgewählten Clippings (aus der Zeitung ausgeschnittene Artikel oder Ausschnitte, bzw. bei audiovisuellen Medien als Beitrag auf CD o.ä.).

Der Mitarbeiter der Presseabteilung bzw. ein **beauftragter Medienbeobachter** (Ausschnittbüro) führt die Recherche traditionell per Hand oder elektronisch mit Hilfe von Suchabfragen aus. Während die Presseabteilung nur ca. 10 - 20 Medien auswählt, geht die Zahl der beobachteten Medientitel durch ein Ausschnittbüro in der Regel in die Tausende.

Als Zusammenfassung der Clippings wird üblicherweise ein **täglicher oder wöchentlicher Pressespiegel** (meist elektronisch) erstellt. Der Pressespiegel wird oft auch als Basis für die Medienresonanz-Analyse verwendet. Bei der Erstellung und Verbreitung von Pressespiegeln ist besonders auf die Einhaltung des Urheberrechts zu achten.

Clippings (Beiträge) werden, je nach Festlegung in der Planungsphase, aus den folgenden 5 Medien-Bereichen beschafft:

- Presse
- Hörfunk
- Fernsehen
- Online-Medien (Internet, Datenbanken)
- Agentur-Dienste (z.B. dpa)

Die Auswahl der Clippings (egal ob durch den Auftraggeber selbst oder durch externe Dienstleister) erfolgt noch weitgehend ohne elektronische Unterstützung. Deshalb hat die „Beschaffung“ der Medienresonanz immer das „Handicap“, dass Fehler entstehen können. Aus Erfahrung muss z.B. bei Print-Medien mit einem „**Überlese-Fehler**“ von **rund 20 Prozent** gerechnet werden.

Eine Forderung nach **100%iger Erfassung** aller relevanten Beiträge **ist** deshalb **unrealistisch**.

Die **täglich-aktuelle Beschaffung der Medien-Resonanz** innerhalb weniger Morgen-Stunden nach Erscheinen des Beitrages wird in der Regel für den täglichen Pressespiegel der Unternehmen verwendet. Aus Aktualitätsgründen muss deshalb auf Vollständigkeit in der Berichterstattung verzichtet werden. Nur eine kleine Auswahl von Publikationen (bzw. das Mitschneiden von TV-Beiträgen) können von den Unternehmen selber bearbeitet werden

Die **Standard-Beschaffung durch externe Dienste** benötigt erfahrungsgemäss eine Lieferzeit von mehreren Tagen.

Folgende Mindest-Kriterien sollen die Beiträge, die für die Medienresonanz-Analyse verwendet werden, erfüllen:

- Erscheinungstag (Datum), bzw. Sendetag, Sendezeit, Sende-Dauer in Minuten
- Publikations- bzw. Sender-Name
- Publikationsort, Ort des Senders

Kriterien bei der Auswahl eines externen Dienstleisters

- Ideal: Festlegung des Medien-Samples laut Planungsstufe A
- Optionen nutzen: Ein grundlegendes Entscheidungskriterium sind die **Einschränkungen** für ein individuelles Medien-Sample.
 - Verzicht auf Unterausgaben der Tageszeitungen bzw. Anzeigenblätter (Ausnahme: Der Beitrag erschien nur in einer bestimmten Unterausgabe)
 - Ausschluss einzelner Titel aus vordefinierten Gruppierungen, wenn diese Titel bereits im Hause ausgewertet werden

- Verzicht auf Erfassung der Überschrift, Errechnung des Anzeigenpreis-Äquivalent usw., da diese Informationen durch die Medienresonanz-Auswertungen erstellt werden
- Formulierung der Suchbegriffes, Duplizierungen vermeiden, die kostenpflichtig sind
 - Können individuelle Einschränkungen formuliert werden?
 - Sind zu den Suchbegriffen auch Synonyme möglich?

Die Preise für Medien-Monitoring

Je nach externem Dienstleister variiert die Preisgestaltung. Deshalb werden hier nur die wichtigsten Kostenpositionen genannt.

Für das reguläre Leseprogramm der Ausschnitte-Büros ohne Einschränkungen wird beispielsweise berechnet:

- Monatliche Grundgebühr	50 Euro/Monat
- Jeder Suchbegriff	25 - 40 Euro/Monat
- Jeder Beitrag aus allen Tageszeitungen	1.00 Euro/Beitrag
Zusätzl. zugehörige Nebenausgaben (aufgelistet)	0,50 Euro/Nebenausgabe (*)

Bei Einschränkungen (*)

- Jeder Beitrag nur aus Hauptausgaben d. Tageszeitungen	1,30 Euro/Beitrag
- Jeder Beitrag aus Nebenausgabe, falls nicht nur in Hauptausgabe	1,30 Euro/Beitrag

Weitere Kosten

- Jeder Beitrag in Wochen-, Fachzeitschriften	1,50 Euro/Beitrag
- Jeder Beitrag im Internet u.ä.	1.50 - 2.50 Euro
- Jeder Beitrag im Radio bzw. TV inkl. Abstrakt	7 - 10 Euro/Beitrag
- Anzeigenpreis-Äquivalent pro Beitrag	0,50 Euro/Beitrag (*)
- Erfassung der Überschrift pro Beitrag	0,50 Euro/Beitrag (*)
- Versandkosten pro Sendung	3 - 5 Euro/Lieferung

Wichtiger Hinweis zu den Preisen für Medien-Monitoring mit der Markierung (*)

Die markierten Positionen werden durch die Medienresonanz-Auswertungen zur Verfügung gestellt. Deshalb kann auf diese Positionen beim externen Dienstleister verzichtet werden.

Die Beschaffungen von Clippings durch Einschränkungen ist zwar geringfügig teurer, verhindert aber die unnötige Auflistung aller Nebenausgaben einer Tageszeitung inkl. deren Berechnung.

Siehe Beispiele in den abschliessend dargestellten Grafiken am Ende des Info-Letters:

Rheinische Post = 30 Nebenausgaben = 16,00 Euro, mit Einschränkung nur 1,30 Euro,
Ruhr Nachrichten = 17 Nebenausgaben = 9,50 Euro, mit Einschränkung nur 1,30 Euro

Kostenbeispiel für einen „normalen“ Monat = 120 Beiträge

<u>Monatliche Beschaffung (mit Einschränkungen)</u>	
- Grundgebühr pro Monat	50 Euro
- 3 Suchbegriffe (Unternehmensname, Produkt 1 und 2)	75 Euro
- 80 Beiträge aus Tageszeitungen	104 Euro
- 20 Beiträge aus Fachzeitschriften	30 Euro
- 20 Beiträge aus dem Internet	30 Euro
- Wöchentlicher Versand	12 Euro

	301 Euro/Monat
<u>Monatliche Beschaffung (ohne Einschränkungen)</u>	
- Grundgebühr pro Monat	50 Euro
- 3 Suchbegriffe (Unternehmensname, Produkt 1 und 2)	75 Euro
- 80 Beiträge aus Tageszeitungen	80 Euro
- Nennung der Nebenausgaben von z.B. 20 Hauptausgaben 150 Euro (Hauptausgabe + 15 Nebenausgaben)	
- 20 Beiträge aus Fachzeitschriften	30 Euro
- 20 Beiträge aus dem Internet	30 Euro
- Wöchentlicher Versand	12 Euro

	427 Euro/Monat

Kostenbeispiel für einen „Sonder“ Monat (Monat mit Streik-, Umweltschutzprobleme von nationaler Bedeutung) = 900 Beiträge

<u>Monatliche Beschaffung (mit Einschränkungen)</u>	
- Grundgebühr pro Monat	50 Euro
- 3 Suchbegriffe (Unternehmensname, Produkt 1 und 2)	75 Euro
- 600 Beiträge aus Tageszeitungen	780 Euro
- 100 Beiträge aus Fachzeitschriften	150 Euro
- 200 Beiträge aus dem Internet	300 Euro
- Wöchentlicher Versand	12 Euro

	1'367 Euro/Monat
<u>Monatliche Beschaffung (ohne Einschränkungen)</u>	
- Grundgebühr pro Monat	50 Euro
- 3 Suchbegriffe (Unternehmensname, Produkt 1 und 2)	75 Euro
- 600 Beiträge aus Tageszeitungen (Hauptausgaben)	600 Euro
- Nennung der Nebenausgab.v. z.B. 150 Hauptausgaben	1'125 Euro
(Hauptausgabe + 15 Nebenausgaben)	
- 100 Beiträge aus Fachzeitschriften	150 Euro
- 200 Beiträge aus dem Internet	300 Euro
- Erfassung der Überschrift und d. Anzeigenpreis-Ä.	900 Euro
- Wöchentlicher Versand	12 Euro

	3'212 Euro/Monat

Unnötige Beschaffungskosten können z.B. vermieden werden durch:

- **Begrenzung des monatlichen Clippingvolumen** wegen plötzlichem, nationalem Ereignis mit Nennung des eigenen Unternehmens, Produktes usw. (Beispiele: Streik am Flughafen X, Luftverschmutzung durch Vulkan, Ölverschmutzung im Golf von Mexico, Abwasserverschmutzung durch Brauereien, Kartellamt-Untersuchungen wegen Preis-Absprachen usw.). Das Clipping-Volumen steigt in solchen Situationen inkl. Unterausgaben der Zeitungen auf bis zu 1000 Beiträge pro Tag.
- **Verzicht auf Nebenausgaben der Hauptausgabe** einer Tageszeitung, wenn in allen Unterausgaben die Beiträge erschienen sind. Ein Beitrag sollte nur dann geliefert werden, wenn er nur in einer der Nebenausgaben veröffentlicht wurde.
- **Begrenzung auf ein bestimmtes Medien-Sample** (z.B. 120 Medien) bei aussergewöhnlichen Ereignissen (Unfälle, Katastrophen, Streiks), besonders wenn diese landesweit in der Berichterstattung erscheinen. Oder grundsätzliche Begrenzung auf ein Mediensample lt. Planungsstufe A, dabei selbstgelesene Beiträge aussteuern.
- **Nur relevante Clippings** anfordern. Nicht relevant sind die z.B. Ortsangaben, wie „an der Kreuzung bei der Firma KUNDE“ (Beispiel: bei der Aral-Tankstelle) oder Beiträge, in denen Produkte, bzw. der Kunde nur erwähnt wird.

Auszug aus Clippings von Ausschnittbüro, die zusätzlich zum aufgeklebten Beitrag auf einem Montageblatt auch die Unterausgaben der Tageszeitungen auflisten.

Diese Auflistung der Unterausgaben wird mit ca. 0,50 Euro pro Unterausgabe berechnet.

Beispiel: Der eine Beitrag aus der Rheinischen Post inkl. der nebenstehenden Liste der Unterausgaben wird mit ca. 16,50 Euro berechnet.

Übrigens: Die Medienresonanz-Auswertung kann bei Bedarf alle Nebenausgaben einer Tageszeitung auflisten.

Verlag	Rheinisch-Bergische Druckerei- und Verlagsges. mbH, 40549 Düsseldorf, Zulpicher Straße 10, Tel.: 0211 5050, Fax: 0211 5052575 E-Mail: anzeigen@rheinische-post.de, URL: www.rp-online.de			
Redaktion	Rheinische Post Redaktion, 40196 Düsseldorf, Zulpicher Straße 10, Tel.: 0211 5052880, Fax: 0211 5047562 E-Mail: redaktionssekretariat@rheinische-post.de, URL: www.rp-online.de			
Publikation	verkauft	Auflage * verbreitet	gedruckt	Reichweite** (in Mio.)
✓ Rheinische Post D Düsseldorf	103.220	106.651	115.242 ¹	0,29 ^a
✓ Bergische Morgenpost Rheinische Post BM-HU Hücke	2.001	2.178	2.271 ¹	0,01 ^a
✓ Bergische Morgenpost Rheinische Post BM-RA Radev	1.971	2.134	2.229 ¹	0,01 ^a
✓ Bergische Morgenpost Rheinische Post BM-RS Remsc	7.390	8.058	8.384 ¹	0,02 ^a

✓ Rheinische Post Der Grafschafter M
✓ Rheinische Post D-HI Hildener Zeit
✓ Rheinische Post D-MB Düsseldorf M
✓ Rheinische Post D-ME Niederbergis
✓ Rheinische Post D-RA Ratingen
✓ Rheinische Post D-S Benrather Tag
✓ Rheinische Post DU Duisburg
✓ Rheinische Post Erkelenzer Zeitung
✓ Rheinische Post GEL Geldern
✓ Rheinische Post Gladba. Ztg, Rheyd
✓ Rheinische Post Grenzland Kurier V
✓ Rheinische Post KLE Kleve
✓ Rheinische Post KR Krefeld
✓ Rheinische Post LA Langenfeld
✓ Rheinische Post Ne-GV Neuss-Gre
✓ Rheinische Post OP Rhein-Wupper
✓ Rheinische Post SM Solinger Morge
✓ Rheinische Post WES Wesel
✓ Rheinische Post WES-DIN Dinslake
✓ Rheinische Post Der Grafschafter M
✓ Rheinische Post Gladba Ztg, Rheyd
✓ Rheinische Post Grenzland-Kurier V
✓ Rheinische Post KLE-GOC Goch
✓ Rheinische Post KR-KK Kempen
✓ Rheinische Post KR-KL Willich Vier
30 Ausgabe(n) mit der Meldung
30 gelesene Ausgaben in der Gruppe
Gesamtverbreitung
Quelle(n): * 1. IVW ** a. gewichtet, b. MA
© Copyright des Artikels liegt beim Verlag

Detail-Informationen		
Seite: Wochenendbeilage	Headline: Belebender Fruchtcocktail	
Platzierung des Artikels:	Autor:	
	Art des Artikels:	
	Ressort:	
	Farbigkeit:	
	Anzahl der Bilder	

Nachweisliste			
Publikationsname	Verkaufte Auflage	Verbreitete Auflage	Gedruckte Auflage
Ruhr Nachrichten, Dortmunder Zeitung	19.039	20.765	21.696
Münstersche Zeitung, Westfalen Anzeig	27.556	31.352	33.006
Münstersche Zeitung, Neuenkirchen, We	2.441	2.570	2.670
Grevener Zeitung, Münstersche Zeitung	3.953	4.534	4.678
Münstersche Zeitung, Rheiner Zeitung,	2.441	2.570	2.670
Ruhr Nachrichten, Selm, Bork	19.039	20.765	21.696
Ruhr Nachrichten, Werne	19.039	20.765	21.696
Ruhr Nachrichten, Lünen	19.039	20.765	21.696
Münstersche Zeitung, Burgsteinfurt, Bor	2.848	3.256	3.448
Münsterland Zeitung	18.123	19.101	19.579
Emsdettener Volkszeitung	2.441	2.570	2.670
Ruhr Nachrichten, Castrop-Rauxeler Zeit	19.039	20.765	21.696
Ruhr Nachrichten, Bochum und Wattens	3.770	4.377	5.293
Dorstener Zeitung, Ruhr Nachrichten	15.175	16.316	16.655
Ruhr Nachrichten, Westfalen-Anzeiger fü	19.039	20.765	21.696
Ruhr Nachrichten, Schwerter Zeitung	19.039	20.765	21.696
Halterner Zeitung	9.215	9.672	9.885
17 Erscheinungen Summe:	221.236	241.673	252.426

Zusammenfassung

Je sorgfältiger der Input für die Medienresonanz-Analyse ausgewählt wird, um so aussagefähiger sind deren Ergebnisse.

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