

## Pressemitteilungen: Die meisten sind für den Papierkorb

Bei der Mehrheit der deutschen Redakteure wandert über die Hälfte der eingehenden Pressemitteilungen sofort in den Papierkorb. Das zeigt die Studie "PM2006" des Stamm-Verlags in Essen. 11,3 Prozent der befragten Redakteure gehen sogar noch einen Schritt weiter: **Sie bezeichnen 70 bis 90 Prozent der Mitteilungen als "formal schlecht"**. Für die Studie, von Kommunikationswissenschaftler Christian Menkhoff mit Hilfe von Stamm-Daten im Sommer 2005 durchgeführt, beantworteten mehr als 3.000 Redakteure (von 15.000 Angeschriebenen) aus den verschiedensten Ressorts und Themengebieten insgesamt 29 Fragen über Erfahrungen und Wünsche rund um das Thema Pressemitteilungen. Umfrage und Auswertung stehen ab sofort auf der Homepage des Stamm-Verlags ([www.stamm.de](http://www.stamm.de)) zum Download zur Verfügung. Themen sind z. B., wie Journalisten Pressemitteilungen verwenden, welche formalen Kriterien sie für wichtig halten und wodurch die "Übernahme-Wahrscheinlichkeit" gesteigert wird.

### **Abgeschlagen: Abruf von PR-Infos über Website**

Die E-Mail ist das bevorzugte Kommunikationsmedium für Pressemitteilungen. 76,8 Prozent der Befragten nannten die elektronische Post als gängigen Transportweg. Lediglich 13,7 Prozent gaben die Briefpost und 8,7 Prozent die Fax-Mitteilung an. Mit 0,9 Prozent weit abgeschlagen fristet der eigene Abruf von PR-Infos über eine Website ein kümmerliches Dasein. Nur 2,5 Prozent der Redakteure würden sich gerne über Presse-Portale oder Unternehmensseiten selbst bedienen – die Mehrzahl möchte angeschrieben werden. Weniger als ein Zehntel (9,8 Prozent) wünschen sich Pressemitteilungen per Brief, aus dem Fax würden gerade mal 4,4 Prozent die Infos angeln.

### **Telefonische Nachfassaktionen unbeliebt**

Positiv gesehen wird die Selektion der E-Mail-Adressen durch die Absender. Fast die Hälfte (48 Prozent) der aus der Datenbank "STAMM Impressum" angeschriebenen Redakteure berichteten, dass 90 Prozent der Pressemitteilungen sie ohne Umwege erreichten. Gerade mal 1,4 Prozent haben die Erfahrung gemacht, dass E-Mails zuvor bei Kollegen gelandet sind. Was Redakteure offenbar gar nicht abkönnen, sind telefonische Nachfassaktionen. Originalzitat aus der Umfrage: "Ganz besonders furchtbar finde ich das telefonische Nachfassen, ob man die Pressemitteilung erhalten hat, und ob man was bringt. Das ist eine Frechheit, raubt Zeit und bringt nichts."

### **PM2006 - Die Journalisten-Umfrage über die Verwendung von und Erwartungen an**

**Pressemitteilungen**. Stamm Verlag, 45134 Essen. 286 Seiten, DIN-A4-Format. Downloadbar als eBook (PDF/1,8 MB) über [www.stamm.de/pm2006.ihtml](http://www.stamm.de/pm2006.ihtml) (Preis: 189 Euro zzgl. MwSt.).