



INPUT-OUTPUT-ANALYSE
KOMMUNIZIEREN UND ÜBERPRÜFEN

INPUT-OUTPUT-ANALYSE

Die Input-Output-Analyse zeigt, ob und wie weit die an die Medien abgegebenen Informationen korrekt wiedergegeben wurden und welche Kommunikations- und Marketing-Aktivitäten zu welcher Berichterstattung in den Medien geführt haben.

Ziel dieser Analyse ist es, die Berichterstattung in den Medien nach Eigeninitiiierung (Unternehmen) und Fremdinitiiierung (Journalist) zu unterscheiden und die eigeninitiierten Artikel den einzelnen Kommunikations-Aktivitäten (Medienmitteilung, Pressekonferenz, Studie, Interview etc.) des Unternehmens zuzuordnen. Damit kann die Medienwirksamkeit einzelner Aktivitäten ausgewertet und

miteinander verglichen werden. Die Analyse zeigt weiter, welche Medien und welche Journalisten wie oft und in welcher Form über das Unternehmen berichtet haben.

ARGUS übernimmt die Sichtung der Medienberichte (Artikel) und die Unterteilung in Eigeninitiiierung (Unternehmen) und Fremdinitiiierung (Journalist). Anschließend erfolgen die Klassierung nach den verschiedenen Quellen und Aktivitäten sowie die Auswertung nach Medien und Journalisten. In einem weiteren Schritt werden die Artikel von ARGUS bewertet, was zum Vorteil hat, dass eine unabhängige und neutrale Sichtweise eingenommen wird.

Medienaktivitäten

3. Quartal 2004

Anzahl publizierter Artikel aufgrund der Medienaktivitäten

Datum	Abkürzung	Aktivität	Artikel
01.10.2004	A	Medienorientierung	22
05.10.2004	B	Publizierte Studie: Automarkt EU	10
20.10.2004	C	Jahresergebnispräsentation	19
29.10.2004	D	Pressemitteilung: Ernennung neuer CEO	22
05.11.2004	E	Mediengespräch	1
14.11.2004	F	Pressemitteilung: Produktlanierung	15
Total			89

Anzahl publizierter Artikel pro Medienaktivität mit Bewertung

Aktivität	Positiv	Neutral	Negativ	Total
A	5	15	2	22
B	8	2	0	10
C	10	4	5	19
D	8	12	2	22
E	1	0	0	1
F	7	5	3	15
Total	39	38	12	89

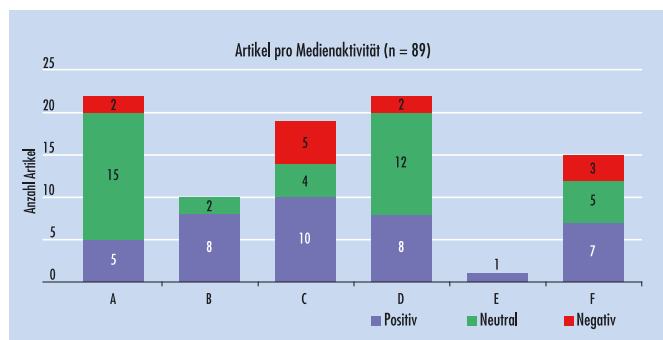


Abbildung: Grafik aus einer Input-Output-Analyse

Eigen- oder Fremddinitiiierung

Es wird untersucht, ob der vorliegende Artikel vom Unternehmen selber (Eigeninitiiierung) oder von einem Journalisten aufgrund eigener Recherchen (Fremddinitiiierung) geschrieben wurde.

Artikeltyp

Bei der Festlegung des Artikeltyps berücksichtigt man die Form (z.B. Interview, Kommentar, Leserbrief) einer Meldung. Der analysierte Artikel wird einem Artikeltypen zugeteilt.

Aktivitäten

Häufig sind Artikel das Resultat einer Reihe unterschiedlicher Aktivitäten des Unternehmens. Bei der Analyse der Aktivitäten wird der Frage nach der Effizienz einzelner Massnahmen nachgegangen. Dazu werden die Artikel einzelnen Aktivitäten, wie Pressemitteilung, Pressekonferenz, Agenturmeldung, Fachartikel etc., zugeordnet.

Korrekte Wiedergabe

Wird ein Sprecher der Firma im Artikel namentlich genannt oder ein Zitat aus einer Medienkonferenz übernommen? Wird die verschickte Medienmitteilung vollständig und korrekt wiedergegeben und werden die Sachverhalte korrekt beschrieben? Die Input-Output-Analyse zeigt.

Kernbotschaften

Medienmitteilungen oder andere Medienaktivitäten sollen bestimmte Kernbotschaften transportieren. Welche Medien übernehmen diese Botschaften wie häufig?

Journalisten

Welche Journalisten schrieben wie häufig und mit welcher Einstellung über das Unternehmen. Wie genau und fundiert beschreiben die Journalisten die Sachverhalte.

Auswahl der Artikel

Die Selektion der Artikel erfolgt aus der laufenden Medienbeobachtung.

Medieneingrenzung

Ist die Menge der Artikel zu umfangreich, kann eine Eingrenzung der in der Analyse zu berücksichtigenden Medien in Betracht gezogen werden.

Bewertung

Die Bewertung der Artikel kann entweder objektiv aus der Sicht des Lesers (bei ARGUS) oder nach Vorgaben von Kundenseite vorgenommen werden. Im zweiten Fall können strategische Interessen des Kunden, wie z.B. die anvisierten Zielgruppen, berücksichtigt werden.

Tabellen und Grafiken

Die Resultate der Analyse werden in übersichtlichen Tabellen und Grafiken dargestellt. Dritte erhalten schnell den Überblick, ohne sich mit den Details befassen zu müssen.

Datentabelle

Die Datentabelle zeigt alle erfassten Merkmale pro Artikel. Somit lässt sich einfach und transparent nachvollziehen, wie die Resultate entstanden sind.

Einmalig oder periodisch

Ist ein Thema oder ein Anlass abgeschlossen, liefert die Input-Output-Analyse in Form einer Nachbeurteilung wertvolle Hinweise. Weit interessanter sind jedoch monatliche oder vierteljährliche Übersichten. Damit kann auf unerwünschte oder falsche Berichterstattung schneller reagiert werden.



Übersetzung in Konzernsprache

Immer häufiger muss in einer bestimmten Konzernsprache berichtet werden. Ebenso wollen fremdsprachige Mitarbeiter auf dem Laufenden sein. Darum übersetzt ARGUS die Analysen unabhängig von der Artikelsprache in verschiedene Sprachen.

Individuelles Layout

Auf Wunsch wird das Corporate Design des Kunden berücksichtigt. Deckblatt, Tabellen und Grafiken können nach individuellen Vorgaben gestaltet werden.

Ausdruck und pdf-File

Geliefert wird die Analyse sowohl in gedruckter Form als auch als pdf-File.

Kombination mit anderen Analysen

Die Input-Output-Analyse kann mit weiteren Kriterien aus anderen Analysen ergänzt werden.

