

Pressemitteilung, frei zur sofortigen Veröffentlichung

Studie des ECCO-Agenturnetzes

## Schreiber von Leserkomentaren sind eine einflussreiche Minderheit

Öffentlichkeitsarbeiter müssen Kommentarbereiche im Auge behalten

Düsseldorf/München/Berlin, 5.12.2011 – Schreiber von Leserkomentaren sind eine einflussreiche Minderheit. Zu diesem Schluss kommt eine Studie, die jetzt von deutschen Mitgliedern des internationalen [ECCO-PR-Agenturnetzes](#) durchgeführt wurde. Dazu wurden hauptberufliche Journalisten nach Ihrer Einschätzung zu Online-Leserkomentaren befragt.

Über 60 Prozent der Journalisten billigen Leserkomentaren einen Einfluss auf die Berichterstattung zu, obwohl eine Mehrheit von 85 Prozent schätzt, dass sie nicht die Meinung der Mehrzahl der Leser widerspiegeln. Es beteiligen sich auch nur zwischen fünf und maximal zehn Prozent der Leser an solchen Diskussionen. Ihre Meinung hat dennoch Gewicht. Zum Beispiel werden in rund 70 Prozent der Redaktionen die Kommentare regelmäßig besprochen.

Entgegen landläufiger Vorurteile sind in den Kommentarbereichen keineswegs die Querulanten unter sich. Rund 68 Prozent der Antwortenden bezeichnen die Kommentare als sachlich. „Kompetent“ ist ein Prädikat, das immerhin rund 51 Prozent der Journalisten den Kommentaren verleihen. Gleichwohl ist die Außenwirkung begrenzt. Rund 70 Prozent der Befragten stimmen der Aussage zu, dass die Minderheit der Kommentierenden weitgehend unter sich ist.

Leserkommentare entfalten ihre Wirkung also in erster Linie indirekt über ihren Einfluss auf die Berichterstattung. „Öffentlichkeitsarbeiter sind also gut beraten, diese Bereiche im Auge zu behalten,“ erklärt Lutz Cleffmann, Geschäftsführer von [ECCO-Düsseldorf/EC Public Relations](#). „Auf der anderen Seite sollten Kommunikationsprofis nicht der Versuchung erliegen, unter falscher Flagge selbst Kommentare zu schreiben. Dieser Schuss geht schnell nach hinten los. Gerade weil die Kommentierenden häufig unter sich sind, ist die Gefahr der Entlarvung groß.“ Es spreche jedoch nichts dagegen, sich in den Kommentarbereichen offen als Vertreter eines Unternehmens zu bewegen und den direkten Dialog zu suchen, ergänzt Cleffmann. Erfahrungen aus der Vergangenheit zeigten, dass dies sehr erfolgreich sei, wenn es mit Fingerspitzengefühl und echtem Willen zum Dialog geschehe.

Die ausführlichen Ergebnisse der Studie sind auf <http://www.ecco-network.de> zu finden.



**E C C O**

International  
Communications  
Network

**EC  
Public Relations  
GmbH**

ECCO Düsseldorf  
EC Public Relations GmbH  
Heinrichstraße 73  
40239 Düsseldorf  
Telefon (0211) 23 94 49-0  
Telefax (0211) 23 94 49-29  
info@ecco-duesseldorf.de

**relatio:**

Public Relations | München | Berlin

ECCO München  
relatio PR GmbH  
Franz-Joseph-Str. 15-17 RG  
80801 München  
Telefon: (0 89) 21 02 57-0  
Telefax: (0 89) 21 02 57-19  
info@relatio-pr.de

**ADVICE PARTNERS**

ECCO Berlin  
ADVICE PARTNERS GmbH  
Unternehmensberatung für Strategie und  
Kommunikationsmanagement  
Haus der Bundespressekonferenz  
Schiffbauerdamm 40  
D-10117 Berlin  
Tel: (0 30) 2 12 34 22-0  
Fax: (0 30) 2 12 34 22-99  
info@prgs.de



**E C C O**

I n t e r n a t i o n a l  
C o m m u n i c a t i o n s  
N e t w o r k

### **Die Methode**

ECCO Deutschland hat Mitte November 2011 rund 1.600 hauptberufliche Journalisten per E-Mail kontaktiert und zur Teilnahme an der Online-Befragung eingeladen. Rund 190 von ihnen haben geantwortet, darunter 109 Redakteure in leitender Funktion als Chefredakteur bzw. Ressortleiter.

### **Das ECCO-Agenturnetz**

ECCO ist eines der größten internationalen Netze inhabergeführter PR-Agenturen. Mit rund 1.000 Mitarbeitern werden die ECCO-Agenturen im Jahr 2011 einen Honorarumsatz von knapp 100 Millionen Euro erwirtschaften. Neben fast allen Staaten der EU ist ECCO im Nahen Osten, Indien, China und den USA vertreten. Weitere Informationen unter <http://www.ecco-network.com>

In Deutschland gehören zu ECCO vier Agenturen in Düsseldorf (EC Public Relations), München (relatio PR), Berlin (ADVICE PARTNERS Unternehmensberatung für Politik- und Krisenmanagement) und Hamburg (Bellmann Gröning & Partner). Weitere Informationen finden Sie unter <http://www.ecco-network.de>

### **Weitere Informationen für die Redaktion durch:**

Lutz Cleffmann  
ECCO Düsseldorf  
EC Public Relations GmbH  
Heinrichstraße 73  
40239 Düsseldorf  
Telefon (0211) 23 94 49-21  
Telefax (0211) 23 94 49-29  
[lutz.cleffmann@ecco.duesseldorf.de](mailto:lutz.cleffmann@ecco.duesseldorf.de)

Grafiken zur Studie stellen wir Ihnen auch gerne im EPS-Format zur Anpassung an Ihr Medium zur Verfügung. Schicken Sie uns einfach eine E-Mail mit Ihren Wünschen.