



### Medienresonanzanalysen

Die MMO-Medienresonanzanalysen liefern objektive und nachweisbare Daten, mit denen Sie den Erfolg Ihrer Pressearbeit beziffern und noch zielorientierter planen können.

Die MMO – Media & Market Observer GmbH ist ein Unternehmen mit mehr als 40 Jahren Erfahrung in Medien-Monitoring und Kommunikationsforschung. MMO ist spezialisiert auf die Evaluierung von Medienauftritten und Analysen über die Medienresonanz. Die von MMO entwickelten Evaluierungsmodelle entsprechen internationalen Standards und werden an der Universität Wien und an der Wirtschaftsuniversität Wien unterrichtet.

Verschiedene Modelle stehen je nach Interessenschwerpunkt und Zielsetzung zur Verfügung, um die erfolgte PR-Kampagne darzustellen.

**Die Medienresonanzanalysen** überprüfen Medienecho und Qualität Ihrer PR-Maßnahmen, ggf. im Vergleich zu Mitbewerber und Branche, im Crossmedia oder internationalen Vergleich. Durch die **MMO-Evaluierung** wird im Rahmen der Analysen ersichtlich, wie gut die Bevölkerung/ die Wunsch-Zielgruppe(n) erreicht wurde(n) und wer die Erreichten sind.

Die von MMO angewandten Evaluierungsmodelle sind die einzigen Messmodelle, die auf Basis der Österreichischen Mediaanalyse wissenschaftlich fundiert unter Berücksichtigung von Kumulationen und Überschneidungen die Analyse der erreichten Personen darstellen. Damit hebt sich die MMO-Evaluierung von herkömmlichen Reichweitzählungen qualitativ deutlich ab. Zur Anwendung gelangen akzeptierte Messmodelle, wie sie auch in der Werbeplanung zum Einsatz kommen. Somit verfügt auch die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über vergleichbare Instrumente des Marketings.

Durch **Quantitative Evaluierung** kann die Frage nach dem finanziellen Äquivalent beantwortet werden. Diese Methode der Effizienzkontrolle ist besonders für Unternehmen, die vom Rechnungshof geprüft werden, von Interesse, da die Ergebnisse mit objektiven Zahlen und Fakten (keine subjektiven Bewertungen) aufwarten.

Die Ergebnisse dienen der Rechtfertigung der Budgetwidmung und belegen den finanziellen Gegenwert der Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit.

**Ziel der Medienresonanzanalysen und Evaluierungen ist es, für PR, Marketing und Management den Weg der Pressearbeit über die Medien bis zum Endverbraucher zu verfolgen, um diesen optimal zu steuern.**

#### MMO bietet Ihnen mit den Medienresonanzanalysen und Evaluierungen

- > Sicherheit
- > Erfahrung
- > Qualität
- > Kompetenz

| Quantitative<br>Präsenzanalysen  | Qualitative<br>Inhalts- und Imageanalysen  |
|--|--|
| <p><b>PR-Analyse nach Analyseparameter:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Artikelanzahl</li> <li>• Cross Media</li> <li>• Artikelgröße/ Volumsmessung</li> <li>• Topmedien</li> <li>• Lebenszyklus/ Zeitreihen</li> <li>• Ranking und Präsenzverlauf der Focus Unternehmen/ Marken/ Stichworten</li> <li>• Bildanzahl/ Text-Bild-Relation/ Text-Bild-Quotient</li> </ul> <p><b>Weitere Analysen:</b> Negativlisten, Periodenvergleich, Rankings etc</p> <p><b>Evaluierungsmodelle:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monetäre Evaluierung/ Äquivalenzwertberechnung</li> <li>• Share of ads/ share of voice/ share of mind</li> <li>• Reichweiten- und Zielgruppen-Zählungen (Kennziffern: Reichweite, Kontaktchance OTS, GRP, Bruttokontakte, Tausenderpreise)</li> </ul> <p><b>Weitere Analysen:</b> Finanzielle Gewichtung der Platzierungsqualität etc</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inhaltsanalyse/ Konkurrenzanalysen nach Themen/ Themenkarriere</li> <li>• Bildinhaltsanalyse</li> <li>• Corporate Design/ Logo Präsenz/ Credits</li> <li>• Publizitäts-Analyse/ Kernaussagen</li> <li>• Personalisierungsgrad der PR-Meldungen</li> <li>• Imageanalyse nach Imagefaktoren</li> <li>• Meinungstendenz/ Färbungsübersicht (positiv – neutral – negativ)</li> <li>• Leser/ Seher – Profil</li> </ul> <p><b>Weitere Analysen:</b><br/>Nennung von Unternehmen/ Produkten/ Ressorts/ Mitbewerbern/ Qualität des Themas/ Qualität der Platzierung etc</p> |
| Spezial – PR – Analysen  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Input/ Output – Analysen</li> <li>• Aktive/ passive Medienpräsenz</li> <li>• Internationale Analyse</li> <li>• Branchen- / Benchmarkanalyse</li> <li>• Sponsoren - Analyse</li> </ul>   |  |

**Kontakt:**

**Sam Schweiger**

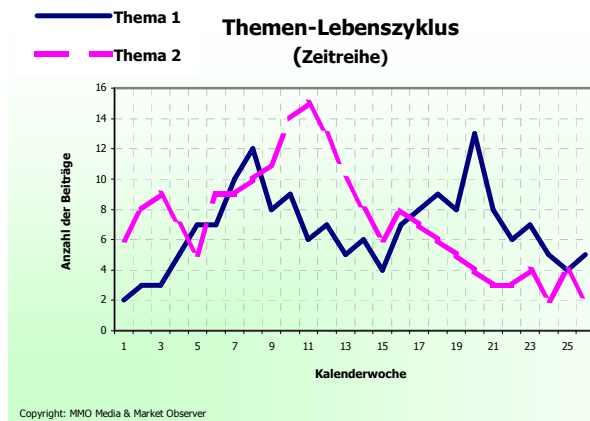
Prokurist/ Leitung Mediamonitoring  
tel: +43/1/ 877 86 85 – DW 424  
mail: [sam.schweiger@mmo.at](mailto:sam.schweiger@mmo.at)

**Hannes Neundlinger**

Kundenbetreuung / Analysen  
tel: +43/1/ 877 86 85 – DW 423  
mail: [hannes.neundlinger@mmo.at](mailto:hannes.neundlinger@mmo.at)

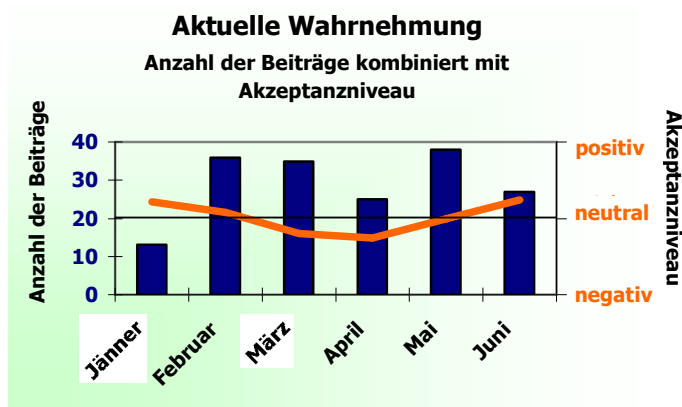
## 1. Quantitative Präsenzanalysen

### Beispiele



**Lebenszyklus/Zeitreihen-Analyse:** Stellt die Anzahl der Artikel im Periodenverlauf dar. "Welchen Effekt hat die Pressearbeit nach einer Produkteinführung/einem Relaunch?" Hier wird das Thema 1 nach einem Anstieg bis zur 8. KW vom Thema 2 abgelöst und erfährt einen Relaunch in der 20. KW.

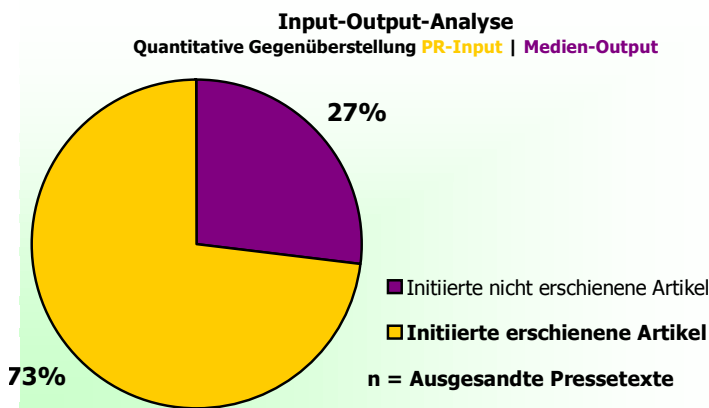
## 2. Qualitative Imageanalysen



**Meinungstendenz/Färbungsübersicht:** Tendenz-Analyse, wie viele Artikel die Färbung positiv, neutral, oder negativ erhalten haben. Oft gecrosst mit Zeitreihen, Inhaltsanalysen, Konkurrenzanalysen etc

Ein Ereignis im Februar ließ die Medien negativ über das Unternehmen berichten. Erst im April gingen die Negativmeldungen zurück. Im Mai gelang es dem Unternehmen mit gezielter PR positiv gegenzusteuern (höchste Artikelanzahl). Der Juni weist bereits wieder positive Tendenz auf.

## 3. Spezial PR Analysen



**Input/Output-Analyse:** "Wie sehr haben Ihre PR-Aussendungen in den Medien Niederschlag gefunden?" Überprüfung des Medienechos auf Ihre PR-Maßnahmen (Niederschlagsgrad des PR-Inputs in den Medien)