

# PR Newswire generiert mehr Medienzugriffe und eine umfassendere Berichterstattung – so eine Studie über kommerzielle Nachrichtenagenturen

Unabhängiges Marktforschungsinstitut verfasst erste valide Branchenstatistik nach dreimonatiger Analyse von Nachrichten, die auf Pressemeldungen basieren,

*London, 30. September/PRNewswire/* — Medien verwenden von PR Newswire verbreitete Pressemeldungen häufiger als die konkurrierender Dienste und verfassen mehr darauf basierende Beiträge. Das ergab eine wegweisende Studie zu kommerziellen Meldungsverbreitern.

Dieser Link führt Sie auf die Multimedia News Release: <http://www.prnewswire.com/mnr/prnewswire/35169/>

Die globale Studie wurde vom Marktforschungsinstitut [Diagnostics Plus](#) durchgeführt. Weitere Daten von Web-Analyse-Anbietern zeigen, dass PR Newswire seine Mitbewerber sowohl in den Bereichen Web Traffic Ranking und -Reichweite als auch bei den Blog-Links weit hinter sich lässt.

„Wir alle freuen uns über den Beleg einer unparteiischen Branchenstudie, dass die Dienste der Meldungsverbreiter sich klar unterscheiden“, erklärte Dave Armon, Präsident von PR Newswire. „Nach unserer Einschätzung untermauert diese Studie unsere langgehegte Überzeugung: Erfolgreiche Nachrichtenverbreitung bedeutet mehr, als nur eine Pressemeldung zu streuen. Eine konsequente und wirkungsvolle Berichterstattung erfordert eine Kombination aus hochmoderner Technologie, der Fähigkeit, Nachrichten weltweit zeitgleich und äußerst zielgenau zu streuen und dem tiefen Verständnis der Medienbranche in all ihren Formen. Hierbei haben wir die Nachrichtenmedien stets so behandelt, als wären sie unsere Kunden. Durch dieses Engagement, so glauben wir, hat sich PR Newswire ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit und Vertrauen erarbeitet, das sich durch bessere Ergebnisse für die Medien bezahlt macht.“

## DIE STUDIE

Um das Pickup der Pressemeldungen von PR Newswire und seinen Wettbewerbern - Business Wire, Marketwire und PrimeNewswire (gehört heute zu Nasdaq und firmiert seit dem Besitzerwechsel unter GlobeNewswire) - objektiv zu bewerten, hat PR Newswire Diagnostics Plus beauftragt - ein unabhängiges Marktforschungsinstitut aus State College (US-Bundesstaat Pennsylvania). An jedem Geschäftstag vom 1. April bis zum 30. Juni wurden 20 Pressemeldungen - je fünf pro US-Nachrichtenagentur - zufällig ausgewählt und nach ihren Medienzugriffen zwei Wochen lang verfolgt. Hierzu wurden die Datenbanken für Online-Inhalte LexisNexis und Factiva benutzt. Als Zugriff galt ein beliebiger Verweis auf das Thema der Pressemeldung in den Medien nach Veröffentlichung der Presseerklärung, nicht jedoch unveränderte Neuauflagen der Meldung.

„Der Prozess zur Auswahl der Pressemeldungen wurde derart gestaltet, um Voreingenommenheit zu vermeiden und wirklich zufällige Stichproben zu produzieren“, erklärte Jim Fong, Präsident von Diagnostics Plus und Leiter des fünfköpfigen Teams, das die Studie durchführte. „Ziel der Studie bestand darin, zu messen, wie oft die Medien auf Pressemeldungen jeder einzelnen großen Nachrichtenagentur zugriffen, und welchen Umfang die aus den Pressemeldungen generierten Berichterstattungen erhielten.“

Der Studie zufolge konnte PR Newswire seine Mitbewerber in allen gemessenen Kategorien hinter sich lassen.

Pressemeldungen von PR Newswire wurden laut Studie zu 55 % verwendet, bei Marketwire waren es 43 %, bei Business Wire 38 % und bei PrimeNewswire 37 %. Der Unterschied zwischen PR Newswires Zugriffsrate im Vergleich zu anderen Nachrichtenagenturen führte zu einem statistisch signifikanten p-Wert von 0,0003. Ein p-Wert von 0,05 ist in der wissenschaftlichen Forschung die allgemeine Signifikanzgrenze; 0,01 zeigt eine extreme Signifikanz an.

Von den Pressemeldungen, auf welche die Medien aufmerksam wurden, war die Berichterstattung bei Meldungen von PR Newswire am umfassendsten, es folgten Business Wire, PrimeNewswire und Marketwire. PR Newswire weist fast die doppelte Zugriffshäufigkeit von PrimeNewswire und mehr als die doppelte von Marketwire auf. Die Zugriffshäufigkeit – d.h., wie oft die Medien einzelne Pressemitteilungen erwähnen – unterschied sich zwischen PR Newswire und dem gesamten Durchschnitt anderer Nachrichtendienste ebenfalls signifikant, was einen p-Wert von 0,0298 ergab.

Ken Dowell, Executive Vice President of Products für PR Newswire, kommentierte: „Die Studie bestätigt die Qualität der von PR Newswire gelieferten Inhalte ebenso wie die Wirksamkeit unserer Media Relations. Dazu gehört auch unsere Website 'PR Newswire for Journalists', die seit ihrem Start 1998 100.000 registrierte Journalisten aufweist.“

Ferner zeigen etliche Messungen Dritter, dass PR Newswire seine Wettbewerber im Bereich Neue Medien schlägt. So ergaben zwei Messungen von [Quantcast](#) und [Compete.com](#), dass die tägliche durchschnittliche Besucherzahl auf [prnewswire.com](#) im August doppelt so hoch wie die von [businesswire.com](#) war.

„Auf unsere Inhalte verwiesen mehr Blog-Einträge sowie Links der Internetdienste Digg und Delicious als auf alle anderen kommerziellen Meldungsverbreiter“, so Dave Armon. „PR Newswire hat in unserer Branche die höchste Google-Seitenbewertung und erscheint als Quelle in Wikipedia häufiger als jeder andere Wire Service. Wir glauben, dies belegt den Status von PR Newswire als vertrauenswürdigste und glaubwürdigste Nachrichtenquelle für die Unternehmens- und öffentlichen Bereiche.“

### **Informationen zu PR Newswire**

PR Newswire Association LLC (<http://www.prnewswire.com/>) bietet die digitale und zielgenaue Verbreitung von Pressemeldungen sowie weitere Services aus den Bereichen Measurement und Broadcast an – weltweit für zehntausende Kunden aus den Bereichen Unternehmen, Regierungsorganisationen, Verbänden, gemeinnützigen Vereinen u.a. Durch die Dienste von PR Newswire erreichen diese Organisationen mit ihren aktuellsten Volltextnachrichten eine Vielzahl entscheidender Zielgruppen, darunter Nachrichtenmedien, Investoren, Entscheidungsträger aus Regierungskreisen und die breite Öffentlichkeit.

PR Newswire wurde im Jahr 1954 gegründet und verfügt über Büros in 14 Ländern. Das Unternehmen verbreitet die Nachrichten seiner Kunden regelmäßig an Vertretungen in über 170 Ländern und über 40 Sprachen. Unter Verwendung modernster Kommunikationstechnologien stellen die Inhalte von PR Newswire eine der wichtigsten Informationsquellen für Nachrichtenreporter, Investoren und Privatpersonen dar, die aktuelle Nachrichten direkt von der Quelle beziehen wollen. PR Newswire ist ein Tochterunternehmen der United Business Media of London.

### **Informationen zu Diagnostics Plus**

Diagnostics Plus ist seinen Kunden bereits seit über zwei Jahrzehnten zu Diensten und spezialisiert sich darauf, Kunden in verschiedenen Sektoren mit Markt- und Medienforschung zu beliefern. Diagnostics Plus hat mit über 700 Organisationen in 18 Ländern zusammengearbeitet und gehört mehreren großen Forschungsorganisationen an, darunter Council for Marketing

and Opinion Research (CMOR), Market Research Association (MRA) sowie Council of American Survey Research Organizations (CASRO).

Medienkontakte: Jason Rando im Namen von PR Newswire +1-646-536-7025

Oder per E-Mail an: [jrando@theruthgroup.com](mailto:jrando@theruthgroup.com)

Samantha Proctor, Marketing Communications Director, PR Newswire Europe +44 20 7454 5115

Oder per E-Mail an: [samantha.proctor@prnewswire.co.uk](mailto:samantha.proctor@prnewswire.co.uk)

Für umfassende Informationen zu PR Newswire-Produkten und -Diensten senden Sie eine E-Mail an [marketing@prnewswire.co.uk](mailto:marketing@prnewswire.co.uk)

Oder besuchen Sie [www.prnewswire.co.uk](http://www.prnewswire.co.uk)