

Pressemitteilung

Edelman Studie unterstreicht die einflussreiche Bedeutung von digitalen Medien in US-amerikanischer und europäischer Politikgestaltung

Ergebnisse des globalen Edelman Capital Staffers Index 2009

Berlin, 4. November 2009 – Die Edelman Public Affairs Gruppe hat im September 2009 eine globale Umfrage zum Online-Verhalten von Parlamentsmitarbeitern erhoben und knapp 400 parlamentarische Entscheidungsvorbereiter in den Parlamenten in Berlin, Brüssel, London, Paris und Washington, D.C. befragt. Der Edelman Capital Staffer Index belegt die wachsende Bedeutung und Integration von digitalen Kommunikationswegen in der parlamentarischen Politikgestaltung.

Die bislang einzigartige Studie identifiziert deutlich den zunehmenden Einfluss digitaler Medien auf die politische Kommunikation: 98% der politischen Mitarbeiter im Deutschen Bundestag greifen regelmäßig auf digitale Kanäle und soziale Netzwerke für ihre Recherche und die Politikgestaltung zurück. Fast die Hälfte (42%) gab an, sich zuerst online über bestimmte politische Problemstellungen zu informieren und jeder Vierte (23%) veränderte tatsächlich seine politische Position auf Grundlage von im Internet gefundenen Informationen und Meinungen.

Im internationalen Vergleich ist die Integration von digitalen und traditionellen Kommunikationswegen unter den deutschen Bundestagsmitarbeitern doppelt soweit fortgeschritten wie in den anderen untersuchten Parlamenten. "Die parlamentarischen Mitarbeiter im Deutschen Bundestag zeigen eine große Bereitschaft, digitale Ressourcen auch auf beruflicher Ebene einzubeziehen. Public Affairs-Management wird sich zunehmend nach den neuen Möglichkeiten richten, die die sozialen Medien für einen effektiven Dialog mit dem Parlament bieten", sagt Bernd Buschhausen, Head of Public Affairs und Deputy Managing Director Deutschland.

"In Bezug auf die Politikgestaltung und Public Affairs beobachten wir eine digitale Kehrtwende, da Mitarbeiter und gewählte Amtsträger sich vom persönlichen Gespräch hin zu Facebook und anderen sozialen Medien bewegen, um kritische Sachverhalte zu recherchieren und zu kommunizieren", sagt Jere Sullivan, Head of Global Public Affairs Practice bei Edelman. "Traditionelle Kommunikation und Advocacy Channels bleiben wichtig und wirkungsvoll in allen Ländern, aber der wachsende Einfluss des Internets kann nicht ignoriert werden und muss folglich einbezogen werden in den Instrumentenmix der Kommunikation und Konsensformung wichtiger Politikfragen."

Informationen zum Edelman Capital Staffer Index:

www.edelman.com/capital_staffers_index.pdf

www.facebook.com/edelman

Rückfragen koordinieren:

Bernd Buschhausen

Tel.: +49 (0)30 243 102 - 160

bernd.buschhausen@edelman.com

Philipp Reimann

Tel.: +49 (0)30 243 102 - 132

philipp.reimann@edelman.com

Über die Studie „Capital Staffer Index 2009“:

Der Edelman „Capital Staffer Index 2009“ wurde im September 2009 im Auftrag der Edelman Public Affairs-Practice von dem Marktforschungsunternehmen StrategyOne durchgeführt. Befragt wurden 396 Parlamentsmitarbeiter und Entscheidungsvorbereiter in den Parlamenten Berlin (Deutscher Bundestag), Brüssel (Europäisches Parlament), London (House of Parliament), Paris (Assemblée Nationale) und Washington D.C. (Congress).

Über Edelman:

Edelman ist mit 3.200 Mitarbeitern und 51 Büros weltweit die größte unabhängige PR-Firma. In 2009 wurde Edelman sowohl von PR week zur „Agency of the Year“ als auch bei den European Sabre Awards zur „Consumer Agency of the Year“ ausgezeichnet. Zudem kürte Holmes Report Edelman zum dritten Mal in vier Jahren zur „Large PR Agency of the Year“. Im vergangenen Jahr konnte Edelman u. a. zwei Preise vom Holmes Report entgegennehmen: „Global Agency of the Year“ und „Consumer Consultancy of the Year“ in Europa. 2007 setzte Advertising Age Edelman als erste und einzige PR-Agentur auf die „Agency A-List“, die Liste der Top Ten Kommunikationsagenturen weltweit. Gleichzeitig wurde Richard Edelman, Präsident und CEO von Edelman, zum „Agency Executive of the Year“ (Advertising Age) und zum „Most Powerful PR Executive“ (PR week) gewählt.

Das Edelman Netzwerk umfasst verschiedene Spezialfirmen, die gemeinsam ein breites Spektrum an Kommunikationsleistungen bieten: Blue (Werbung), First&42nd (Management Consulting), StrategyOne (Marktforschung) und BioScience Communications (medizinische Weiterbildung und Veröffentlichungen). In Deutschland agiert Edelman an den Standorten Berlin, Frankfurt, Hamburg und München und bietet besondere Expertise in den Bereichen Corporate Communications, Consumer Marketing, Technology und IT, Healthcare und Consumer Health, Public Affairs und Government Relations, Digital Communications und Online Conversations. Kunden sind unter anderem Chiquita, Continental AG, DENTSPLY Friadent, Diageo, Galderma, Hewlett Packard, Janssen Cilag, Mars, Microsoft, Novartis, Sandoz, Shell, Starbucks, Tourismusorganisation für Brasilien (Embratur) und Unilever.

Edelman GmbH

Web: <http://www.edelman.com/de>

<http://www.edelman-newsroom.de>

Blog: <http://przweinull.de>