

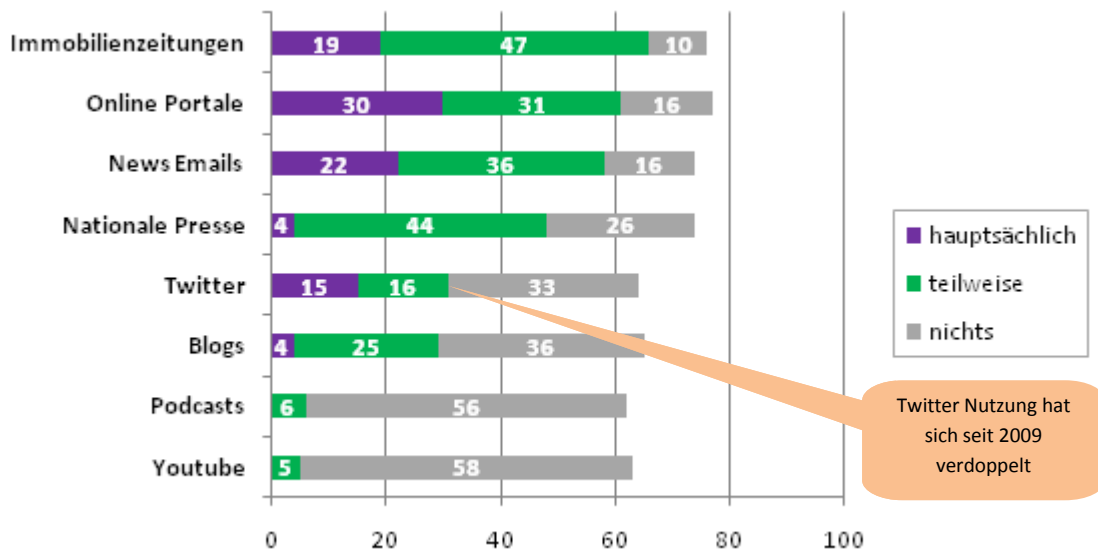
Redaktionell bearbeitete Inhalte weiterhin deutlich bevorzugt

Die Umfrage diente der Klärung folgender Fragen:

- Welche Kommunikationskanäle sind populär und hat sich seit letztem Jahr etwas verändert ?
- Werden die verstärkten Anstrengungen zur Nutzung der neuen Online-Medien von den Adressaten überhaupt bemerkt ?
- Vollzieht die Immobilienindustrie den Schritt hin zu Online-Medien ?

Dieses Jahr hatten wir 81 Antworten ggü. 113 in letztem Jahr. Nur 15 Teilnehmer haben die MIPIM besucht, wovon wiederum 9 selber Nachrichten verschickt haben. Insgesamt haben 20 Teilnehmer selber Nachrichten bzgl. der MIPIM verschickt.

Die Nutzung der verschiedenen Kommunikationskanäle verteilt sich wie folgt:



Allgemein ist zu erkennen, daß redaktionell bearbeitete Inhalte weiterhin deutlich bevorzugt werden.

Nur etwas mehr als 40% der Antwortenden empfanden die breitere Abdeckung durch die verschiedenen Medien als nützlich.

