

BUDGETEFFIZIENZ DURCH DIGITALISIERUNG

...und Mut zum Experimentieren



na•news aktuell

ECKPUNKTE ZUR STUDIE

Befragung von 164 Fach- und Führungskräften der PR durch Prof. Dr. Lothar Rolke (Hochschule Mainz), news aktuell und Faktenkontor im Juni/August 2019

Systematik des Benchmarks	Kommunikationserfolg nach Schulnoten			
		1 + 2	3 + 4	5 + 6
Qualität nach Schulnoten	1 + 2	37%	11%	1%
	3 + 4	20%	26%	2%
	5 + 6	0%	1%	2%

■ Kommunikationselite ■ PR-Basisexperten

- » **Frage 7:** Wie erfolgreich ist insgesamt gesehen die Kommunikation Ihres Unternehmens? Also wie gut werden nach Ihrer Meinung die Ziele der Marketing-Kommunikation (Werbung etc.) und der Unternehmenskommunikation auf einer Skala von 1 = „Sehr gut“ bis 6 = „Ungenügend“ insgesamt gesehen erreicht?
- » **Frage 16:** Wie schätzen Sie die Qualität der Unternehmenskommunikation und die Fähigkeiten Ihrer Abteilung im Vergleich zu denen der Mitbewerber ein. Besser oder schlechter als der Durchschnitt? Bitte bewerten Sie die Qualität auf einer Skala von 1 = „Sehr viel besser“ bis 6 = „Sehr viel schlechter“.

ENTWICKLUNG DER LEISTUNGSFÄHIGKEIT

der eigenen Abteilung in den letzten 3 Jahren

71

%

2

%

Die **Kommunikationselite** berichtet nahezu doppelt so oft von einer Leistungssteigerung ihrer Abteilung seit 2016.

38

%

12

%

Bei etwa jedem achten **PR-Basisexperten** ist die Leistung hingegen sogar gesunken.

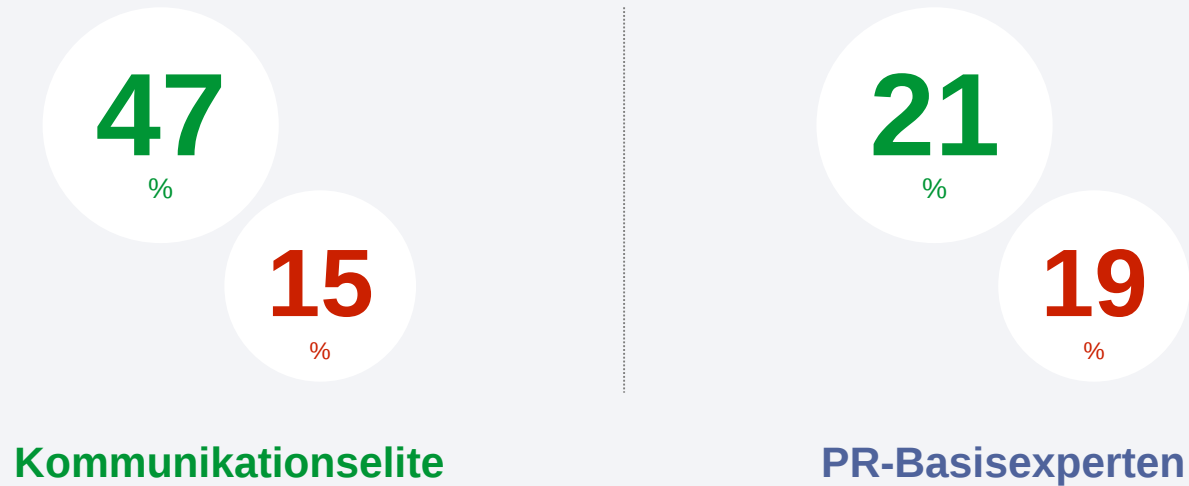
■ verbessert

■ verschlechtert

» **Frage 8:** Wenn Sie an die vergangenen drei Jahre denken: Um wie viel Prozent ungefähr ist die Leistungsfähigkeit Ihrer Abteilung gestiegen? Bitte geben Sie eine Prozentzahl an.

ENTWICKLUNG DES BUDGETS UND DES PERSONALS

der eigenen Abteilung in den letzten 3 Jahren



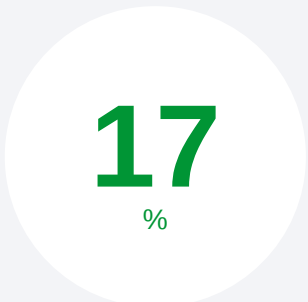
Der Kommunikationselite ist es – im Wettbewerb mit Marketing, Werbung und Vertrieb – scheinbar häufiger gelungen, Digitalbudgets für sich zu erobern.

■ verbessert ■ verschlechtert

» **Frage 13:** Wenn Sie an die vergangenen drei Jahre denken: Wie hat sich in etwa die Ausstattung (Personal und Budget) Ihrer Abteilung verändert?

KÜNFTIGE EFFIZIENZSTEIGERUNG

durch neue Technologien und agiles Arbeiten



17
%

Die **Kommunikationselite** scheint die Effizienzgewinne durch neue Technologien und agiles Arbeiten bereits gehoben zu haben.



30
%

Die **PR-Basisexperten** haben das noch vor sich.

■ verbessert

■ verschlechtert

Was erwarten Sie für die Zukunft:

Um wie viel Prozent ungefähr lässt sich die Effizienz Ihrer Abteilung durch den Einsatz neuer Technologien und einer agileren Arbeitsorganisation noch weiter steigern? Bitte geben Sie eine Prozentzahl an.

TOP-GRÜNDE FÜR DIE LEISTUNGSSTEIGERUNG

	Total	Kommunikationselite	PR-Basisexperten
Basis (Fallzahl)	97	42	16
Top: 1 = Sehr große Bedeutung			
Mehr Personal	29%	26%	19%
Mehr Online-Kommunikation	27%	29%	25%
Umstrukturierung der Abteilung zu mehr Agilität	21%	31%	-
Weiterbildung der Mitarbeiter	16%	14%	13%
Bessere Verteilung der Budgets	9%	17%	-
Mehr Budget	9%	14%	-
Einsparung von teuren Maßnahmen wie Events / Anzeigen / eigenen Zeitschriften	3%	5%	-
Nutzung neuer technischer Möglichkeiten wie Chat-Boxes, Übersetzer-Software, Textroboter	2%	2%	-
Einsatz von Algorithmen	-	-	-

- » **Frage 9:** Was sind die Gründe für die Leistungssteigerung? Bitte bewerten Sie die einzelnen Gründe anhand einer Skala von 1 = „Sehr große Bedeutung“ bis 6 = „Keine Bedeutung“.
- » **Der Hebel: Umstrukturierung der Abteilung zu mehr Agilität**

Signif. 1% (ABC...) / 5% (abc...)

TOP-HINDERNISSE FÜR MEHR EFFIZIENZ

	Total	Kommunikationselite	PR-Basisexperten
Basis (Fallzahl)	164	59	42
Top: 1 = Sehr große Bedeutung			
Starkes Denken in Abteilungen statt in Aufgaben	24%	15%	24%
Die Belegschaft insgesamt ist zu wenig in die Kommunikation in Social Media etc. eingebunden	20%	19%	19%
Zu wenig Freiheit und Mut zum Experiment	16%	14%	10%
Festhalten an alten lieb gewonnenen Projekten	15%	8%	12%
Starke Hierarchien im Unternehmen	12%	5%	14%
Qualifikationsdefizite der Mitarbeiter	10%	8%	7%
Traditionelle Unternehmenskultur, die Innovationen verhindert	9%	3%	7%
Zu wenig Einsatz von KI und Algorithmen	7%	2%	7%
Überbewertung der klassischen Kommunikation	6%	3%	2%

- » **Frage 11:** Was sind derzeit die Haupthindernisse für mehr Effizienz? Bitte bewerten Sie die einzelnen Hindernisse anhand einer Skala von 1 = „Sehr große Bedeutung“ bis 6 = „Keine Bedeutung“.
- » **Organisationen selbst sind der Bremsklotz**

Signif. 1% (ABC...) / 5% (abc...)

KLARER FOKUS: ONLINE FIRST!

Wo muss die Unternehmenskommunikation künftig mehr investieren?



Bewegtbild-Kommunikation
1,7



Social Media
1,7



Internetauftritt/ Eigene Websites weiterentwickeln
1,6



Sonstige Online-Kommunikation
1,6

- » Zeiteinsparung durch Digitalisierung **1,2**
- » Blogs **1,1**
- » Kooperation mit Marketing **1,1**
- » Community-/Influencer-Management **1,0**
- » KI-gestützte Datenanalyse **0,9**
- » Nutzung von Alerts zur Frühwarnung/ digitales Monitoring **0,9**

- » Kooperation von IT und Kommunikation **0,9**
- » KI-basiert den Content optimieren **0,8**
- » ...
- » Klassische Pressearbeit **0,3**
- » Augmented Reality **0,0**
- » Eigene Printtitel (z.B. Imagebroschüre) **-0,3**

» **Frage 15:** Wo muss künftig in der Unternehmenskommunikation mehr investiert werden, wo kann eingespart und dann umgeschichtet werden? Bitte kreuzen Sie auf einer Skala von +3 (= starke Investitionen erforderlich) und -3 (= starke Budgeteinsparungen möglich) entsprechend an.

MEHR EFFIZIENZ DURCH DIGITALISIERUNG/KI UND KOOPERATION

Wo muss die Unternehmenskommunikation künftig mehr investieren?



Bewegtbild-
Kommunikation
1,7



Social
Media
1,7



Internetauftritt/ Eigene
Websites weiterentwickeln
1,6



Sonstige Online-
Kommunikation
1,6

- » **Zeiteinsparung durch Digitalisierung 1,2**
- » Blogs 1,1
- » **Kooperation mit Marketing 1,1**
- » Community-/Influencer-Management 1,0
- » **KI-gestützte Datenanalyse 0,9**
- » Nutzung von Alerts zur Frühwarnung/
digitales Monitoring 0,9

- » **Kooperation von IT und Kommunikation 0,9**
- » **KI-basiert den Content optimieren 0,8**
- » ...
- » Klassische Pressearbeit 0,3
- » Augmented Reality 0,0
- » Eigene Printtitel (z.B. Imagebroschüre) -0,3

» **Frage 15:** Wo muss künftig in der Unternehmenskommunikation mehr investiert werden, wo kann eingespart und dann umgeschichtet werden? Bitte kreuzen Sie auf einer Skala von +3 (= starke Investitionen erforderlich) und -3 (= starke Budgeteinsparungen möglich) entsprechend an.

DISKUSSION!

Reorganisation (Agilität) | Mehr Kooperation (auch mit der IT) | Online first | Mut zu KI/AI



na•news aktuell

Prof. Dr. Lothar Rolke

Jörg Forthmann

Jens Petersen