

14.03.2017 - 10:30 Uhr

## Storytelling in der PR: Die zehn grössten Hindernisse

**DIE 10 GRÖSSTEN HINDERNISSE IM STORYTELLING**

1 **ZU WENIG ZEIT**

2 **MULTI-MEDIALE UMSETZUNG DER STORIES**

3 **CHEFS WOLLEN WEITERHIN PRODUKT- UND MARKETING-PR**

4 **ES FEHLT AN SPANNENDEN FAKTEN**

5 **FEHLENDER GLAUBE AN**

The infographic is divided into two main color sections: a yellow top section and a red bottom section. The top section features a man in a blue suit riding a white horse, holding a briefcase and papers. The bottom section features a woman in a yellow suit fighting through a pile of broken mobile phones. The text is in bold, sans-serif fonts, with numbers 1-5 in yellow sunburst icons.

# ERFOLG DEN ERFOLG VON STORY- TELLING

6

**ES GIBT NICHT GENUG  
ERZÄHLENSWERTE  
GESCHICHTEN  
IM UNTERNEHMEN**

7

**ES  
FEHLT  
AN  
RELEVANZ**



8

**HAND-  
WERKLICHE  
PROBLEME**

9

**ZU WENIG LESER UND  
ZUSCHAUER**

10

**ES FEHLEN  
GEEIGNETE  
DIENST-  
LEISTER**



**BEFRAGUNG VON NEWS AKTUELL  
UND FAKTENKONTOR UNTER  
247 FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTEN  
DER PR IM JANUAR 2017.**

Zürich (ots) -

Storytelling ist ein wichtiges Mittel in der PR. Doch oft klappt die Umsetzung nicht. Woran liegt das? Antwort: Den meisten PR-Verantwortlichen fehlt schlicht und einfach die Zeit, um gute Stories zu entwickeln. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Umfrage, die die sda-Tochter news aktuell mit der PR-Agentur Faktenkontor durchgeführt hat. Schwierigkeiten macht den PR-Profis ausserdem die multimediale Umsetzung der Geschichten. An dritter Stelle der grössten Hindernisse im Storytelling nennen die Befragten die mangelnde Unterstützung der Geschäftsführung: So fordern viele Chefs weiterhin eine Produkt getriebene PR. Am PR-Trendmonitor haben 247 Schweizer Kommunikationsfachleute aus Unternehmen und PR-Agenturen teilgenommen.

43 Prozent der Befragten bedauern, zu wenig Zeit zu haben, um gute Stories zu entwickeln und zu produzieren. Die zweitgrösste Hürde beim Storytelling ist der Faktor Multimedia. Eine spannende Geschichte nicht nur als Text, sondern in Bild, Audio oder Video zu erzählen fällt jedem dritten Befragten schwer (30 Prozent). Fast genauso viele Kommunikatoren beklagen, dass ihren Chefs das Verständnis für Geschichten getriebene PR fehle: 29 Prozent geben an, dass die Geschäftsleitung weiterhin den Schwerpunkt auf Produkt- und Marketing-PR lege.

Oftmals gibt es auch keine spannenden Fakten im Unternehmen, um gute Stories zu erzählen: Das glauben zumindest 18 Prozent der PR-Profis. Und fast ebenso viele Befragten stellen den Erfolg von Storytelling grundsätzlich in Frage (17 Prozent). Erstaunlich: Kaum einer der PR-Schaffenden hinterfragt seine eigenen Fähigkeiten, was das Geschichtenerzählen betrifft. So gibt nur jeder Zehnte handwerkliche Probleme als Hürde für gutes Storytelling an (11 Prozent).

Weitere Informationen rund um das Thema Storytelling gibt es im aktuellen Whitepaper von news aktuell Deutschland: [www.newsaktuell.de/storytelling](http://www.newsaktuell.de/storytelling)

Was sind die zehn grössten Hindernisse im Storytelling?

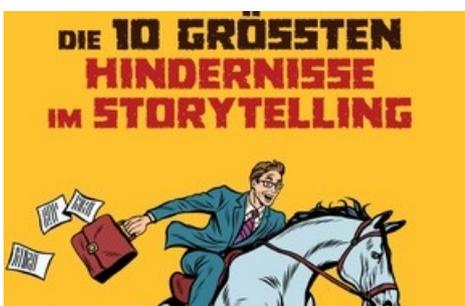
1. Zu wenig Zeit: 43 Prozent
2. Multimediale Umsetzung der Stories: 30 Prozent
3. Chefs wollen weiterhin Produkt-und Marketing-PR: 29 Prozent
4. Es fehlt an spannenden Fakten: 18 Prozent
5. Fehlender Glaube an den Erfolg von Storytelling: 17 Prozent
6. Es gibt nicht genug erzählenswerte Geschichten im Unternehmen: 15 Prozent
7. Es fehlt an Relevanz: 14 Prozent
8. Handwerkliche Probleme: 11 Prozent
9. Zu wenig Leser und Zuschauer: 8 Prozent
10. Es fehlen geeignete Dienstleister: 4 Prozent

Quelle: PR-Trendmonitor 2017 von news aktuell und Faktenkontor Teilnehmer: 247 Fach- und Führungskräfte der PR Umfragezeitraum: Januar 2017 Methode: Online-Umfrage

Kontakt:

news aktuell (Schweiz) AG  
Kai Gerwig  
Geschäftsführer  
Telefon: +41 43 960 68 01  
[gerwig@newsaktuell.ch](mailto:gerwig@newsaktuell.ch)

Medieninhalte



Was sind für die PR die grössten Hindernisse beim Storytelling? Fehlende Zeit, fehlendes Verständnis der Geschäftsführung und die multimediale Umsetzung von Stories. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle PR-Trendmonitor von news aktuell. Bei der Umfrage haben 247 PR-Fachleute aus Unternehmen und PR-Agenturen teilgenommen. Weiterer Text über ots und [www.presseportal.ch/de/nr/100000003](http://www.presseportal.ch/de/nr/100000003) / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "ots/news aktuell (Schweiz) AG/Sebastian Könnicke"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/10000003/100800128> abgerufen werden.