

15.06.2020 ~ 08:30 Uhr

Fit for Future? Die Vermessung der Kommunikationsbranche: news aktuell Trendreport 2020 erschienen



Zürich (ots) -

Jeder zweite Beschäftigte der Kommunikationsbranche kritisiert, dass die digitale Transformation im eigenen Haus noch nicht weit genug fortgeschritten ist. Grund dafür sind mangelnde Zeit im Tagesgeschäft, fehlendes Budget und veraltete Denkweisen im Management. Trotzdem zeigt die Branche aber grossen Optimismus: Sieben von zehn PR-Profis glauben, dass sie auch in fünf Jahren noch attraktiv für ihre Arbeitgeber sind. Von echter Gleichberechtigung in den Führungsetagen ist die Kommunikationsbranche aber noch weit entfernt. Nur jeder

sechste Beschäftigte einer Medienstelle berichtet von einem ausgewogenen Geschlechterverhältnis bei den Führungskräften. Das sind die zentralen Ergebnisse des news aktuell Trendreports 2020 mit dem Titel "Fit for Future? Die Vermessung der Kommunikationsbranche". Gemeinsam mit Faktenkontor hat die dpa-Tochter PR-Profis aus Unternehmen und Agenturen gefragt, wie sie ihr Berufsfeld im Kontext des permanenten Wandels beurteilen und in welchen Bereichen Verbesserungsbedarf besteht. Bei der im Februar 2020 durchgeführten Online-Umfrage haben 115 Schweizer Fach- und Führungskräfte aus der PR teilgenommen. Die komplette Studie steht ab sofort zum kostenfreien Download zur Verfügung.

Der Trendreport untergliedert sich in die Aspekte Digitalisierung, Change- und interne Kommunikation, Communication Tomorrow und Gender Equality. Bei der Befragung standen sowohl die Kommunikationsbranche insgesamt, aber auch der einzelne Kommunikationsprofi mit seinen Kompetenzen und Bedürfnissen in einer sich stetig verändernden Arbeitswelt im Fokus. "Angesichts fortschreitender Digitalisierung und Globalisierung befindet sich unsere Arbeitswelt in einem vielschichtigen Strukturwandel - und das auch schon vor der Corona-Pandemie. Es gilt, neue Formen zu finden, um mit dem permanenten Wandel umzugehen", so Eljub Ramic, Geschäftsführer von news aktuell (Schweiz) AG, über die Beweggründe zum news aktuell Trendreport 2020 und die Einordnung der Ergebnisse vor dem Hintergrund der Pandemie. "Den Kommunikatoren kommt diesbezüglich eine zentrale Rolle zu. Denn sie vermitteln und begleiten Wandel und sind zudem selbst Betroffene. Daher haben wir Kommunikationsprofis unter anderem befragt, wie sie ihr Berufsfeld im Kontext einer sich stetig verändernden Arbeitswelt beurteilen, wie weit fortgeschritten digitale Technologien und neue Arbeitsformen tatsächlich sind und welche Kompetenzen sie für die Zukunft brauchen."

Digitalisierung nur zum Teil weit fortgeschritten, mangelnde Ressourcen grösster Bremser

Digitale Technologien sind für die tägliche Arbeit nahezu aller Kommunikationsprofis eher oder sogar sehr wichtig (90 Prozent). Doch in der Umsetzung hapert es noch. Die digitale Transformation ist zwar bei der Hälfte der Unternehmen und Agenturen weit fortgeschritten (50 Prozent), bei der anderen Hälfte wiederum noch wenig (50 Prozent). Hauptbremser des Wandels sind mangelnde Zeit im Alltagsgeschäft (50 Prozent), fehlendes Budget (45 Prozent), aber auch veraltete Denkweisen im Management (27 Prozent).

Wenn es um die konkrete Anwendung digitaler Technologien geht, sind Messenger-Dienste ganz weit vorne. Gut über die Hälfte der Kommunikationsprofis nutzt bereits intensiv WhatsApp, Skype und Co. (57 Prozent). Auch SEO-Software (54 Prozent) und Collaboration- (52 Prozent) sowie digitale Mess- bzw. Analysetools (51 Prozent) haben sich im Alltag bereits etabliert.

Die mit der Digitalisierung einhergehenden neuen Arbeitsformen sind in der Branche bereits weit fortgeschritten. Eine überwiegende Mehrheit der PR-Profis hat die Möglichkeit, von zuhause (90 Prozent) oder in Teilzeit zu arbeiten (89 Prozent) und sich die Arbeit zeitlich flexibel einzuteilen (83 Prozent). Ausserdem geben immerhin zwei Drittel der Kommunikatoren an, dass sie bereits in flachen Hierarchien arbeiten (68 Prozent).

Change- und interne Kommunikation: bereits heute hoher Stellenwert, aber grosser Wunsch nach weiterer Professionalisierung und Intensivierung

Die kommunikative Begleitung von Veränderungsprozessen spielt bereits heute eine grosse Rolle in den Unternehmen. Jeweils weit über die Hälfte der PR-Experten gibt an, dass Change-Kommunikation und interne Kommunikation in ihrem Unternehmen oder bei ihren Kunden aktuell wichtig sind (63 Prozent). Gleichwohl ist sich eine sehr grosse Mehrheit der Befragten einig, dass diese beiden Disziplinen in Zukunft noch wichtiger werden und wünscht sich deshalb eine Intensivierung. So sprechen sich satte 91 Prozent für eine starke oder sehr starke Rolle der internen Kommunikation in der Zukunft aus, für 85 Prozent wird Change-Kommunikation eine grosse Bedeutungszunahme erfahren.

Noch zu häufig scheitert es bei der Umsetzung aber an fehlender Interaktion und Integration sowie mangelndem Dialog. Am meisten bemängeln die Befragten, dass Führungskräfte Veränderung zu wenig vorleben (52 Prozent) und ihre Mitarbeiter nur unzureichend in Veränderungsprozesse einbinden (51 Prozent). Eine weitere Hürde für Change-Kommunikation ist aus Sicht der PR-Experten die fehlende Dialogizität: 48 Prozent kritisieren, dass Change-Kommunikation noch zu oft auf "Senden" und zu wenig auf "Dialog" ausgerichtet ist.

Communication Tomorrow: Starke Veränderung des Kommunikationsjobs in den kommenden Jahren, aber die Branche sieht sich gut gerüstet

Knapp zwei Drittel der PR-Profis prognostizieren, dass sich ihr Arbeitsplatz innerhalb der nächsten Dekade stark verändern wird (61 Prozent). Einen Verlust der Arbeit fürchten aber die Wenigsten (drei Prozent). Die überwiegende Mehrheit der PR-Praktiker blickt optimistisch in die Zukunft: Sieben von zehn befragten Kommunikatoren denken, dass sie die Anforderungen, die der Kommunikationsjob in fünf Jahren mit sich bringt, völlig oder überwiegend erfüllen werden (72 Prozent).

PR-Rüstzeug der Zukunft: Digitalkompetenz und Anpassungsfähigkeit

Während in der Gegenwart insbesondere klassische Fachkompetenzen wie Textfertigkeit, strategisch-konzeptionelles Vorgehen und breites Allgemeinwissen eine sehr wichtige Rolle spielen, nehmen zukünftig Fähigkeiten mit technischem Anspruch einen immer höheren Stellenwert ein. Insbesondere das Produzieren von Multi-Media-Content wird den Befragten zufolge in den kommenden fünf Jahren viel wichtiger (31 Prozent), aber auch die datengetriebene Messung und Analyse wird stark an Bedeutung zunehmen (28 Prozent).

Dementsprechend glaubt eine überwiegende Mehrheit der Befragten, dass Digitalkompetenz in fünf Jahren genauso wichtig sein wird wie soziale, Fach- und Methodenkompetenz (73 Prozent).

Eigenverantwortung im Job wichtigste Voraussetzung für Zufriedenheit

Wenn es um die persönliche Zufriedenheit und die Sinnhaftigkeit der eigenen Arbeit geht, schätzen Kommunikatoren vor allem Eigenverantwortung und Selbstbestimmung. Noch vor Work-Life-Balance (60 Prozent) und Vertrauen in die Führungskräfte (55 Prozent) wird dieser Aspekt von den Befragten als sehr wichtig bewertet (61 Prozent).

Team vor Chef: New Leadership auf einem guten Weg

Im Bereich Teamarbeit ist die Kommunikationsbranche bereits gut aufgestellt. In über der Hälfte der befragten Medienstellen und Agenturen bringen die PR-Führungskräfte ihren Mitarbeitern derzeit schon viel Vertrauen entgegen (55 Prozent) und fördern Zusammenarbeit, Vernetzung und Kommunikation (51 Prozent). Jedoch nur knapp jeder dritte New Leader in der Branche führt derzeit demokratisch (31 Prozent), entwickelt aktiv Visionen (29 Prozent) oder begleitet, steuert und lebt Wandel im Team vor (29 Prozent).

Gender Equality: bereits viel Flexibilisierung, Elternzeit für männliche Führungskräfte grösster Wunsch

Ein ausgewogenes Geschlechterverhältnis auf Führungsebene meldet inzwischen mehr als jede dritte PR-Agentur (36 Prozent), in den Medienstellen dominieren hingegen weiterhin männliche Führungskräfte. Nur jeder sechste PR-Profi aus einem Unternehmen konstatiert ein ausgewogenes Verhältnis (17 Prozent).

Um die berufliche Weiterentwicklung der Geschlechter gleichermassen zu fördern, bieten Unternehmen und Agenturen derzeit vor allem Flexibilisierungsinstrumente wie Teilzeit (89 Prozent), Home-Office (88 Prozent) oder zeitlich flexibles Arbeiten an (73 Prozent). Bisher kaum gefördert wird hingegen der Vaterschaftsurlaub für Väter in Leitungspositionen. Nur jeder sechste Arbeitgeber ermutigt aktiv männliche Führungskräfte, eine Baby-Auszeit zu nehmen und damit indirekt die Frauen zu entlasten (16 Prozent). Noch weniger in der Praxis etabliert hat sich das Offenlegen von Gehältern (8 Prozent). Dementsprechend gross ist der Nachholbedarf bei diesen beiden Aspekten: Auf der Wunschliste der Kommunikationsprofis steht an erster Stelle die Förderung von Elternzeit für männliche Führungskräfte (37 Prozent), an zweiter Stelle eine transparente Lohngestaltung ihres Arbeitgebers, aber auch die Möglichkeit für Jobsharing auf Führungsebene (jeweils 29 Prozent).

Gleichwohl ist eine Teilzeitstelle derzeit für die meisten Befragten der Karriere-Killer Nummer eins, denn 88 Prozent der weiblichen und 91 Prozent der männlichen Befragten glauben, dass Leitungspositionen in der Kommunikation immer noch überwiegend als Vollzeitstellen ausgeschrieben und in der Konsequenz meist von Männern besetzt werden.

Weitere Ergebnisse:

- Nur fünf Prozent nutzen derzeit KI für das Verfassen von Medienmitteilungen und anderen Texten. Nur jeder zehnte Befragte plant zudem, zukünftig KI fürs Texten mit ins Boot zu holen (8 Prozent).
- Jeweils eine überwiegende Mehrheit der Befragten sagt, dass sie ohne digitale Technologien ihre Arbeit nicht erledigen kann (90 Prozent) und die damit einhergehenden neuen Arbeitsformen sie motivieren (87 Prozent) und ihre Arbeit produktiver machen (77 Prozent). Gleichwohl bemängeln drei Viertel, dass durch die Digitalisierung zu viele Informationen auf zu vielen Kanälen geteilt werden (76 Prozent).
- Flexibilität sowie Neugierde bzw. Aufgeschlossenheit sind die wichtigsten Sozialkompetenzen, die Kommunikationsprofis gegenwärtig benötigen (jeweils 67 Prozent). Adaptive Fähigkeiten wie diese, aber auch die Bereitschaft, sich auf Veränderungen einzulassen, werden aus Sicht der PR-Experten in den kommenden

fünf Jahren viel wichtiger.

news aktuell Trendreport 2020

Teilnehmer: 115 Zeitraum: Februar 2020 Form: Anonyme Onlinebefragung

Kostenfreier Download des news aktuell Trendreport 2020: <https://www.newsaktuell.ch/blog/trendreport-2020/>

Über news aktuell (Schweiz) AG:

news aktuell (Schweiz) AG wurde im Jahr 2000 von der nationalen Nachrichtenagentur KEYSTONE-SDA als Joint-Venture mit der deutschen Presseagentur dpa gegründet und gehört mittlerweile vollständig zur dpa-Gruppe. news aktuell verschafft Unternehmen und Organisationen einen effektiven Zugang zu Medien und Öffentlichkeit. Über die smarten Tools ots und renteria gelangen PR-Inhalte an alle Medienformate wie klassische Printtitel, Online-Portale oder soziale Netzwerke. Das Verbreitungsnetzwerk ots stellt Reichweite und Relevanz für multimediale PR-Inhalte her. Die PR-Software renteria bietet Qualitätskontakte für die persönliche Ansprache von Journalisten. Zusätzlich veröffentlicht news aktuell sämtliche PR-Inhalte seiner Kunden auf der Plattform www.presseportal.ch. Ein internationales Netzwerk für die Veröffentlichung von Unternehmensnachrichten rundet das Angebot ab. Somit werden weltweit alle relevanten Multiplikatoren erreicht, von Redaktoren, über digitale Influencer bis hin zu fachspezifischen Bloggern.

Medienkontakt:

news aktuell GmbH
Janina von Jhering
Stellvertretende Leiterin Konzernkommunikation
Telefon: +49 40/4113 - 32598
vonjhering@newsaktuell.de
<https://twitter.com/JvJhering>

Medieninhalte



Fit for Future? Die Vermessung der Kommunikationsbranche: news aktuell Trendreport 2020 erschienen. Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes ist für redaktionelle Zwecke honorarfrei. Veröffentlichung bitte unter Quellenangabe: "obs/news aktuell (Schweiz) AG"

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000003/100849853> abgerufen werden.