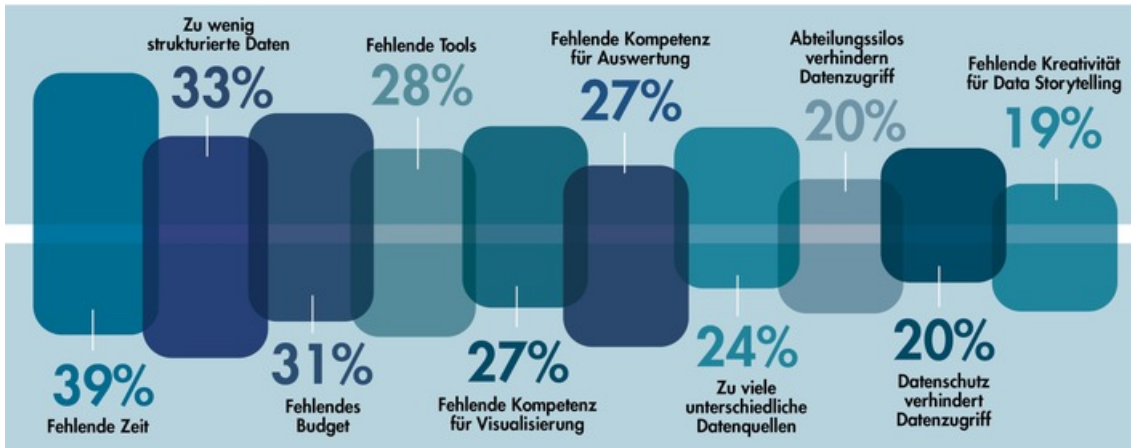


07.12.2022 – 08:00 Uhr

Die 10 grössten Hürden bei Daten-PR

KEINE ZEIT FÜR ZAHLEN

Die 10 grössten Hürden bei Daten-PR

na•news aktuell
Ein Unternehmen der dpa-Gruppe

FAKTEKONTOR

Quelle: Online-Befragung im Februar 2022 unter 231 Kommunikationsprofis aus Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen in Deutschland und der Schweiz. Mehrfachantworten möglich.

Zürich (ots) -

Die Mehrheit der PR-Schaffenden nutzt bereits Daten für die Erstellung von Kommunikationsinhalten. Zu wenig Zeit, unstrukturierte Daten und fehlendes Budget sind die grössten Hürden bei der Umsetzung von Daten-PR. Zu diesem Ergebnis kommt der PR-Trendmonitor von news aktuell und Faktenkontor. An der Befragung der dpa-Tochter und Faktenkontor haben 231 Fach- und Führungskräfte aus Unternehmenskommunikation und PR-Agenturen in Deutschland und der Schweiz teilgenommen.

Daten-PR oder auch Data Storytelling etabliert sich zunehmend in der Unternehmenskommunikation. Bereits 62 Prozent der Kommunikationsprofis nutzen Daten, um mit ihnen PR-Inhalte zu erstellen. 28 Prozent hingegen setzen bisher keine Daten-PR ein und haben es auch nicht für die Zukunft geplant. Die grösste Herausforderung bei der Umsetzung von Daten-PR ist der Mangel an Zeit: 39 Prozent der Befragten haben schlichtweg keine Kapazitäten, die Daten(-massen) auszuwerten und daraus Storys zu entwickeln. An zweiter Stelle der Hürden steht die mangelhafte Qualität der Daten: In jedem dritten Unternehmen liegt zu wenig strukturiertes Datenmaterial vor (33 Prozent). Fast ebenso oft fehlt es am Budget, um etwa externe Umfragen oder Studien zu beauftragen (31 Prozent).

Auch mangelt es an passenden Tools: 28 Prozent der Befragten vermissen geeignete Software im Unternehmen, um Daten aus den Systemen zu extrahieren, zu analysieren und auszuwerten. Fast genauso oft fehlt es nach Meinung der PR-Profis an der erforderlichen Kompetenz für Daten-PR: 27 Prozent glauben, dass es in ihrem Unternehmen zu wenig Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gibt, die Daten auswerten und/oder Daten (auch interaktiv oder animiert) visualisieren können. Jedes vierte Unternehmen verfügt ausserdem über zu viele unterschiedliche Datenquellen, die eine stringente Auswertung komplex, zeitaufwändig oder ganz unmöglich machen (24 Prozent).

In jedem fünften Unternehmen verhindert eine schlechte interne Vernetzung erfolgreiche Daten-PR: 20 Prozent der Kommunikationsprofis beklagen, dass Abteilungssilos und eine mangelnde interne Zusammenarbeit den Zugriff auf die benötigten Daten erschweren. Ebenso häufig verhindern Datenschutzregeln das Auslesen und Analysieren der Daten (20 Prozent). Kaum seltener bremsen sich die Befragten aber selbst aus: 19 Prozent fehlt es schlichtweg an Kreativität, um aus den Daten erzählenswerte Geschichten zu machen. Am eigenen Willen scheitert es dabei aber nicht: Nur 8 Prozent der PR-Profis mangelt es an der nötigen Motivation, Daten-PR zu lernen.

Daten-PR-Kenntnisse: genügend

Jeder vierte Kommunikationsprofi schätzt seine eigene Kompetenz in Sachen Daten-PR als genügend ein und würde sich die Schulnote 4 geben (26 Prozent). Nur 3 Prozent bescheinigen sich ein "sehr gut". Jeder fünfte Befragte beurteilt seine eigenen Kenntnisse in Daten-PR mit der Note "gut" (21 Prozent). Ebenso häufig geben sich die Befragten allerdings die Note "schwach" (23 Prozent). Jeder zehnte PR-Profi schreibt sich bei Daten-PR die Note 3 zu (ungenügend: 11 Prozent). Gar keine Kompetenz in dieser Disziplin haben wiederum nach eigener Einschätzung 8 Prozent der PR-Schaffenden (Note 1).

Alle Ergebnisse noch einmal auf einen Blick:

Nutzung von Daten-PR in der Unternehmenskommunikation

- Ja, oft 14%
- Ja, manchmal 32%
- Ja, selten 16%
- Nein, aber ist für die Zukunft geplant 12%
- Nein, auch bisher nicht für die Zukunft geplant 16%
- Daten-PR kenne ich nicht 6%
- Weiss nicht 4%
- Ja 62%
- Nein 28%

Herausforderungen von Daten-PR im Unternehmen (Mehrfachnennungen möglich):

- Fehlende Zeit 39%
- Zu wenig strukturierte Daten 33%
- Fehlendes Budget 31%
- Fehlende Tools 28%
- Fehlende Kompetenz für Visualisierung 27%
- Fehlende Kompetenz für Auswertung 27%
- Zu viele unterschiedliche Datenquellen 24%
- Abteilungssilos verhindern Datenzugriff 20%
- Datenschutz verhindert Datenzugriff 20%
- Fehlende Kreativität für Data Storytelling 19%
- Grundsätzlich zu wenig Datenmaterial 19%
- Daten-PR wird losgelöst von Kommunikationsstrategie umgesetzt bzw. zählt nicht auf Kommunikationsziele ein. Mehrwert dadurch unklar. 11%
- Fehlende Motivation, Daten-PR zu lernen 8%
- Es gibt keine Herausforderungen mit Daten-PR. 6%

Kenntnisstand Daten-PR bei Kommunikationsprofis (Selbsteinschätzung):

- Sehr gut (6) 3%
- Gut (5) 21%
- Genügend (4) 26%
- Ungenügend (3) 11%
- Schwach (2) 23%
- Schlecht (1) 8%
- Weiss nicht 8%

Durchschnittsnote 4,2

Quelle: PR-Trendmonitor von news aktuell und Faktenkontor. Online-Befragung im Februar 2022 unter 231 Kommunikationsprofis aus Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen in Deutschland und der Schweiz.

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 Medienschaaffenden. Zusätzlich veröffentlicht news aktuell sämtliche PR-Inhalte seiner Kundschaft auf der

Plattform www.presseportal.ch. Ein internationales Netzwerk für die Veröffentlichung von Unternehmensnachrichten rundet das Angebot ab. Somit werden weltweit alle relevanten Zielgruppen erreicht, von Redaktionen, über digitale Influencerinnen und Influencer bis hin zu fachspezifischen Blogs.

Pressekontakt:

news aktuell GmbH

Janina von Jhering

Stellvertretende Leiterin Konzernkommunikation

Telefon: +49 40/4113 - 32598

vonjhering@newsaktuell.de

<https://twitter.com/JvJhering>

Medieninhalte



Zu wenig Zeit, unstrukturierte Daten und fehlendes Budget sind die grössten Hürden für erfolgreiche Daten-PR. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage von news aktuell und Faktenkontor. 231 Fach- und Führungskräfte aus Unternehmenskommunikation und PR-Agenturen in Deutschland und der Schweiz haben an der Befragung teilgenommen. / 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/100000003/100899798> abgerufen werden.