

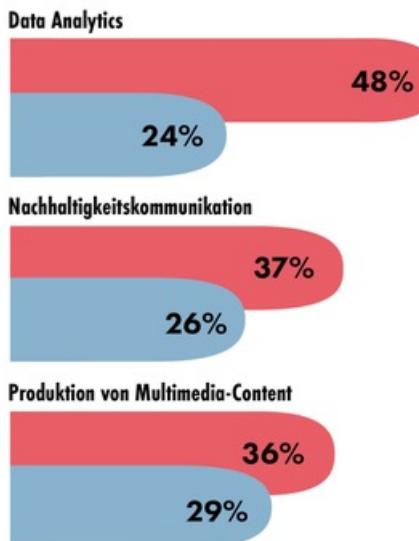
19.10.2023 – 08:00 Uhr

PR-Weiterbildung: Nachholbedarf bei Data Analytics und Nachhaltigkeitskommunikation am grössten

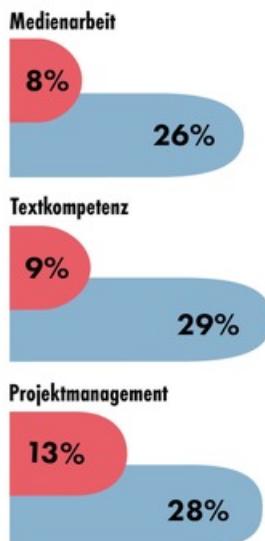
Fit for future? Fehlanzeige!

Die grössten Weiterbildungslücken der PR-Branche

Viel Bedarf – wenig Förderung



Wenig Bedarf – viel Förderung



● Weiterbildungsbedarf ● Förderung durch Unternehmen

Zürich (ots) -

In den Bereichen Data Analytics und Nachhaltigkeitskommunikation wünschen sich PR-Schaffende am häufigsten Weiterbildungen. Doch bisher gibt es nur vereinzelt dementsprechende Angebote von Unternehmen. Dabei gehören Daten-Know-how und Nachhaltigkeitskommunikation für die Kommunikationsprofis zu den Top-Kompetenzen der Zukunft. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle PR-Trendmonitor der dpa-Tochter news aktuell und PER. An der Befragung haben 297 PR-Fach- und Führungskräfte aus der Schweiz und aus Deutschland teilgenommen.

Grosser Weiterbildungswunsch bei Daten- und Nachhaltigkeitsthemen

Auf Platz 1 der am dringendsten benötigten Fähigkeiten stehen Skills mit technischem Anspruch: Knapp jeder zweite Befragte wünscht sich im Bereich Data Analytics eine Fortbildung (48 Prozent). Auf Platz 2 folgt Nachhaltigkeitskommunikation (37 Prozent). Knapp dahinter steht der Wunsch, sich in der Produktion von Multimedia-Content weiterzubilden (36 Prozent). Knapp jeder dritte Befragte erachtet einen Ausbau seiner Skills in den Bereichen Social-Media-Management (29 Prozent) sowie Strategie und Konzeption (28 Prozent) für sinnvoll.

Eher weniger Weiterbildungsbedarf sehen die Befragten hingegen bei Projektmanagement-Kompetenzen, interner Kommunikation (jeweils 13 Prozent) sowie Paid Media und Marktforschung (jeweils 12 Prozent). Die klassischen Kommunikationsbereiche Textkompetenz (9 Prozent) und Medienarbeit (8 Prozent) werden am wenigsten nachgefragt.

Aktuelle Weiterbildungsangebote der Unternehmen nicht mehr zeitgemäss

Zwar fördert die grosse Mehrheit der Unternehmen die Verbesserung von Skills, nur in gut jedem Zehnten werden bisher keine Weiterbildungsmassnahmen angeboten (13 Prozent). Doch in einigen Bereichen geht die Förderung am Bedarf vorbei. Obwohl eine persönliche Weiterbildung in Datenerhebung und Datenauswertung am dringlichsten gebraucht wird, machen bisher nur wenige Unternehmen ihre Kommunikationsabteilungen in Sachen Data Analytics fit: Bei knapp jedem zweiten Befragten gibt es hier eine Nachfrage (48 Prozent), doch nur jedes vierte Unternehmen bietet Trainings in Sachen Daten-Know-how an (24 Prozent). Auch beim Thema Nachhaltigkeitskommunikation gibt es ein grosses Gap zwischen persönlichem Bedarf und Förderung durch das Unternehmen: 37 Prozent wünschen sich hier Unterstützung, nur 26 Prozent erhalten sie aktiv in Form von Weiterbildungen.

In den klassischen Kommunikationsdisziplinen investieren die Unternehmen wiederum viel in Fortbildung, obwohl der Bedarf nach Meinung der Befragten eher gering ausfällt: So fördert fast jedes dritte Unternehmen Textkompetenz (29 Prozent), obwohl nur jeder zehnte PR-Profi persönlich in diesem Bereich Bedarf sieht (9 Prozent). Ähnlich gross ist die Diskrepanz bei der Medienarbeit, bei der jedes vierte Unternehmen Weiterbildung anbietet (26 Prozent), aber nur 8 Prozent es für sinnvoll erachten, hier ihre Skills weiter zu verbessern. Auch für Projektmanagement stellt knapp jedes dritte Unternehmen Trainings zur Verfügung (28 Prozent), obwohl nur gut jeder Zehnte Bedarf darin hat (13 Prozent).

Unternehmen noch nicht für die Zukunft gerüstet

Die Diskrepanz zwischen individuellem Weiterbildungsbedarf und tatsächlichem Weiterbildungsangebot der Unternehmen spiegelt sich auch in den Antworten der Befragten zu den zukünftigen Top-Kompetenzen der PR-Branche wider. Demnach wird die Kommunikation zu Nachhaltigkeit für 41 Prozent der Befragten in den kommenden zwei Jahren viel wichtiger. Auch technische Skills - insbesondere Datenerhebung und -auswertung - werden zukünftig stark an Bedeutung gewinnen, davon geht jeder dritte PR-Profi aus (32 Prozent). Doch ebenso nimmt die Relevanz bestimmter Softskills sehr zu. So rücken nach Meinung der PR-Profis zukünftig die Fähigkeit kritisch zu denken (36 Prozent) und sich neugierig auf Veränderungen einzulassen (33 Prozent) viel stärker in den Fokus. Auch die emotionale Intelligenz wird für jeden vierten befragten Kommunikationsprofi stark an Bedeutung zunehmen (25 Prozent).

Kein grosser Bedeutungszuwachs wird hingegen der klassischen Medienarbeit zugeschrieben. Nur 6 Prozent glauben, dass diese Kompetenz in den kommenden zwei Jahren viel wichtiger wird. Allerdings schreibt ihr die Mehrheit der Befragten auch weiterhin eine gleichbleibende Bedeutung im Skill-Koffer zu (54 Prozent). Ähnlich verhält es sich mit der Textkompetenz. Nur für 12 Prozent wird diese Fähigkeit zukünftig viel wichtiger, 43 Prozent gehen aber davon aus, dass die Arbeit an Texten nicht an Bedeutung verlieren wird.

Alle Ergebnisse auf einen Blick:

Wichtigste Bereiche für die persönliche Weiterbildung:

- Data Analytics 48%
- Nachhaltigkeitskommunikation 37%
- Produktion von Multimedia-Content 36%
- Social-Media-Management 29%
- Strategie und Konzeption 28%
- SEO 26%
- Krisenkommunikation 23%
- Influencer Relations 20%
- Kreativität 16%
- Interkulturelle Kompetenz 16%
- Projektmanagement 13%
- Interne Kommunikation 13%
- Paid Media 12%
- Marktforschung/Studien/Umfragen 12%
- Textkompetenz 9%
- Medienarbeit 8%
- Keine davon, ich brauche keine Weiterbildung 2%

Vom Unternehmen geförderte Weiterbildung:

- Social-Media-Management 34%
- Produktion von Multimedia-Content 29%

- Textkompetenz 29%
- Projektmanagement 28%
- Strategie und Konzeption 28%
- SEO 27%
- Nachhaltigkeitskommunikation 26%
- Medienarbeit 26%
- Kreativität 24%
- Data Analytics 24%
- Krisenkommunikation 22%
- Interne Kommunikation 19%
- Interkulturelle Kompetenz 15%
- Influencer Relations 13%
- Marktforschung/Studien/Umfragen 13%
- Paid Media 10%
- In meinem Unternehmen gibt es keine Weiterbildungsmassnahmen 13%

Methoden der Förderung:

- Externe Weiterbildungsangebote (Seminare, Workshops, etc.) 73%
- Training on the Job 60%
- Externe digitale Lernplattformen 39%
- Interner Wissensaustausch über Corporate Learning Communities 37%
- Interne digitale Lernplattformen 30%

Kommunikationskompetenzen, die in den nächsten zwei Jahren viel wichtiger werden:

- Nachhaltigkeitskommunikation 41%
- Kritisches Denken 36%
- Neugier/Veränderungswille 33%
- Data Analytics 32%
- Emotionale Intelligenz 25%
- Kreativität 24%
- Strategie und Konzeption 23%
- Produktion von Multimedia-Content 23%
- Interkulturelle Kompetenz 20%
- Interne Kommunikation 19%
- Krisenkommunikation 16%
- SEO 13%
- Social-Media-Management 13%
- Textkompetenz 12%
- Marktforschung/Studien/Umfragen 10%
- Paid Media 9%
- Projektmanagement 8%
- Medienarbeit 6%
- Influencer Relations 5%

Quelle: PR-Trendmonitor von news aktuell und PER. Online-Befragung im Februar 2023 unter 297 Kommunikationsprofis aus Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen in der Schweiz und in Deutschland.

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 Medienschaffenden. Zusätzlich veröffentlicht news aktuell sämtliche PR-Inhalte seiner Kundenschaft 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:

Medienkontakt:
news aktuell (Schweiz) AG
Dr. Beatrix Ta
Projektmanagerin Konzernkommunikation
Telefon: +49 89/52394 - 38704
ta@newsaktuell.de

Medieninhalte



Ist PR-Weiterbildung noch zeitgemäss? In den Bereichen Data Analytics und Nachhaltigkeitskommunikation ist der Nachholbedarf am grössten. Bei Medienarbeit und Textkompetenz gibt es hingegen wenig Bedarf, doch diese Kompetenzen fördern die Unternehmen im Verhältnis zur Nachfrage stark. Das ergab eine Umfrage von news aktuell und PER. 297 Fach- und Führungskräfte aus Unternehmenskommunikation und PR-Agenturen in der Schweiz und in Deutschland haben an der Befragung teilgenommen. / Weiterer Text über ots und www.presseportal.ch/de/nr/100000003 / Die Verwendung dieses Bildes für redaktionelle Zwecke ist unter Beachtung aller mitgeteilten Nutzungsbedingungen zulässig und dann auch honorarfrei. Veröffentlichung ausschließlich mit Bildrechte-Hinweis.

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100000003/100912486> abgerufen werden.