

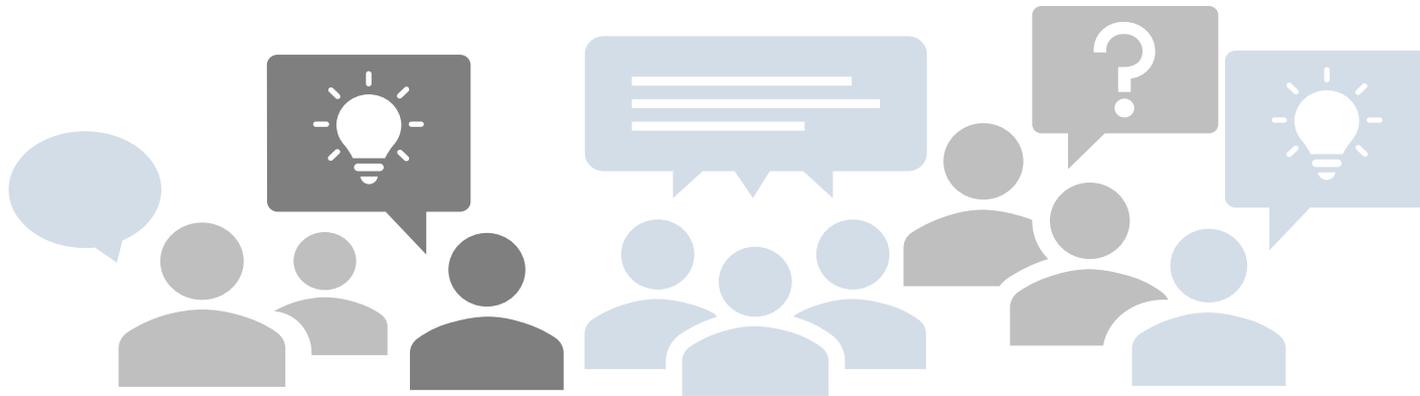
M > F

.GPRA'

Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen in Deutschland

Umfragen, Analyse und Beratung

Bewertung der Arbeit von Kommunikationsberatern und -agenturen



MENTE > FACTUM

März 2020

Klaus-Peter Schöppner

Studiensteckbrief



Bundesrepublik
Deutschland



Chefs größerer Unternehmen
(50+) in Handel/DL/Industrie



n = 152 Befragte



Telefonische Interviews
(CATI ad hoc)



24.02.2020 bis
11.03.2020

Methodischer Hinweis: Da die dargestellten Anteilswerte auf ganze Zahlen gerundet sind, kann es vorkommen, dass sie sich nicht zu 100 Prozent aufsummieren. Aus demselben Grund können durch Addition zusammengefasste Kategorien (z. B. „Top-Two-Werte“ wie: „sehr

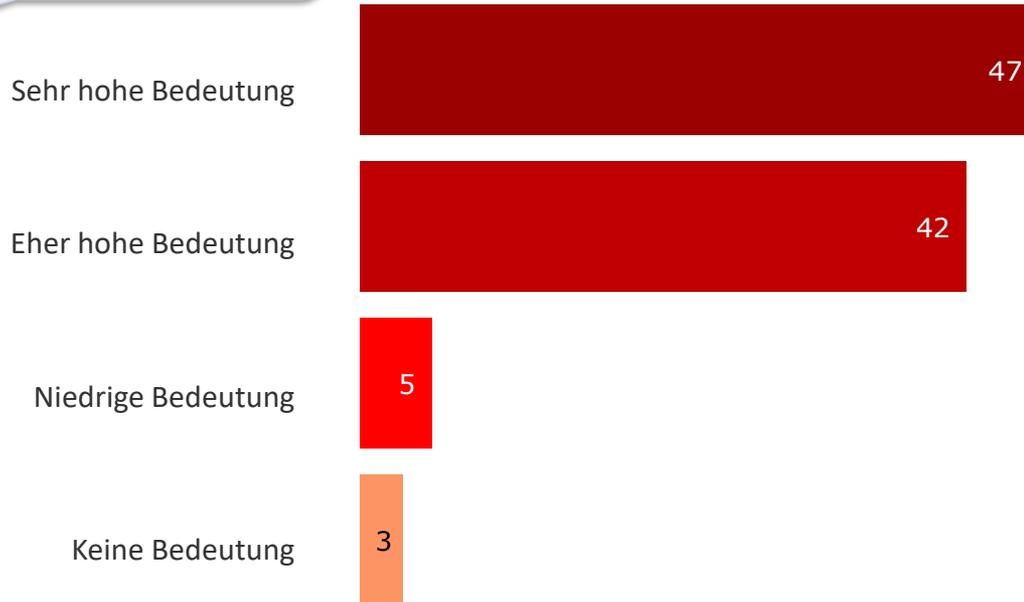
zufrieden“ + „eher zufrieden“) von der Summe der dargestellten Einzelkategorien abweichen. Bei Fragen mit mehreren möglichen Antwortoptionen können die aufaddierten Nennungen 100 Prozent überschreiten.

Bedeutung der Kommunikationsberatung im eigenen Unternehmen ^{GPRA}

Kommunikationsberatung hat in Unternehmen 50+ eine überragende Bedeutung: 89 Prozent messen der internen und externen Kommunikationsberatung eine hohe Bedeutung bei. Dieses Resultat verbessert sich noch dadurch, dass der Anteil der Enthusiasten („sehr hoch“) mit 47 Prozent extrem deutlich ausfällt.

Die Kommunikationsberatung hat in meinem Unternehmen auf der Geschäftsleitungsebene eine ...

47% der Befragten gaben an, dass die Bedeutung der Kommunikationsberatung in ihrem Unternehmen auf der Geschäftsleitungsebene sehr hoch ist.



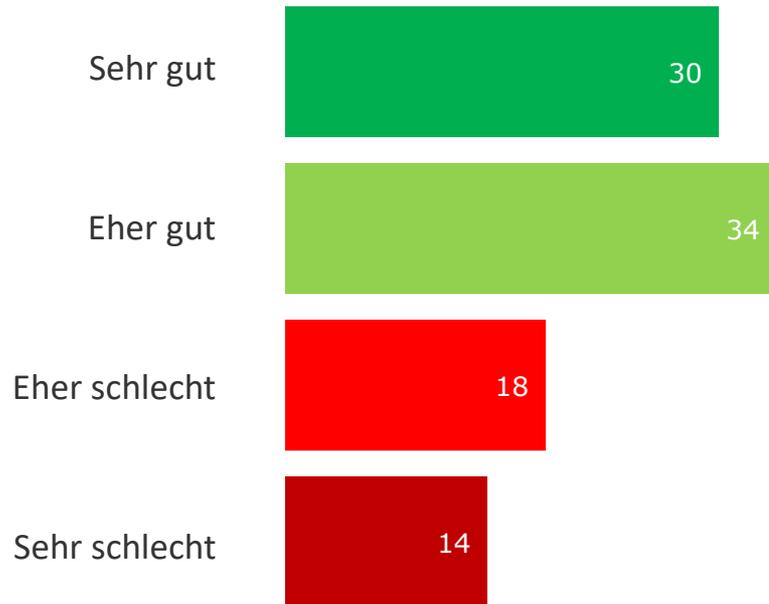
Angaben in %

Ruf externer Kommunikationsberater in Deutschland

Der Ruf der Kommunikationsberater bzw. -agenturen ist im Grundsatz gut: Knapp zwei Drittel der befragten Unternehmen halten ihn für ‚gut‘, 32 Prozent für ‚schlecht‘. Ein positiver Bias sollte berücksichtigt werden: Schließlich werden ja nur die Berater/ Agenturen bewertet, die aus einem Wettbewerbsprozess positiv hervorgegangen sind.

Für mich ist der Ruf von externen Kommunikationsberatern ...

64% der Befragten gaben an, dass externe Kommunikationsberater bzw. Kommunikationsagenturen in Deutschland einen ‚guten‘ Ruf haben.

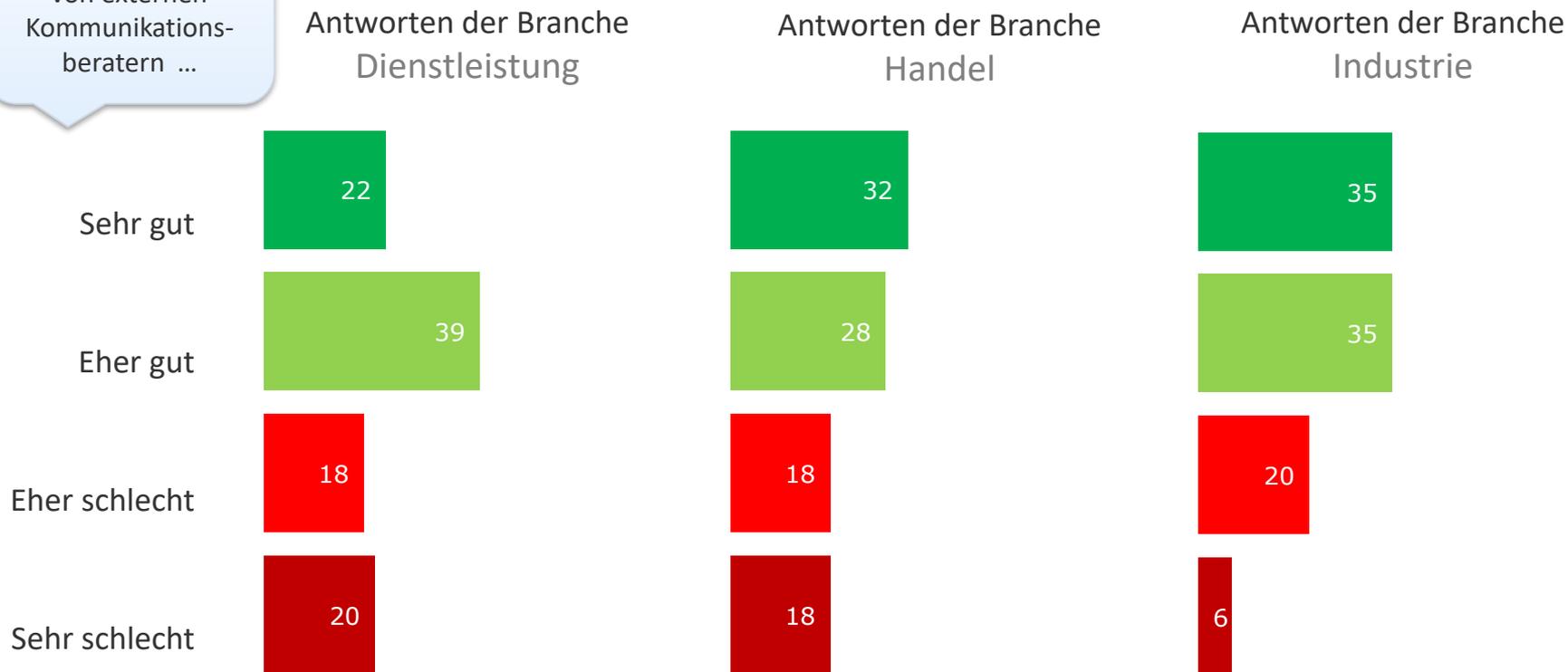


Angaben in %

Ruf externer Kommunikationsberater nach Branchen

Industrieunternehmen bewerten ihre Kommunikationspartner überdurchschnittlich gut. Unter ihnen ist mit 35 Prozent die Quote der Enthusiasten besonders hoch.

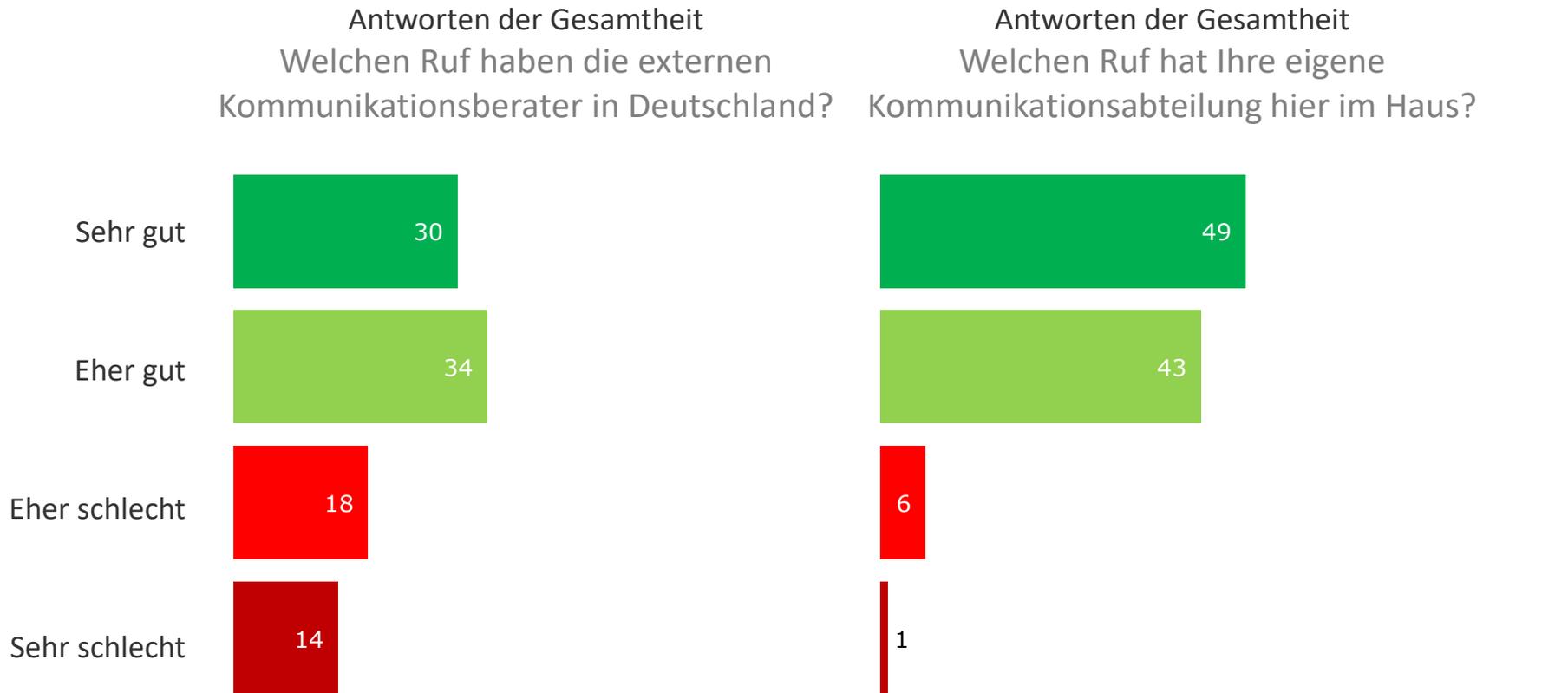
Für mich ist der Ruf von externen Kommunikationsberatern ...



Angaben in %

Urteilsvergleich externer und interner Kommunikation

Der Vergleich zwischen interner und externer Kommunikation fällt entsprechend eindeutig zugunsten des eigenen Hauses aus: 92:64 - so die Quote der Zufriedenen mit der eigenen Abteilung bzw. der Kommunikationsbranche schlechthin.



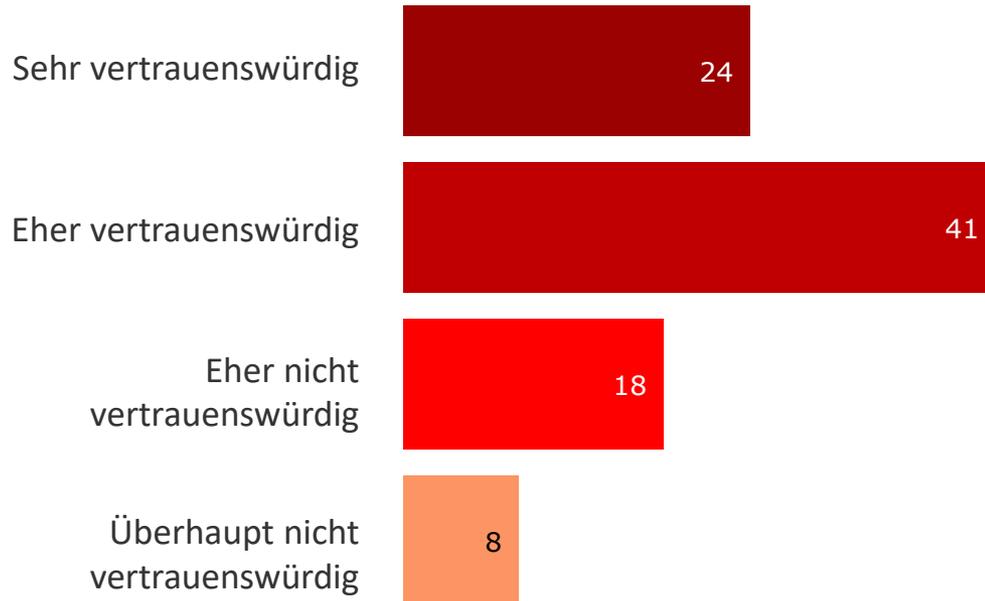
Angaben in %

Sind Kommunikationsberater vertrauenswürdig?

Angesichts der Bedeutung des Faktors ‚Vertrauen‘ schneidet die Branche moderat gut ab: Immerhin vertrauen zwei Drittel den Kommunikationsberatern, allerdings ist der Anteil der ‚Enthusiasten‘ mit 24 Prozent eher moderat.

Für mich ist die Arbeit von Kommunikationsberatern ...

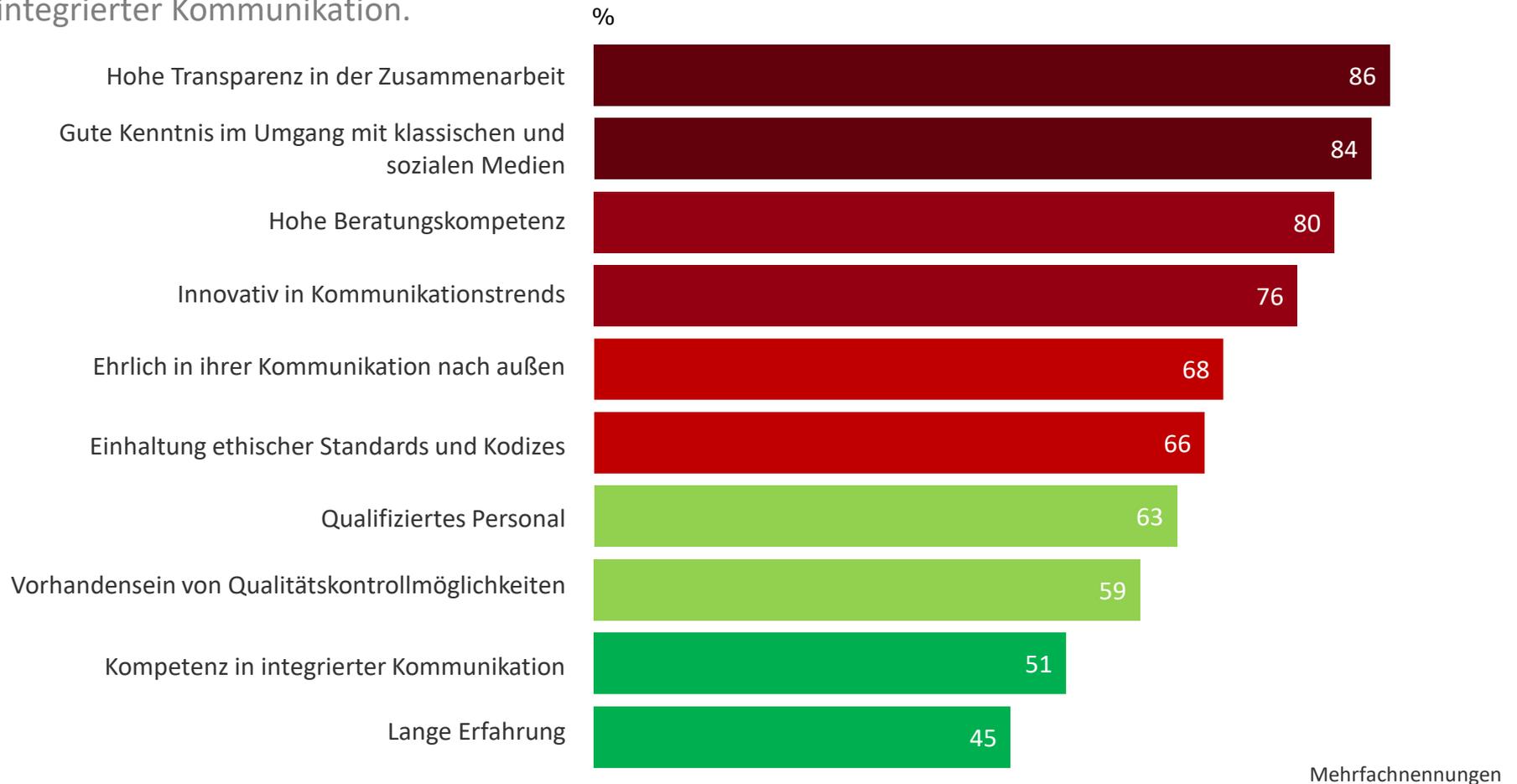
24% der Befragten halten die Arbeit von Kommunikationsberatung für ‚sehr‘ vertrauenswürdig.



Angaben in %

Wichtigkeit von Qualitätskriterien externer Kommunikationsberater GPRAs

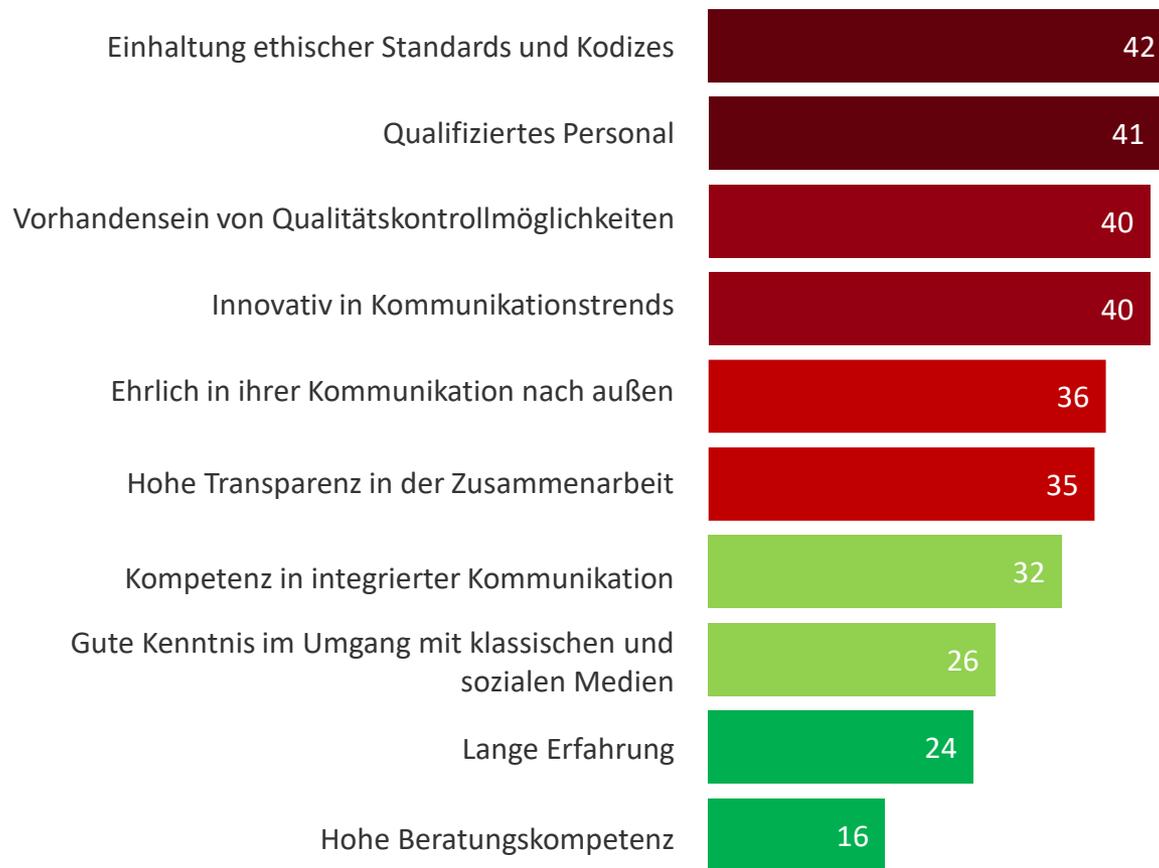
Das Ranking der Qualitätskriterien nach Wichtigkeit ist aufschlussreich: Transparenz, gute Kenntnis in klassischen wie auch sozialen Medien, aber auch eine hohe Beratungskompetenz sind die Treiber für ein gutes Branchenurteil. Weniger ins Gewicht fallen: Langjährige Erfahrung sowie Kompetenz in integrierter Kommunikation.



Defizite externer Kommunikationsberater

Das Defizit-Urteil der befragten Unternehmen fällt eher moderat aus: Nie mehr als 42 Prozent, oftmals deutlich weniger, stellen Defizite bei Kommunikationsberatern bzw. -agenturen fest: Das sind vor allem: Fehlende Einhaltung ethischer Standards / Personalqualität / mangelnde Qualitätskontrollmöglichkeiten sowie fehlende Innovation

%

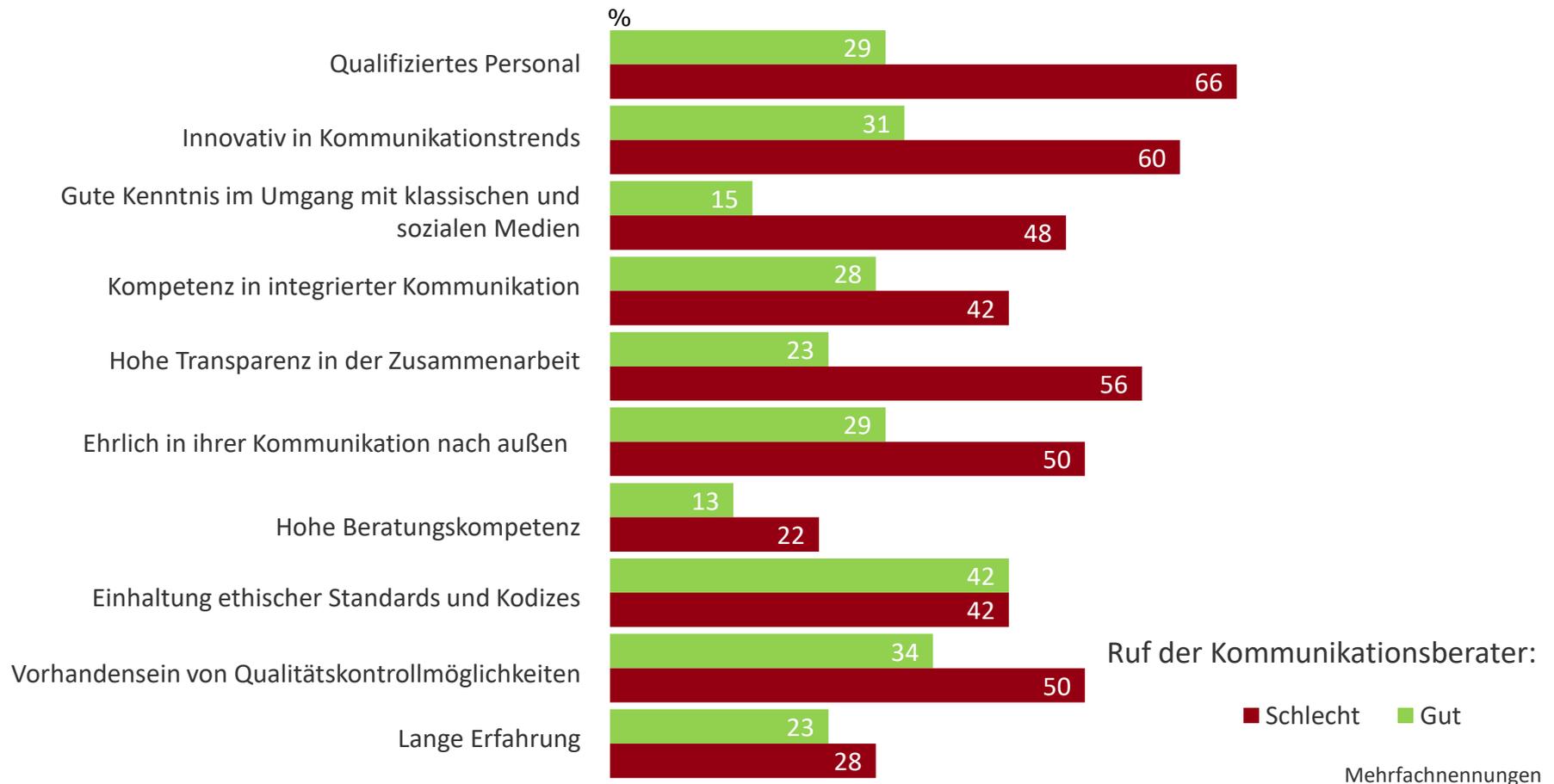


Ergebnisse nach Addition von „sehr groß/eher groß“

Mehrfachnennungen

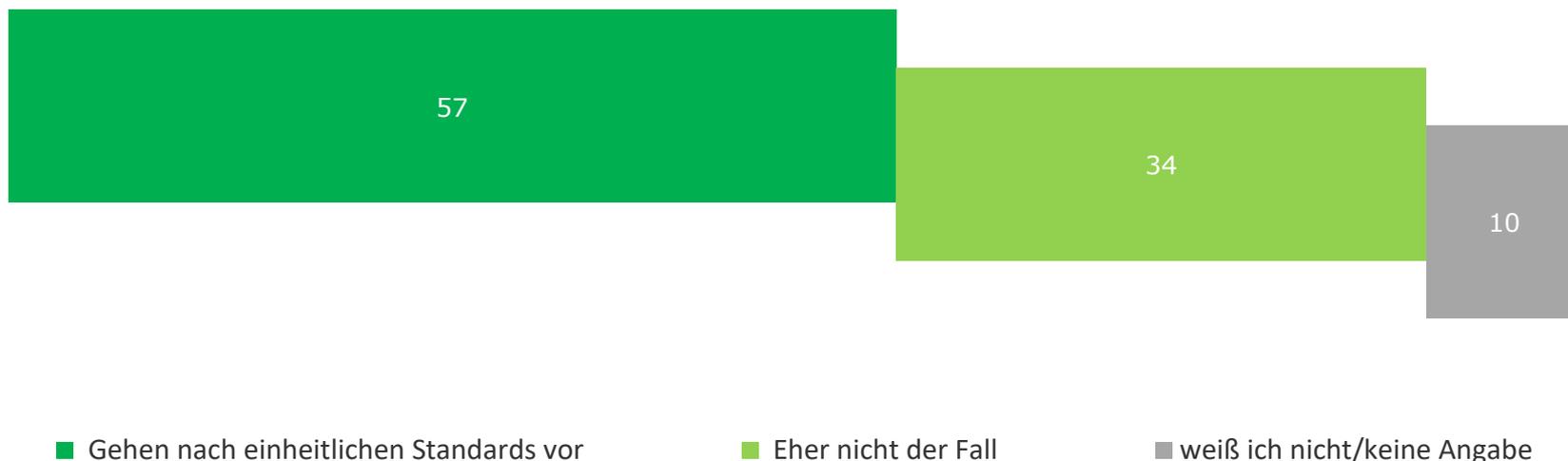
Defizitvergleich: Unternehmer mit gutem bzw. schlechtem Beraterurteil

Kompetenz, guter Ruf und damit auch der Akquisitionserfolg hängen im Wesentlichen von den vier Faktoren ab, bei denen die Defizit-Diskrepanz zwischen gutem und schlechtem Ruf am größten ist: Das sind: Innovation / Ehrlichkeit / Einhaltung ethischer Standards sowie Kompetenz.



Eine leicht überwiegende Anzahl von Unternehmen glaubt, die Kommunikationsbranche würde schon jetzt nach einheitlichen Standards vorgehen. Da jedoch der Anteil der Verneiner mit 34 Prozent ebenfalls deutlich ausgeprägt ist, ist eine große Unsicherheit bei dieser Frage zu vermuten.

57% der Befragten sind der Meinung,
dass Kommunikationsberater bzw. -agenturen nach einheitlichen Standards vorgehen.

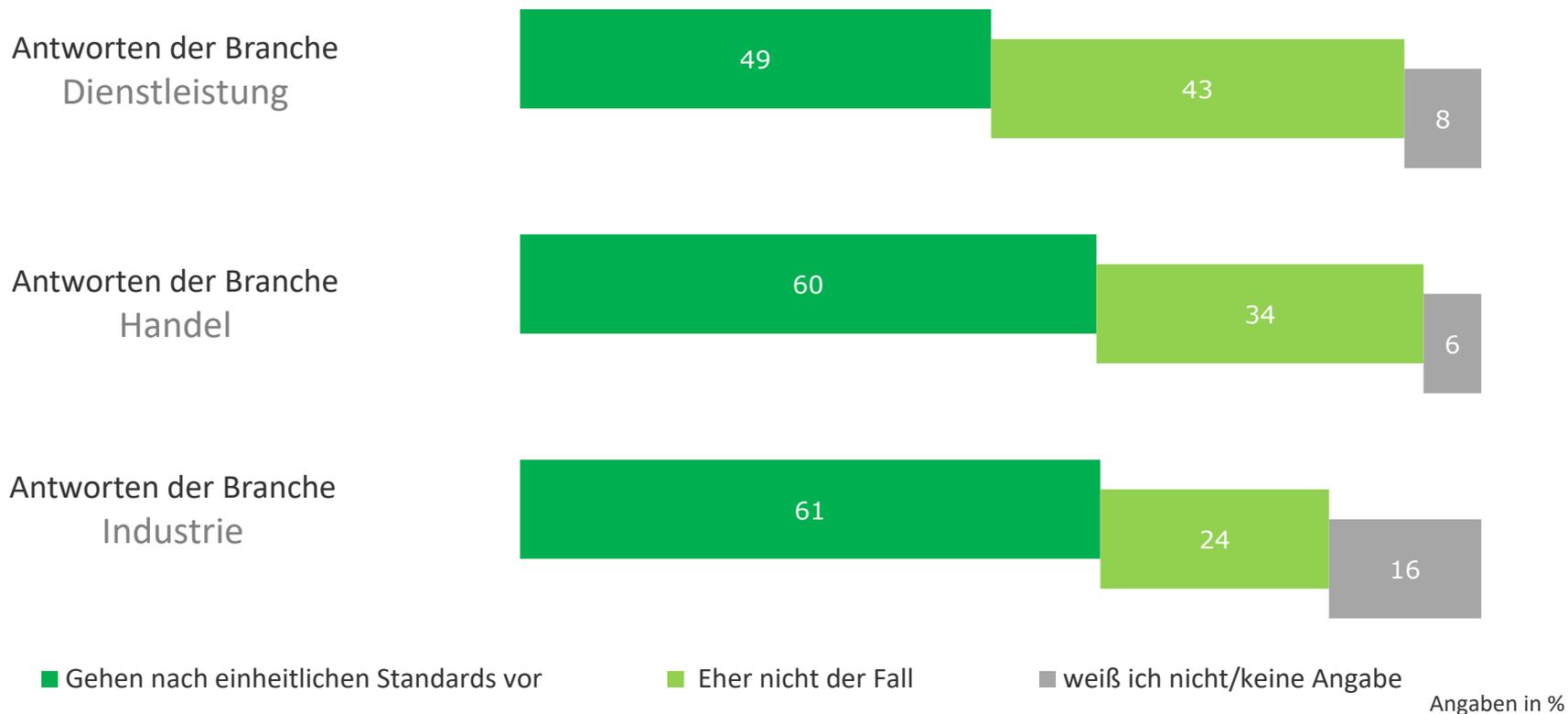


Angaben in %

Einheitliche Standards? Nach Branche

Vor allem bei den Dienstleistern werden ‚einheitlicher Standards‘ oftmals angezweifelt. Vielleicht liegt das daran, dass diese in der eigenen Branche deutlich seltener als bei Handel und Industrie anzutreffen sind?

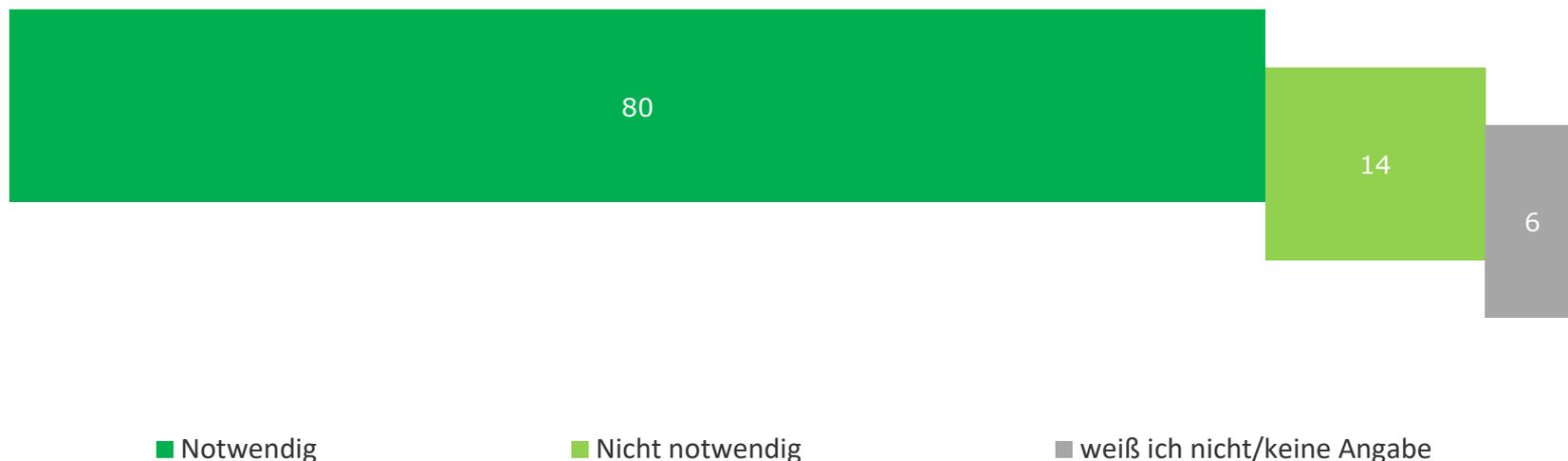
Für mich gehen Kommunikationsberater bzw. -agenturen ...



Einheitliche Standards notwendig?

Über die Notwendigkeit ‚Einheitlicher Branchenstandards‘ gibt es keinen Zweifel: Vier von fünf Unternehmer sprechen sich dafür aus, ein Zeichen für die Wichtigkeit von Implementierung und Kommunizierung.

80% der Befragten gaben an,
dass einheitliche Standards bei Kommunikationsberatern bzw. -agenturen notwendig sind.

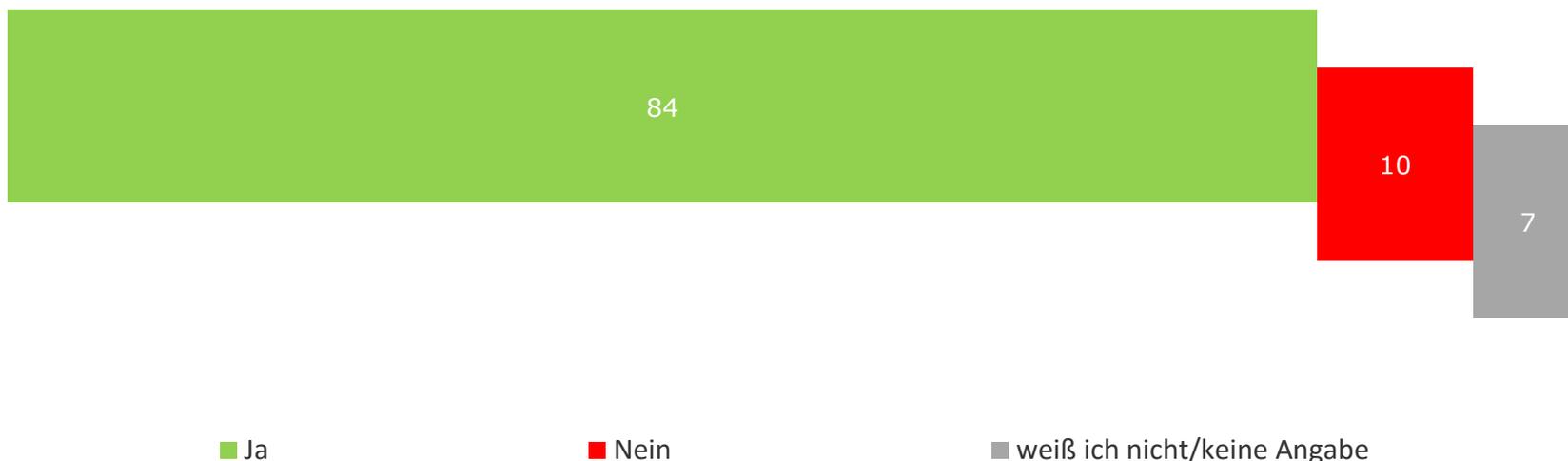


Angaben in %

Sind Qualitätsstandards Akquisitionskriterium?

Die Existenz von Qualitätsstandards haben eine enorme Bedeutung: Für 84 Prozent der Unternehmen sind diese Verbindlichkeiten in der Agenturarbeit ein wichtiges Auswahlkriterium. Qualitätsstandards sind ein ‚Muss‘ und gehören kommuniziert!

84% der Befragten gaben an, dass Sie Agenturen, die auf Basis verbindlicher Qualitätsstandards Beratungsleistungen anbieten, bei der Auswahl bevorzugen.



Angaben in %