

PR-Wirtschaft 2009: Stimmung auf dem Tiefpunkt

- **Schlechte Prognosen aber auch Optimismus**

*Zukunftsansichten
sind düster*

Hamburg, 15. Juli 2009 – Die Stimmung in der Kommunikationsbranche hat ihren tiefsten Stand seit Januar 2005 erreicht. Das zeigt der Geschäftsklimaindex der PR-Wirtschaft im Zeitvergleich. Er spiegelt die Erwartung der Agenturen und Pressestellen an steigende Honorare oder Budgets wider. Gegenüber dem Boomjahr 2007 mit einem Indexwert von 134 ist der Wert im ersten Halbjahr 2009 um mehr als die Hälfte eingebrochen. Sogar im Krisenherbst 2008 war die Stimmung noch deutlich besser. Und noch immer sind die Aussichten der Befragten düster: Nahezu jede dritte PR-Agentur oder Pressestelle erwartet weiterhin einbrechende Etats und sogar jede zweite PR-Fachkraft kann die Angst um ihren Arbeitsplatz momentan nicht von sich weisen. Das ist das Ergebnis des aktuellen PR-Trendmonitors, in dem mehr als 1.600 Fach- und Führungskräfte aus der PR-Branche von news aktuell und Faktenkontor befragt wurden.

*Produzierendes
Gewerbe lahmt*

Besonders stark sind die Pressestellen aus dem Produzierenden Gewerbe betroffen. Hier ist die Wirtschaftsflaute am stärksten zu spüren. Mehr als 40 Prozent der Befragten rechnet dort mit Budgetkürzungen – drei von zehn PR-Fachkräften befürchten hier sogar ein Minus von mehr als zehn Prozent. Dagegen sieht die Situation im Dienstleistungssektor etwas besser aus. Nur knapp 30 Prozent der Pressestellen rechnen hier mit einer negativen Entwicklung ihres Kommunikationsbudgets.

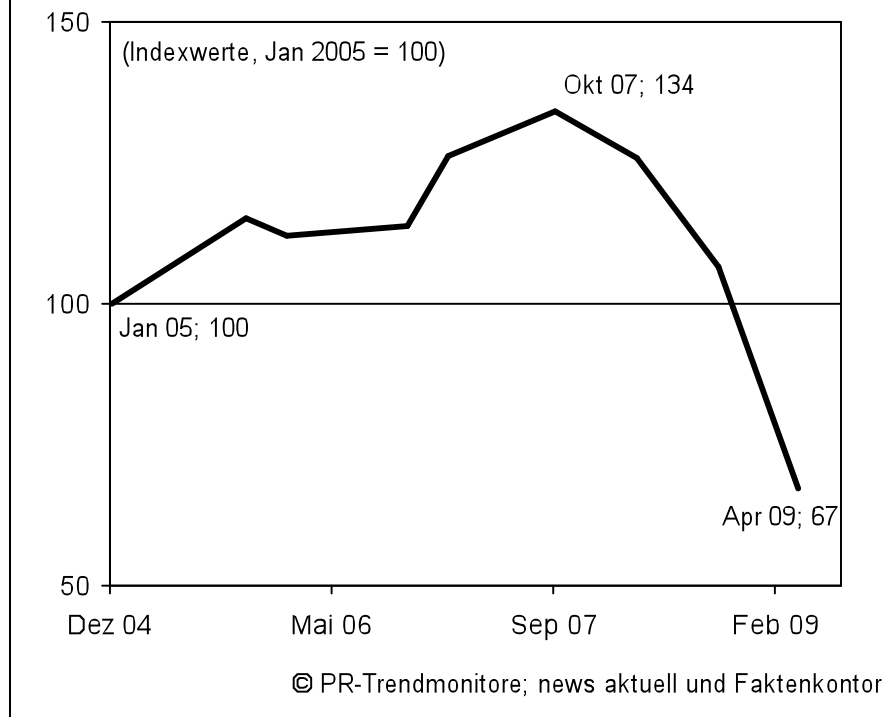
*Trotz Flaute gibt es
Optimisten*

Trotz schlechter Branchenstimmung gibt es aber auch einige Optimisten. So blickt insgesamt schon jede fünfte Agentur und Pressestelle wieder positiver auf das aktuelle Geschäftsjahr und rechnet mit Honorar oder Budgetzuwachsen von bis zu 10 Prozent oder sogar mehr. Krisensicher sehen sich vor allem auch Fach- und Führungskräfte aus PR-Abteilungen der Öffentlichen Verwaltung. Nur etwa jeder Sechste befürchtet hier für das Jahr 2009 weitere Budgetkürzungen.

*PR-Profis müssen
Kosten drücken*

Als Reaktion auf die angespannte wirtschaftliche Lage treten drei Viertel der Pressestellen und Agenturen auf die Kostenbremse. Unternehmenseigene PR-Abteilungen wollen dabei vor allem auf die Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern verzichten (37 Prozent) sowie bei Geschäftsreisen Kosten drücken (32 Prozent). Dagegen konzentrieren sich die befragten Agenturen in erster Linie auf Einsparungen bei den Personalkosten (34 Prozent). Daneben kommen aber auch die Ausgaben für Fortbildungsmaßnahmen, die Arbeitsplatzausstattung sowie Dienstwagen auf den Prüfstand.

PR-Branche: Geschäftsklima im Zeitvergleich



Geschäftserwartung der PR-Wirtschaft fällt auf historisches Tief.

Infos zur Studie und zum Index

Der PR-Trendmonitor stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung dar, die news aktuell und Faktenkontor zweimal jährlich durchführen. Untersuchungsschwerpunkte sind dabei aktuelle Tendenzen und Entwicklungen in der Kommunikationsbranche. Für die aktuelle Ausgabe wurden im April 2009 insgesamt mehr als 1.600 Fach- und Führungskräfte aus PR-Abteilungen und PR-Agenturen befragt. Der aktuelle Geschäftsklimaindex, von dem hier die Rede ist, ergibt sich aus den PR-Trendmonitoren der Jahre 2005 bis 2009. Je höher der Wert ausfällt, desto freundlicher gestaltet sich die Stimmung in der PR-Wirtschaft.

*Faktenkontor:
Spezialagentur für
Research, Studien
und Kompetenz-PR*

Das Faktenkontor ist eine Beratungsgesellschaft für Unternehmens- und Vertriebskommunikation und entstand am 1. Januar 2003 als Ausgründung der Unternehmensberatung Mummert Consulting. Das Team übernimmt die gesamte Leistungspalette klassischer Pressearbeit, mit dem Ziel, die Kompetenz seiner Kunden in den Medien herauszustellen. Hierfür wird – soweit erforderlich – über Recherche und Studien mit namhaften Medienpartnern die notwendige Faktenbasis gelegt. Derzeit betreut das Unternehmen mehr als 50 Kunden.

Pressekontakt

Faktenkontor GmbH
Jörg Forthmann
Tel.: +49 40 22703-7787
Fax.: +49 40 22703-7961
E-Mail: joerg.forthmann@faktenkontor.de