

PR-Erfolg erstmals kaufmännisch messbar

- **Nachweisbare PR-Wirkung sichert das Kommunikationsbudget**

Kontrolle der PR-Arbeit

Hamburg, den 11. November 2009 – Die Durchschlagkraft von PR-Maßnahmen ist ab sofort messbar. Die Hamburger Kommunikationsagentur Faktenkontor hat eine Methode entwickelt, die erstmalig den konkreten PR-Beitrag zum Unternehmenserfolg erfasst. Das Erfolgskontrolle-Tool PProof wurde in Anlehnung an die Werbewirkungsforschung erarbeitet und misst den Beitrag der Pressearbeit zu Bekanntheit, Sympathie, Kaufbereitschaft und Kauf. Pressestellen und Agenturen können dadurch ihre PR-Aktivitäten besser steuern und der Geschäftsleitung den Nachweis liefern, dass sich die Investitionen in die Kommunikation rentieren. PProof wurde durch Professor Lothar Rolke von der Fachhochschule Mainz begutachtet und als solide und belastbar bewertet. Pilotstudien haben die Einsetzbarkeit in der Praxis bestätigt.

PR-Erfolge bislang nicht nachweisbar

Mit der neuen Messmethode reagiert das Faktenkontor auf die bislang mangelnde Nachweisbarkeit von PR-Erfolgen. Momentan reichen die Messungen in jeder zweiten Pressestelle nicht aus, um die Geschäftsleitung von weiteren Investitionen in die Pressearbeit zu überzeugen – oder sie fehlen ganz. Die Folge: Weil sie auf betriebswirtschaftlicher Ebene keine Erfolge sehen, kürzen viele Führungsetagen die Kommunikations-Budgets. Vier von zehn Pressestellen fühlen sich mit ihrer Kommunikationsarbeit daher im Unternehmen nicht ernst genommen. Dies sind Ergebnisse des PR-Trendmonitors, für den 1.400 Fach- und Führungskräfte befragt wurden.

PProof: Mehr als Clipping-Auswertung

„PProof geht deshalb weit über die reine Auswertung von Clippings hinaus“, sagt Jörg Forthmann, Geschäftsführer des Faktenkontors. „Das Instrument ist nicht nur in der Lage, Informationen darüber zu liefern, ob die Zielgruppe mit der Pressearbeit überhaupt erreicht wurde. Es analysiert auch, inwiefern die Veröffentlichungen ihre Einstellungen und Präferenzen verändert haben – und ob dadurch die Kaufbereitschaft nachweisbar gesteigert werden konnte.“

Vergleich mit Wettbewerbern

Dabei lässt sich nicht nur der Erfolg der eigenen PR-Arbeit ermitteln, sondern auch ein Vergleich mit den Wettbewerbern herstellen. Darüber hinaus ermöglicht die Erfolgskontrolle eine

konkrete Abgrenzung von Werbe- und PR-Maßnahmen und der Wirkung beider Disziplinen auf die Zielgruppe. Investitionen in PR werden damit erstmals vergleichbar mit Investitionen in Werbung, was bei Budgetverhandlungen sehr hilfreich sein kann. Weiterführende Informationen zur PR-Erfolgskontrolle (PProof) gibt es unter <http://faktenkontor.de/PProof>.

*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.: 040 22703-7787
Fax.: 040 22703-7961
E-Mail: joerg.forthmann@faktenkontor.de