

Presseinformation

Communication Tomorrow: Die PR von morgen

- Was wird wichtiger und welche Skills verlieren an Bedeutung? Der PR-Trendmonitor 2020 gibt Antworten.

Wie der Kommunikationsjob in Zukunft aussieht

Hamburg, den 19. November 2020 – Mehr als 90 Prozent der PR-Profis sind überzeugt, dass ihre Arbeit in zehn Jahren anders aussehen wird als heute. Persönliche Veränderungs- und Entwicklungsbereitschaft werden noch wichtiger, fachlich werden die Erstellung von Multimedia-Content oder der Umgang mit sozialen Netzwerken an Bedeutung gewinnen. Programmierkenntnisse hingegen gehören eher nicht zu den Top-PR-Skills der Zukunft. Das sind Ergebnisse des PR-Trendmonitor 2020 von Faktenkontor und news aktuell. Rund 425 Fach- und Führungskräfte aus deutschen Pressestellen und PR-Agenturen haben in der Umfrage ihre Einschätzung gegeben, welche fachlichen und sozialen Kompetenzen künftig an Gewicht gewinnen.

Konkret wurden die Kommunikationsexperten gefragt, wie sich die Bedeutung bestimmter Skills in den kommenden fünf Jahren entwickeln wird. Im Bereich der fachlichen Fähigkeiten wird der Produktion von Multimedia-Content der größte Bedeutungszuwachs zugestanden. 44 Prozent der Befragten geben an, dass diese Kompetenz deutlich wichtiger werden wird. In Pressestellen wird die Relevanz mit 48 Prozent sogar noch etwas höher eingeschätzt als in PR-Agenturen (39 Prozent).

Social Media, Multi-Channel und Datenanalysen werden wichtiger

Dahinter folgen datengetriebene Messungen und Analysen, die für 32 Prozent der Befragten deutlich an Bedeutung gewinnen werden. Komplettiert wird die Top drei der fachlichen Skills durch das Social-Media-Management. Hier sagen 31 Prozent der PR-Profis, dass diese Aufgabe in den kommenden fünf Jahren viel wichtiger werden wird. Programmierkenntnisse werden nur von fünf Prozent der Befragten als künftig deutlich relevanter eingestuft. Damit stellt diese Kompetenz das Schlusslicht unter den fachlichen Skills dar.

„Multi-Channel und Social Media sind zwei Stichworte, die uns in Zukunft noch häufiger beschäftigen werden“, sagt Dr. Roland Heintze, Geschäftsführender Gesellschafter der Faktenkontor GmbH. „Elementar sind dabei auch Mess- und Analyseinstrumente. Nur wer seine Zielgruppe kennt und den Erfolg laufender

Kommunikationsmaßnahmen ermittelt, kann auch die richtigen Kanäle mit den passenden Inhalten bespielen.“

Wie wird sich die Bedeutung der folgenden Skills in den kommenden fünf Jahren für den Kommunikationsjob entwickeln?

| | Wird wichtiger | Wird gleich bleiben | Wird unwichtiger |
|------------------------------------|----------------|---------------------|------------------|
| Multimedia Content | 44% | 17% | 0% |
| Messung u. Analyse | 32% | 15% | 1% |
| Social Media | 31% | 24% | 0% |
| Strategie u. Konzeption | 24% | 32% | 0% |
| Selektion relevanter Informationen | 42% | 22% | 0% |
| Veränderungsbereitschaft | 40% | 17% | 0% |

Auf dem neuesten Stand bleiben

Die Kommunikationsexperten wurden auch zu den wichtigsten Soft Skills der Zukunft befragt. Am häufigsten wird dabei die Selektion relevanter Informationen genannt. 42 Prozent der Befragten glauben, dass diese Fähigkeit in den kommenden fünf Jahren deutlich wichtiger werden wird. Daneben gehören Veränderungsbereitschaft sowie Neugier und Aufgeschlossenheit zum beruflichen Erfolgsrezept der Zukunft. 40 beziehungsweise 36 Prozent der Befragten gehen hier von einem großen Bedeutungszuwachs aus. „PR-Profis müssen immer auf der Höhe der Zeit sein“, sagt Heintze. „Neue Trends zu erkennen und daraus Maßnahmen für die eigene Kommunikationsarbeit abzuleiten, wird weiterhin eine Schlüsselkompetenz bleiben.“

Über den Trendmonitor

Der Trendmonitor ist eine Studie von news aktuell und Faktenkontor, für die im Februar 2020 mehr als 500 Beschäftigte der Kommunikationsbranche online befragt wurden. Für die vorliegende Analyse wurden die Angaben von 426 Studienteilnehmern ausgewertet.

Faktenkontor: Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation

Faktenkontor ist der Berater für Unternehmens- und Vertriebskommunikation. Branchenerfahrene Experten unterstützen Unternehmen aus Finanzdienstleistung, Gesundheitswirtschaft sowie der Beratungs- und Technologie-Branche darin, ihre Zielgruppen über klassische und digitale Medien sowie im persönlichen Kontakt zu erreichen. Neben Medienberatung gehören Konzeption und Umsetzung von Kampagnen sowie Social-Media-

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de

Strategien zum Leistungsspektrum. Das Faktenkontor ist zertifiziertes Mitglied der Gesellschaft der führenden PR- und Kommunikationsagenturen (GPRA) und zertifiziertes Mitglied des Hamburger Consulting Club e.V. (HCC).

Besuchen Sie unsere Website: www.faktenkontor.de.

Faktenkontor GmbH · Ludwig-Erhard-Straße 37 · 20459 Hamburg

Ansprechpartner: Dr. Roland Heintze, Tel.: 0 40/253 185-110, Fax: 0 40/253 185-310
E-Mail: Roland.Heintze@faktenkontor.de Internet: www.faktenkontor.de