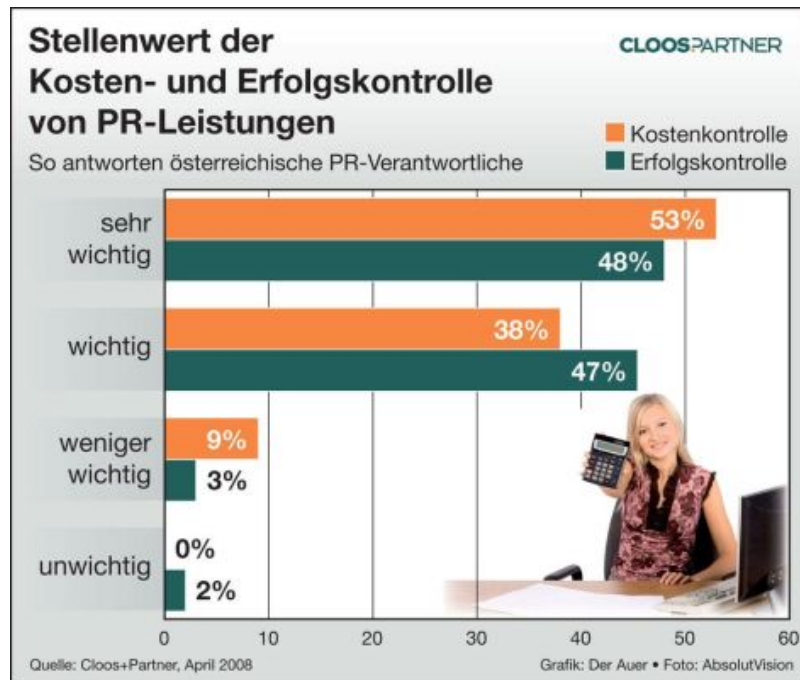


Erfolg und Kosten von PR sind wichtig

17.04.2008, 17:20 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: Cloos+Partner Public Relations

Presseagentur: Cloos+Partner, Agentur für Öffentlichkeitsarbeit



Wien/Graz, 17.04.08: Befragung von PR-Verantwortlichen: Stellenwert von Erfolgs- und Kostenkontrolle ist hoch – Diskrepanz zwischen Einstellung und Praxis der Befragten – Erfolgsabhängige Bezahlung von PR-Leistungen hat Potenzial

95% der österreichischen PR-Verantwortlichen sagen, dass die Erfolgskontrolle sehr wichtig oder wichtig ist. Für 91% ist die Kostenkontrolle sehr wichtig oder wichtig. Allerdings: Nur rund zwei Drittel (65%) der Befragten messen den Erfolg ihrer eigenen PR-Leistungen oder ihrer Agentur. Bei näherer Betrachtung der Antworten zeigt sich, dass die Erfolgsmessung sich vor allem auf die quantitative und qualitative Medienresonanzanalyse beschränkt. Nur einige wenige befassen sich mit Themen wie Reputationsanalyse und Communication-Score-Card. Jedem vierten Befragten (26%) wurde schon einmal von einer Agentur eine erfolgsabhängige Honorierung angeboten und jedem Sechsten (16%) wurde ein Angebot mit vertraglich garantiertem Erfolg unterbreitet. Übrigens arbeiten 84% der Befragten mit einer PR-Agentur zusammen. 60% der Respondenten stammen aus einem Unternehmen, das mehr als 500 Mitarbeiter beschäftigt. Das sind die wichtigsten Ergebnisse einer Online-Befragung, die die PR-Agentur Cloos+Partner Anfang April unter 62 PR-Verantwortlichen aus österreichischen Unternehmen durchführte. Die Agentur wollte wissen, wie diese über die Erfolgsmessung und die erfolgsabhängige Bezahlung von PR-Leistungen denken.

Ja zu Bezahlung nach Erfolg. Nein zu Erfolgsgarantie.

Der gleichzeitig hohe Stellenwert von Erfolgs- und Kostenkontrolle lässt den Schluss zu, dass Bedarf nach Tools besteht, die beides können, Erfolg messen und Kosten optimieren. „Ein solches ist die erfolgsabhängige Honorierung von PR-Leistungen“, sagt Cloos+Partner-Geschäftsführer Mag. Jean-Lou Cloos. „Sie ist einfach, sie ist leistungsorientiert, sie wirkt Risiko minimierend für den Auftraggeber und sie bietet ein Maximum an Kostentransparenz. Das wahre Potential offenbart die leistungsabhängige Bezahlung von PR allerdings erst dann, wenn sie sich nicht ausschließlich auf die

Medienarbeit bezieht, sondern auf die strategische PR, die mit klar definierten Zielen arbeitet.“

Tendenziell befürworteten auch die Befragten eine erfolgsabhängige Bezahlung von PR-Leistungen. Der PRVA bekannte sich übrigens im März in seinem neuen Ethik-Kodex zu dieser Form der „Bezahlung, deren Höhe sich nach dem messbaren Erfolg einer Dienstleistung richtet“. Jener Artikel des „Code de Lisbonne“, der erfolgsabhängige Bezahlung verbietet, wurde ausdrücklich nicht in den neuen PRVA-Ethik-Kodex aufgenommen.

Überrascht zeigt sich Cloos+Partner, dass immerhin 16% der Befragten angaben, dass ihnen eine Agentur eine Erfolgsgarantie anbot. „In der PR sind Erfolge oft von Dritten abhängig. Es ist unseriös Leistungen zu garantieren, die man nicht vollständig bestimmen kann“, lehnt Jean-Lou Cloos Erfolgsgarantien ab.

Portrait

Die PR-Agentur Cloos+Partner ist seit 10 Jahren mit Büros in Wien und Graz erfolgreich tätig. 2007 führte sie als erste Agentur in Österreich ein neues Abrechnungssystem für Medienarbeit ein: Der Kunde zahlt nur bei nachweisbarem Erfolg.

Mit einem Staatspreis für PR, mehreren Best Practice- und Event-Awards ist Cloos+Partner eine der meist ausgezeichneten Agenturen Österreichs. Das Leistungsspektrum der Agentur umfasst alle Instrumente der Integrierten Kommunikation, von der CI- und CD-Entwicklung über Unternehmens- und Produkt-PR, Konzeption und Umsetzung von Events, bis hin zu Medienarbeit und natürlich Erfolgskontrolle.

Cloos+Partner arbeitet für Kunden aus den Bereichen Pharma und Gesundheit, Industrie, Hightech, Automotive, Forschung und Entwicklung, Dienstleistungen, öffentlicher Sektor, Non-Profit.

News-ID: 204687 • Views: 235 (Stand: 11.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/204687/Erfolg-und-Kosten-von-PR-sind-wichtig.html>