

Was in der PR Zeit kostet

Bei vielen Ergebnissen dieser Untersuchung kann man nur zustimmend nicken. Horror pur für PR-Leute sind Abstimmungsschleifen, unklare Zielsetzungen sowie schlechte Briefings. Auch hier gibt es eine Top Ten.

Diese Resultate stammen aus einer Umfrage von news aktuell in Zusammenarbeit mit der PR-Agentur Faktenkontor. Diesmal waren fast 1000 Fach- und Führungskräfte aus Pressestellen gefragt. Abstimmungsschleifen kosten PR-Schaffenden mit Abstand am meisten Zeit (59 Prozent). Den zweiten Platz eroberten unklare Zielsetzungen (44 Prozent). Gefragt wurde, welche Faktoren bei der Arbeit am meisten aufhalten. Fast ebenso häufig machen den Kommunikatoren schlechte Briefings zu schaffen (43 Prozent). Ähnlich genervt sind sie, wenn Meetings, die per se schon Zeit kosten, zudem noch schlecht strukturiert sind oder administrative Aufgaben überhandnehmen. So geben 42 Prozent der Befragten an, dass Reporting, Datenbankpflege, Rechnungslegung oder Ähnliches zu viel Zeit fressen. Wenn man sich die Top Ten der größten Zeitfresser genauer anschaut, kann man feststellen, dass Ineffizienz in Unternehmen vor allem durch Defizite bei interner Kommunikation und Organisation entsteht. Außerdem fehlt es trotz fortschreitender Automatisierung und Digitalisierung noch häufig an digitalen PR-Werkzeugen, um Arbeitsprozesse zu optimieren. So geben 23 Prozent der Umfrageteilnehmer an, dass sie PR-Inhalte mit verschiedenen Tools auf vielen Kanälen einzeln posten müssen. Nicht zuletzt kostet aber auch der Faktor Mensch Zeit. So beklagen 19 Prozent der PR-Fachkräfte eine schlechte Führung durch den Chef.

Foto: iStock.com/ikryannikovgmailcom