

Presseinformation

Stabile Entwicklung der weltweiten PR-Branche trotz wirtschaftlicher Turbulenzen

Die Public Relations-Branche hat im Jahr 2008 dem wirtschaftlichen Abschwung mit fortgesetzt steigenden Einnahmen getrotzt, wie der „World Report 2009“ des internationalen PR-Agenturen-Dachverbands „International Communications Consultancy Organisation`s (ICCO) zeigt.

London, 12.5.2009

An der Umfrage von ICCO haben 22 Länder teilgenommen, die durchschnittlich von einem Wachstum von 8 ½ Prozent im Jahr 2008 berichteten. Russland verzeichnete dabei den größten Zuwachs von 33 Prozent, während Irland und die Schweiz als letzte in der Reihung weniger als ein Prozent an Plus erreichten.

Die beiden größten Märkte für die Public Relations, die USA und UK wuchsen um vier bzw. sieben Prozent, womit sie die Entwicklung des jeweiligen Bruttonationalprodukts ihres Landes deutlich übertrafen.

Die Wachstumsraten nach Regionen:

Nordische Länder	8 Prozent
Westeuropa	4 Prozent
CEE-Länder	12 Prozent
Entwicklungsmärkte (Brasilien/Indien/Russland)	26 Prozent

Das deutliche Wachstum bei den Honorareinnahmen für Public Relations ging zu Lasten anderen Marktteilnehmer, hier vor allem der Werbung. Eine Mehrheit der an der Studie teilnehmenden Länder berichtete davon, dass die Kunden ihre Marketing-Ausgaben stärker aufteilten.

Gewinnsituation

Gesamt gesehen waren die Gewinne im Vergleich zum Jahr 2007 weltweit relativ stabil, wobei die USA, Schweden, Norwegen, Dänemark, Brasilien, Griechenland und Russland über Zuwächse berichteten. Australien, die Schweiz und die Türkei verzeichneten leichte Rückgänge in den Erträgen, während es in Deutschland ein Absinken der Gewinne um zehn Prozent gab, was auf wachsende Konkurrenz und Druck auf die Preise zurückgeführt wird.

Arbeitsbereiche

Die Einnahmen des Jahres 2008 stammten global gesehen vor allem aus den Bereichen Corporate Communications und Produkt-PR. Sowohl in den USA als auch in Großbritannien wurden die Umsätze von Marketing und Markenkommunikation zu den Konsumenten hin angetrieben. Nicht weit dahinter folgte der Bereich Technologie.

In den USA als weltweit größter Markt für Gesundheitsprodukte, ebenso wie in Russland, Griechenland und Österreich boomte der Bereich „Healthcare.“

In Zentraleuropa spielte Krisenkommunikation eine signifikant wichtigere Rolle, während das Geschäftsklima in den meisten reifen Märkten in der zweiten Hälfte des Jahres von Themen wie Unternehmensrestrukturierungen, Rekordverlusten, vorsichtigem Konsumverhalten und Vertrauensverlust bei Konsumenten dominiert war.

Aus Österreich, Belgien, Dänemark, Schweden und Russland wird von einer gleich bleibend wichtigen Bedeutung des Bereichs „Public Affairs“ berichtet.

Ausblick

Ähnlich allen anderen Wirtschaftszweigen, wird auch im Bereich der PR-Beratung mit einem harten Wirtschaftsjahr 2009 gerechnet. Die Umsatzannahmen reichen von einem Wachstum von fünf Prozent in Brasilien über einen stabilen Markt in den USA und in Deutschland bis zum Extrem eines 25prozentigen Einbruchs in Irland, als einem der von der Krise am härtesten getroffenen Märkte. Auch Großbritannien fürchtet einen Einbruch um bis zu 15 Prozent für 2009.

Als die wichtigsten sechs Herausforderungen für 2009 identifizierte die Branche folgende Bereiche:

1. Sinkende Kundenbudgets
2. Das Finden und Halten guter MitarbeiterInnen
3. Aufrechterhalten von Wachstum und Ertragskraft
4. Erfüllen der Kundenerwartungen
5. Konkurrenz und Preisdruck
6. Den Turbulenzen der Wirtschaftslage widerstehen

Die PR-Verbände aus 22 Ländern sehen aber auch eine Reihe von Chancen für ihren Beratungsbereich, wie etwa Anwachsen der Nachfrage nach Krisenkommunikation und in manchen Ländern auch einen Mehrbedarf aus dem öffentlichen Bereich. Auch die Nachfrage nach strategischer Beratung sollte sich ausweiten, weil die Verkleinerung von Unternehmensstrukturen und Konsolidierungsmaßnahmen neue Konzepte erfordern. Eine Mehrheit der Befragten sieht die Notwendigkeit von Innovation, speziell im Schaffen und Optimieren von digitalen Kommunikationskanälen.

Es ist noch zu früh um zu wissen, wie sich die Voraussagen der PR-Branche mit jenen anderer Marketing-Disziplinen treffen werden, aber es ist davon auszugehen, dass einige grundlegende Faktoren den PR-Bereich

unterstützend zugute kommen werden:

1. eine rasch sich verändernde Medienumgebung, die einen Verlust an Kontrolle über die ausgesandten Nachrichten mit sich bringt.
2. Der wachsende Druck in einen direkten Kontakt mit Konsumenten und Stakeholdern zu kommen.

Der internationale Dachverband ICCO ist in Anbetracht der Rahmenbedingungen optimistisch, dass die weltweite PR-Branche gut darauf vorbereitet ist, den Abschwung ohne großen Schaden zu meistern und im kommenden Aufschwung zu expandieren.

Der gesamte Bericht kann unter folgender Adresse (in englischer Sprache) herunter geladen werden:

<http://tinyurl.com/qjyqny>

ICCO

Die „International Communications Consultancy Organisation (ICCO)“ ist das Sprachrohr der weltweiten PR-BeraterInnen. Mitglieder von ICCO sind nationale Dachverbände von unabhängigen PR-Agenturen aus 28 Ländern rund um die Welt: aus Europa, Afrika, Asien, Süd- und Nordamerika und Australien. Die Mitgliederzahl der angeschlossenen Dachverbände beläuft sich auf mehr als eintausend Agenturen, die zusammen rund 25.000 MitarbeiterInnen beschäftigen.

PR Quality Austria

Das österreichische Mitglied von ICCO ist PR Quality Austria mit 14 Mitgliedern, die sämtlich nach dem Standard CMS II qualitätszertifiziert sind. Der Vorstand von PR Quality Austria besteht aus der Präsidentin Andrea Schneider, der Vizepräsidentin Mag. Brigitte Mühlbauer und dem ICCO-Delegierten Mag. Peter Menasse.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Richard Houghton: + 44 (0)7803 178 037

richard.houghton@carrotcomms.co.uk

Virginia Hague: +34 636 574 487

virginia.hague@iccopr.com

Peter Menasse: +43 (0)699 100 323 03

menasse@comma.at