

PRESSEINFORMATION

Wien, 11. April 2008

2007: Das beste Jahr für die PR-Branche weltweit

Der ICCO World Report 2007 zeigt weltweit Rekordzuwächse in der PR-Branche. Die Wachstumsmärkte Indien, Russland, Türkei und die Vereinigten Arabischen Emirate konnten mit 20 Prozent den größten Zuwachs verbuchen. Finanzkommunikation ist nach wie vor der ertragreichste Bereich für die PR, gefolgt von Konsum- und Produkt-PR. 2008 wird, laut Agenturchefs aus über 20 Ländern, ein ebenso erfolgreiches Jahr werden.

Der ICCO World Report des internationalen PR-Dachverbands ICCO (International Communication Consulting Organisation) zeichnet 2007 als das bisher erfolgreichste Jahr für die PR-Branche weltweit. Alle Mitgliedsländer konnten 2007 eine Umsatzsteigerung verzeichnen. Die Wachstumsmärkte Indien, Russland, Türkei und die Vereinigten Arabischen Emirate (VAE) konnten mit 20 Prozent den größten Umsatzzuwachs verbuchen. Die nord- und osteuropäischen Länder verzeichnen eine Gewinnsteigerung von durchschnittlich 16 Prozent. Die USA – als größter PR-Markt – konnte ihren Gewinn um 12 Prozent erhöhen. Die westeuropäischen Länder hatten generell ein moderates Umsatzwachstum. Österreichische Agenturen haben mit einer Steigerung ihres Umsatzes von durchschnittlich 8 Prozent dazu beigetragen. Die PR-Branche ist aber generell auf das kommende Jahr positiv eingestellt und rechnet – aufgrund des stark wachsenden Bedarfs an Kommunikation – auch für 2008 mit Gewinnzuwächsen.

USA-Krise könnte die PR-Branche beeinflussen

Was den Gewinn der Kommunikationsbranche im Jahr 2008 mindern könnte, sind, laut Angaben einiger ICCO-Mitglieder, die aktuelle ökonomische Krise in den USA und der damit zusammenhängende Konjunkturrückgang. In den osteuropäischen Ländern, sowie den Wachstumsmärkten, sind Korruption und ungünstige wirtschaftliche Rahmenbedingungen (vor allem bei Steuern und Arbeitskräften) Aspekte, die der lokalen PR-Branche schaden könnten.

Parallel dazu nannten PR-Verantwortliche auch Faktoren, die der PR-Branche förderlich sind: die steigende Bedeutung der Image-PR in einer zunehmend globalen Welt (Belgien, Dänemark), günstige Steuerreform (Tschechien), politische Stabilität (Deutschland), Zunahme an Fremdinvestitionen (Bulgarien, Indien, Türkei), gute Beziehungen mit Wachstumsmärkten (Spanien, Latein Amerika) und eine gute ökonomische Situation (Österreich, Finnland, Norwegen, Russland, Slowenien, VAE).

Finanz-PR bringt die meisten Einnahmen

Nach wie vor ist die Finanzkommunikation der Bereich, mit welcher die PR den meisten Umsatz erwirtschaftet. Den zweiten Platz belegen Konsum- und Produkt-PR, gefolgt von Krisenkommunikation und Issue Management sowie Corporate Communication. Die Industriesektoren Gesundheit/Pharma, Finanzen/Bankwesen, Energie und Informationstechnologie werden von PR-Chefs aus über 20 Ländern weltweit als die ertragreichsten für die PR-Branche im Jahr 2008 angegeben. In Österreich spielt der öffentliche Sektor ebenfalls eine große Rolle. Dagegen sehen österreichische Agenturchefs in der Technologie und Schwerindustrie die geringsten Perspektiven für die heimische PR. Der Immobilien- und Tourismusmarkt sowie das Baugewerbe zählen zu den wichtigsten Branchen in Wachstumsmärkten.

Mangel an gut ausgebildeten Mitarbeitern

Weltweite Sorgen macht auch der anhaltende Mangel an erfahrenen und gut ausgebildeten Mitarbeitern, der vor allem in Wachstumsregionen wie Bulgarien, Indien, Russland und der Türkei zu beobachten ist. Dieser ist vor allem auf ein dürftiges Angebot an professionellen Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in diesen Ländern zurückzuführen. „Österreich hat hier – dank einer Reihe an exzellenten Bildungseinrichtungen – keine Probleme“, betont Peter Menasse, Vertreter der PR Quality Austria bei ICCO. In den VAE ist die Situation etwas anders: hier ist die heimische Wirtschaft großteils von ausländischen Fachkräften abhängig. Aufgrund der hohen Inflation werden aber die Arbeitsbedingungen weniger attraktiv und es besteht das Risiko, kompetente Fachkräfte an Länder wie Indien zu verlieren, meinen PR-Verantwortliche vor Ort.

Internationale Geschäfte bringen Einnahmen

Laut ICCO World Report 2007 konnten die meisten Agenturen ihre Honorare aus internationalen Projekten ebenfalls steigern. Die VAE verzeichnen rund 40 Prozent des Umsatzes aus internationalen Geschäften. In Belgien, Tschechien, Italien und Schweiz ist dieser Anteil mit 25 Prozent etwas niedriger – der Durchschnitt liegt bei 15 Prozent. PR-Manager der ICCO-Mitgliedsagenturen prognostizieren für 2008 weitere Umsatzsteigerungen aus überregionalen Projekten.

Über den ICCO World Report

Jedes Jahr führt ICCO eine weltweite Befragung zur Entwicklung der jeweiligen lokalen PR-Branche durch und fasst die Ergebnisse im ICCO World Report zusammen. Der ICCO World Report basiert auf Country Reports der nationalen Agenturenverbände (Österreich: PR Quality Austria), die aufgrund von Umfragen der einzelnen Mitgliedsagenturen erstellt werden. Die Ausgabe des ICCO World Reports 2007 beruht auf Country Reports aus 22 – von insgesamt 28 – Agenturverbänden der Länder Australien, Belgien, Bulgarien, Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Indien, Irland, Italien, Russland, Schweden, Schweiz, Slowenien, Spanien, Tschechien, Türkei, UK, USA, VAE und Österreich. Der ICCO World Report erscheint jährlich, basiert auf Vorjahrsdaten der ICCO-Mitglieder und gibt Prognosen für das kommende Jahr ab. Der Report stellt einen nützlichen Barometer der Meinungen und Einstellungen sowie Entwicklungen der globalen PR-Branche dar. Die aktuelle Ausgabe des ICCO World Reports steht unter www.iccopr.com zum Download zur Verfügung.

Über ICCO

Als internationaler Agenturendachverband ist ICCO die weltweite "Stimme" der PR-Agenturen. Über Agenturverbände in 28 Ländern in Europa, dem Nahen Osten, Afrika, Asien, dem pazifischen Raum sowie Nord- und Südamerika vertritt sie mehr als 850 Agenturen. Insgesamt beschäftigen die ICCO-Agenturen weltweit über 25.000 Mitarbeiter. Die Website www.iccopr.com bietet neben News und Berichten über die Kommunikationsbranche ein internationales Suchsystem für PR-Agenturen.

Über PR Quality Austria

Die PR Quality Austria ist die Vereinigung führender österreichischer PR-Agenturen – mit derzeit 12 Mitgliedern und einem Gesamtumsatz von 26 Millionen Euro im Jahr 2007. Sie versteht sich als Leistungs- und Qualitätsgemeinschaft. Die Mitgliederaufnahme orientiert sich an Professionalität und Qualität. Die Mitgliedschaft ist an die Zertifizierung nach CMS, Consultancy Management Standard II, geknüpft. PR Quality Austria ist Mitglied der ICCO. Nähere Informationen finden Sie auf www.prquality.at.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Mag. Peter Menasse
PR Quality Austria
communication matters
Tel: +43 1 503 23 03
E-Mail: menasse@comma.at