

Artikel erschienen im Magazin presssprecher, Ausgabe 8/2004 Dezember/Januar  
Dr. Nanette Besson:

## PR-Evaluation mit „Sinn und Verstand“ ermöglicht bessere PR-Performance

Das Thema Evaluation und Controlling von Kommunikation erlebt dieses Jahr in Deutschland eine Welle der neuen Konzepte und Systeme. Dabei verfolgen die meisten Kennzahlensysteme einen TOP-DOWN-Ansatz: Sie gehen von den Unternehmenszielen aus und leiten von diesen PR-Maßnahmen und -Ziele ab, die dann gesteuert und kontrolliert werden. Diese Ansätze integrieren den Vorgang der PR-Planung und nutzen die Evaluation lediglich zur Kontrolle der Zielerreichung. Nanette Besson hat in ihrer Dissertation einen anderen Ansatz gewählt: In ihrem BOTTOM-UP-Ansatz erfasst und bewertet sie zunächst den PR-Prozess, bevor Kernkennwerte identifiziert werden und zur zukünftigen Festlegung von Zielkennwerten genutzt werden. Der Ansatz entspricht den Prinzipien des Six-Sigma-Gedankens: erst definieren, dann messen, analysieren, optimieren und anschließend kontrollieren (DMAIC). PR wird auf diese Weise steuerbar, ohne völlig revolutioniert zu werden – die vorhandenen Abläufe und Effekte stellen die Basis für das Controlling dar. Die Optimierung dieser Prozesse reduziert die Fehlerrate und die damit verbundenen Fehlerkosten:

*„Jede Erhöhung des Sigma-Niveaus (Grad der Fehlerreduzierung in Prozessen) verbessert den Netto-Ertrag eines Unternehmens um 10%“ (Harry/Schroeder 2000, S.17.).*

Bis dahin ist es ein weiter Weg. In der Praxis scheitert die Durchführung einer regelmäßigen,

systematischen Erfassung, Bewertung und Kontrolle von Public Relations im Alltag bereits an den ersten Hürden: Zeit, Geld, Personal und Kompetenz.

*„Die Stimmung war doch gut, und sogar ein Fernseheteam war anwesend“*

Sobald nicht mehr nur nach dem eigenen Bauchgefühl evaluiert werden soll, ist es notwendig, eine Systematik in die Datenerfassung und -auswertung zu bringen. Evaluation kann dann als Projekt betrachtet werden. Die Elemente „Plan“, „Werkzeug“, „Manager“ und „Bericht“ machen das Projekt handlungsfähig.

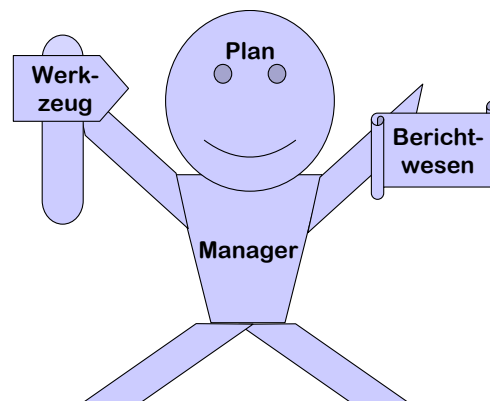


Abb. 1: Elemente des "Projekts PR-Evaluation"  
(Besson 2004)

### DER PLAN

Nichts ist uneffektiver als einfach „drauf los“ zu evaluieren, ohne zu wissen wofür man diese Informationen nachher braucht. Da Budgets für PR-Evaluation in der Praxis entweder gar nicht existieren oder sehr knapp gehalten sind, ist eine Mittelverschwendung das letzte, was sich die Evaluation leisten sollte. Evaluation muss

die Angemessenheit zum PR-Budget wahren, muss praktikabel sein und relevante Ergebnisse liefern. Ohne einen Plan sind diese Vorsätze kaum zu erfüllen.

Der Evaluationsplan verleiht dem Vorhaben das Ziel und den Zeitrahmen. Er beantwortet die Fragen:

- Warum wird evaluiert?
- Was will man erfahren?
- Welche Instrumente machen Sinn?

In der Praxis wird – wenn überhaupt Evaluation stattfindet – meist nur die Medienresonanz gezählt und ausgewertet:

„Wir haben eine Auflage von 50.000 und einen Werbeäquivalenzwert von € 85.000 erreicht!“

Dabei wird vergessen, dass es sehr viel mehr Faktoren gibt, die den Erfolg der PR beeinflussen: z.B. die Verfügbarkeit von personellen, zeitlichen und technischen Ressourcen. Wenn das Netzwerk jeden Tag eine Stunde ausfällt und deswegen nicht gearbeitet werden kann, wird die Qualität der Arbeit naturgemäß beeinträchtigt: Überstunden und Stress verursachen Fahrlässigkeit beim Verfassen der Presstexte. Daher sollte der PR-Prozess kontinuierlich erfasst werden – um später leichter die Ursachen des Erfolgs oder Misserfolgs identifizieren zu können.

Der hier vorgestellte Strukturplan, ein Instrument des Projektmanagements, ermöglicht die Planung einer kontinuierlichen Evaluation: Für jede Phase des PR-Prozesses (Konzeption, Durchführung und Wirkung) wird eine passende Evaluationsmaßnahme festgelegt.

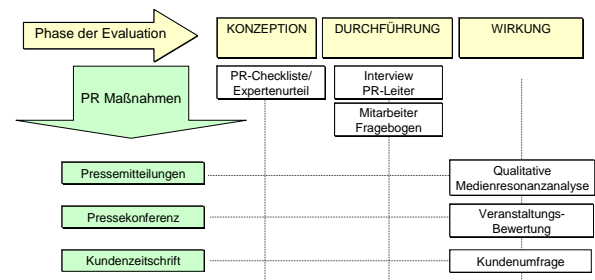


Abb. 2: Strukturplan für die PR-Evaluation (Besson 2004)

Vorhandene Informationen, z.B. relevante Ergebnisse einer Mitarbeiterumfrage oder der Marktforschung, können natürlich in diesen Plan integriert werden – es muss nicht alles neu initiiert werden.

„...und ständig klingelt das Telefon, dass jemand noch die Studie haben möchte... man kommt zu gar nichts mehr...“

Manche Wirkungen der PR-Arbeit kommen vielleicht sogar unerwartet und werden fast als „störend“ empfunden – solche Informationen sind ebenfalls wichtige Hinweise auf den Erfolg einer PR-Maßnahme und fließen in die Datenerfassung ein.

## DAS WERKZEUG

Die Vielzahl an Informationen, die durch so ein Projekt zusammenkommen, stellt eine unübersichtliche Datenflut dar. Eine systematische Aufbereitung ist daher unumgänglich, um wirklich einen Mehrwert zu bekommen:

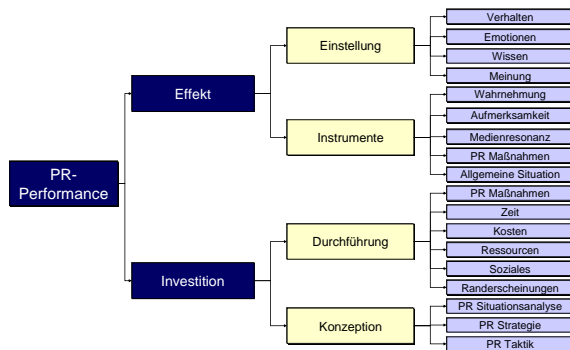


Abb. 3: PR-Performance Analyse (Besson 2004)

Die übersichtliche Zusammenfassung und Darstellung der Ergebnisse in einem Kennwertsystem ermöglicht die abschließende Beurteilung: die PR-Performance Analyse stellt den relativen Erfolg der PR-Arbeit dar – der gesamte Effekt wird der Investition gegenübergestellt.

Das Besondere an diesem System ist die qualitative Ausrichtung: Es sind ausdrücklich inhaltliche Bewertungen zugelassen, damit direkte Hinweise für die Optimierung des PR-Projekts zur Verfügung stehen. Die Bezeichnung „*Kennwerte*“ unterstreicht diese Eigenschaft. Die Regeln für die Codierung und Verdichtung der Daten werden vor der Messung gemeinsam festgelegt.

Die Kennwerte können als Planungsgrundlage und zur Definition von Zielwerten genutzt werden. Die Quantität und die Qualität der PR-Arbeit werden dadurch transparent gemacht.

### DER MANAGER

Die Akzeptanz einer Bewertung steht und fällt mit der Anerkennung der Unabhängigkeit und Kompetenz der bewertenden Experten. Das „Projekt PR-Evaluation“ sollte daher von einer unabhängigen Person mit Evaluationserfahrung organisiert und durchgeführt werden, damit die Ergebnisse Akzeptanz finden.

### DER BERICHT

Die Dokumentation der Ergebnisse in einem detaillierten Evaluationsbericht sorgt für die nötige Transparenz, die für die Anerkennung der Bewertungen Voraussetzung ist.

Die vier Komponenten stellen die PR-Evaluation mit allem aus, was ein Projekt kennzeichnet: Die Zuständigkeiten sind geregelt, es existiert ein Plan und ein festes Instrumentarium, und die Ergebnisse werden dokumentiert. Die Qualität und Quantität Ihrer PR-Arbeit wird systematisch und professionell erfasst und bewertet. Eine unabhängige Kontrolle und präzise Steuerung des Prozesses wird ermöglicht.

Ergebnis			Hauptkennwert			Oberkennwert		
Bezeichnung	Wert	Kommentar	Bezeichnung	Wert	Kommentar	Bezeichnung	Wert	Kommentar
PR-Performance	91%	Ziele definieren, Maßnahmenplan erstellen, fünf kritische Anfragen, Top Thema: Konzernumbildung, Top Produkt: Lebensversicherung, 15% sagen "Nähe zum Vertreter zu gering"	Effekt	99%	Top Thema: Konzernumbildung, Top Produkt: Lebensversicherung, 15% sagen "Nähe zum Vertreter zu gering"	Einstellung	103%	15% sagen "Nähe zum Vertreter zu gering"
						Instrumente	97%	Top Thema: Konzernumbildung, Top Produkt: Lebensversicherung
						Einfluß von außen oder innen	1	gering
			Investition	91%	Ziele definieren, Maßnahmenplan erstellen, fünf kritische Anfragen	Konzeption	81%	Ziele definieren, Maßnahmenplan erstellen
						Durchführung	101%	fünf kritische Anfragen

Abb. 4: Beispiel für eine PR-Performance Analyse