



## PRVA Vorarlberg Newsletter

### **Personal Branding** **Welche Rolle spielt die Kommunikation**

Liebe Kolleginnen und Kollegen,  
geschätzte PRVA-Mitglieder, Kommunikationsverantwortliche und Interessierte!

Mit dem heutigen Newsletter informieren wir Sie über unsere nächste Veranstaltung: „**Personal Branding - Alles vergebens oder gibt es Hoffnung?**“ Eines der wohl wichtigsten Themen in den Unternehmen des Landes ist die Suche nach neuen MitarbeiterInnen. Was kann die Kommunikation in dieser schwierigen Situation bewirken? Wir haben dazu ein kompetentes Podium zusammengestellt und laden am 9. November im RAIKA Forum Dornbirn zum Talk.

Außerdem halten wir zudem noch interessanten Lesestoff aus den Bereichen PR, Kommunikation und Strategie für Sie bereit. Vieles, was sich bei unseren deutschen Nachbarn im Bereich Kommunikation tut, lässt sich oft mit wenigen Abstrichen auch auf die Situation in Österreich übertragen. „PR und Kommunikation in Deutschland 2022 - Trends, Herausforderungen und Chancen“, sowie der „PR-Trendmonitor“ der sich diesmal mit den „größten Stolpersteinen bei strategischer Kommunikation“ beschäftigt sind Themen, die wohl auch in Vorarlberg viele von uns beschäftigen.

---

## **PERSONAL BRANDING - ALLES VERGEBENS ODER GIBT ES HOFFNUNG?**

Fast 6.000 offene Stellen gibt es derzeit in Vorarlberg, so viele wie noch nie. Vom Hilfsarbeiter über die Fachkraft bis zu Positionen im Managementbereich. Vom internationalen Player und Weltmarktführer über gut geführte Tourismusunternehmen bis

zum erfolgreichen Gewerbeunternehmen: An allen „Ecken und Enden“ fehlen MitarbeiterInnen. Dass die Mitarbeitersuche schwieriger wird, zeigt sich auch daran, wie lange es dauert, bis eine offene Stelle besetzt werden kann. Dauerte es 2018 noch zwischen 20 bis 40 Tage, bis eine freie Stelle besetzt werden konnte, sind es aktuell 60 bis 80 Tage, wenn überhaupt.

Die große Frage lautet: Wie kann es sein, dass selbst gut bezahlte und imagerträchtige Positionen nicht besetzt werden können? Das gilt im Übrigen nicht nur für die Wirtschaft. Man denke an die Schulen, die Pflegeeinrichtungen oder die Polizei. Auch der Blick auf den Nachwuchs verheißt nichts Besseres. Trotz massiver Kommunikation und neuer Konzepte, scheinen die Jungen – wenn möglich – lieber weiter die Schulbank zu drücken, als einen Lehrberuf zu ergreifen. Dazu kommt der Trend, auch nach einem Bachelor- oder Masterstudium lieber etwas Eigenes aufzubauen, als eine Position in einem Unternehmen anzunehmen.

Und trotzdem gibt es auch Unternehmen, die allem Anschein nach genügend Interessierte an Bord holen können. Wir wollen mit unseren Gästen u. a. über die Frage nach Kommunikationsstrategien diskutieren. Welche Rolle spielt in dieser Situation die Kommunikation, wenn Unternehmenskulissen im Zeitalter der Sozialen Medien zunehmend entblättert werden? Gibt es in der aktuellen Situation noch den „most trusted employer“ und wenn ja, wie könnte eine solche Strategie aussehen?

Mit dieser Veranstaltung sind wir diesmal zu Gast im RAIKA Forum Dornbirn, wofür wir uns sehr herzlich bedanken.

**Unsere Gäste am Podium sind:**

Mag.a. Dr.in Margarita Köhl, Studiengangsleiterin Fachhochschule Vorarlberg

Stephanie Mayer, MAYER Personalmanagement GmbH Rankweil

Mike Ferlemann, Personalleiter Hydro Aluminium Nenzing

Lucas Ammann, Redakteur des Jugendmagazins „frisch“

# Personal Branding

WELCHE ROLLE SPIELT DIE  
KOMMUNIKATION?

Mit:

**Stephanie Mayer**

MAYER Personalmanagement

**Lucas Ammann**

Österr. Jugendmagazin "frisch"

**Mag.a.Dr.in Margarita Köhl**

Studiengangsleiterin Fachhochschule VlbG

**Mike Ferlemann**

Personalleiter Hydro Aluminium Nenzing

**9. NOVEMBER 2022, 19.00 UHR**

**DORNBIERN, RAIKA-FORUM**

Ihre Anmeldung:  
[vorarlberg@prva.co.at](mailto:vorarlberg@prva.co.at)

**PRVA**  
Vorarlberg

Wir suchen ab sofort einen  
**Maschinenführer**  
und/oder

**Forstwirt**

mit FS Klasse CE

- du bist nicht komplett verpeilt
- du bist in der Lage dich selbst im Supermarkt mit Grundnahrungsmitteln zu versorgen
- brauchst nicht in den nächsten 5 Wochen ein Urlaubssemester, weil du erst mal zu dir selbst finden musst
- du kannst die Uhr lesen
- musst nicht alle 3 Minuten eine WhatsApp schreiben oder Facebook checken
- beherrscht die Grundrechenarten
- kannst dich in deutscher Sprache verständigen
- du kannst dir vorstellen mind. 5x pro Woche zu arbeiten ohne gleich an Burnout zu erkranken?

**Dann bewirb dich bei uns!**

## Veranstaltungsdetails

**Datum:** Mittwoch, 9. November 2022

**Ort:** Dornbirn, RAIKA Forum

**Beginn:** 19:00 Uhr

Im Anschluss laden wir zum Snacken und Netzwerken ein

Ticket: € 15,-

Kostenlos für Mitglieder des PRVA und StudentInnen

Wir freuen uns, wenn Sie sich für diesen Abend interessieren. Bitte melden Sie sich unter [vorarlberg@prva.co.at](mailto:vorarlberg@prva.co.at) an.

---

# PR & Kommunikation in Deutschland 2022

## Trends, Herausforderungen und Chancen

### Ein Bericht von Mynewsdesk

„Mynewsdesk“ hat zusammen mit dem Marktforschungs- und Analyse-Unternehmen „United Minds“ den Bericht zur Studie „PR & Kommunikation in Deutschland 2022“ veröffentlicht. Die Studie steht kostenlos zum Download unter <https://library.mynewsdesk.com/de/state-of-pr-report> bereit. Hier schon einmal einige Auszüge:

#### **Die Zukunft der Rolle: Spezialist oder Generalist?**

Während knapp die Hälfte der Befragten glaubt, dass ihre Aufgaben spezialisierter werden, ist etwa derselbe Anteil der Meinung, dass in fünf Jahren die Aufgaben von PR, Kommunikation, Marketing, Vertrieb und Kundenbetreuung miteinander verschmelzen werden. Dabei scheinen die meisten Ersteres zu bevorzugen. Fast die Hälfte der Befragten gab an, lieber Spezialist als Generalist sein zu wollen.

46% glauben, dass ihre Rolle stärker spezialisiert sein wird.

45% wären lieber Spezialist als Generalist.

49% glauben, dass in fünf Jahren alle kommunikations- und marketingbezogenen Rollen (PR, Kommunikation, Marketing, Vertrieb und Kundenbetreuung) zu einer Funktion verschmolzen sein werden.

Welche Kompetenzen und Eigenschaften werden in Zukunft für PR- und Kommunikationsprofis wichtig sein? Die deutschen PR- und Kommunikationsprofis selbst, sind der Meinung, dass sowohl unternehmerische als auch kreative Qualitäten gefragt sind: Strategisches Denken, Führungsstärke und Kreativität stehen ganz oben auf der Liste der wichtigsten Kompetenzen und Eigenschaften.

#### **Die drei wichtigsten Arbeitskompetenzen für die Zukunft nach Meinung deutscher PR- und Kommunikationsprofis**

Strategisches Denken 41 %

Führungsstärke 31 %

Interne Kommunikation 30 %

### **Die drei wichtigsten Eigenschaften für die Zukunft nach Meinung deutscher PR- und Kommunikationsprofis**

Kreativität 28 %

Problemlösung 27 %

Flexibilität 40 %

### **Die größte Herausforderung: Das Erstellen vertrauenswürdiger Inhalte**

Content spielt eine immer zentralere und strategischere Rolle in Unternehmen. Gleichzeitig haben viele PR- und Kommunikationsprofis in Deutschland Schwierigkeiten, ansprechende, vertrauenswürdige und hochwertige Inhalte zu erstellen. Das Erstellen glaubwürdiger bzw. vertrauenswürdiger Inhalte ist daher für 22 % die größte Herausforderung.

---

## **PR-Trendmonitor von news aktuell und Faktenkontor Hamburg**

### **Die acht größten Stolpersteine bei strategischer Kommunikation.**

Nur die Hälfte der Unternehmen arbeitet in ihrer Kommunikation mit einer klar definierten und festgelegten Strategie. Bei der Umsetzung hapert es am häufigsten an personellen Ressourcen, fehlendem Budget oder zu strengen Abteilungsgrenzen. Zu diesem Ergebnis kommt der aktuelle **PR-Trendmonitor von news aktuell und Faktenkontor, beide Hamburg**. An der Befragung der dpa-Tochter und der Kommunikationsagentur Faktenkontor haben im Februar 2022 255 Kommunikationsprofis aus Unternehmen, Organisationen und PR-Agenturen in Deutschland und der Schweiz teilgenommen.

Viele Unternehmen haben für ihre Kommunikationsarbeit keine feste und übergeordnete Strategie verankert: Genau 50 % setzen aktuell auf definierte Vorgaben und Maßnahmen, 45 % hingegen nicht. Letzteres liegt laut den befragten PR-Profis vor allem daran, dass keine Ressourcen für die Erstellung einer Strategie zur Verfügung stehen (42 %) oder dass eine Kommunikationsstrategie schlichtweg nicht gebraucht wird (35 %). Für gänzlich unnötig erachten allerdings nur 3 % der Befragten dieses Vorgehen. Immerhin 6 %

erarbeiten aktuell strategische Maßnahmen.

### **Personelle Ressourcen und Budget oft Gründe fürs Scheitern**

Liegt eine Kommunikationsstrategie vor, dann hakt es bei der Umsetzung vor allem aufgrund eines Mangels an personellen Ressourcen (54 %) oder an Budget (35 %). Auch Grenzen zwischen Abteilungen erschweren PR-Profis eine ganzheitliche Umsetzung (30 %). Für knapp ein Viertel der Befragten wurzeln die Probleme dagegen etwas tiefer: 24 % geben an, dass sich die festgelegten Ziele und Maßnahmen gar nicht messen lassen. Etwa jeder sechste PR-Schaffende sieht auch die Verzettelung bei Maßnahmen als große Herausforderung (16 %). Strukturell scheint es hingegen weniger Probleme zu geben: Nur 12 % beklagen fehlendes Controlling beziehungsweise zu unklare Zuständigkeiten.

### **Ziele der Kommunikationsstrategie: Vertrauen und Reputation**

Ganz eindeutig sind hingegen die Ziele und Vorstellungen, die Unternehmen an eine übergeordnete Kommunikationsstrategie knüpfen: An oberster Stelle steht die Absicht, Vertrauen zu schaffen und Reputation aufzubauen (67 %). Nicht viel weniger wichtig ist die Stärkung der Bekanntheit der Marke, eines Produkts oder einer Dienstleistung (59 %). Mit einigem Abstand folgt für die Befragten der Vorsatz, die Bekanntheit des Unternehmens zu steigern (34 %). Konkrete wirtschaftliche Ziele landen erst auf dem vierten Platz: Für 32 % ist die Unterstützung des Vertriebs mit Blick auf die Absatzsteigerung ein wichtiger Zweck.

---

### **Zum Weitersagen**

Machen Sie bitte Ihre Kolleginnen und Kollegen auf den PRVA in Vorarlberg aufmerksam und nehmen Sie sie zu einer Veranstaltung mit. Mit einem Mail an [vorarlberg@prva.co.at](mailto:vorarlberg@prva.co.at) können sich alle, die sich für Kommunikationsthemen interessieren, auf unseren Einladungsverteiler setzen lassen. Auf der Website [www.prva.at](http://www.prva.at) finden potentielle Neumitglieder Informationen über den Public Relations Verband Austria. Details zur Mitgliedschaft lesen Sie [hier](#).

Die Veranstaltungen sind für PRVA-Mitglieder, Mitglieder der PROL und der DPRG Bayern kostenfrei.

Mit den besten Grüßen,  
Ihr PRVA-Team Vorarlberg

**Informationen zum Team und den Zielsetzungen des PRVA Vorarlberg finden Sie [hier](#).**

Sie haben noch weitere Fragen zur Veranstaltung? Oder Sie wollen in Zukunft keine elektronische Post mehr von uns?

Bitte kontaktieren Sie **Julia Riepl** unter: [vorarlberg@prva.co.at](mailto:vorarlberg@prva.co.at)



Der PRVA bedankt sich bei seinen Wirtschaftspartnern für ihre Unterstützung der Verbandsarbeit:



Exklusivpartner des PRVA Vorarlberg:



Copyright © 2022 PRVA Vorarlberg, PRVA Vorarlberg

Spannende Neuigkeiten vom PRVA Vorarlberg

**Adresse:**

PRVA Vorarlberg  
Lothringerstraße 12  
Wien 1030  
Austria

[Add us to your address book](#)