



## **Effektiv kommuniziert: AMEC-Geschäftsführerin Johna Burke über die Relevanz der Erfolgsmessung in der Kommunikationsbranche** – BILD

ID: LCG19429 | 19.11.2019 | Kunde: »OBSERVER« | Ressort: Wirtschaft – sterreich | Medieninformation

**Anlässlich des Measurement Month November und im Hinblick auf den AMEC Summit 2020 gab AMEC-Geschäftsführerin Johna Burke Montagabend erste Einblicke in die zunehmend wichtige Erfolgsmessung in der Kommunikationsbranche.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © Roland Rudolph

Wien (LCG) – In einer immer komplexer werdenden Kommunikations- und Medienlandschaft reichen altgediente Messmethoden – wie die klassische Medienanalyse – allein nicht mehr aus, um den Wert der Kommunikation zu belegen. Kommunikationsprofis sind gefordert nachzuweisen, welche Auswirkungen ihre Arbeit auf die Ziele des jeweiligen Unternehmens hat.

Auf Einladung von Observer-Geschäftsführer **Florian Laszlo** zeigte die Geschäftsführerin der Association for Measurement and Evaluation of Communications (AMEC), **Johna Burke**, bereits im Vorfeld des Summits Erfolgstitips und Werkzeuge zur effektiven Kommunikationsevaluierung auf.

### **Mangelnde Planung – die größte Herausforderung im strategischen Kommunikationsprozess**

„Als Kommunikationsexperten müssen wir verstehen was und wofür wir kommunizieren. Aber auch, wie unser Unternehmen Geld macht und wofür es ausgegeben wird. Nur so bekommen wir den notwendigen Blickwinkel – nicht nur für die Kommunikation, sondern vor allem für ihre effektive Messung“, so Burke. Eine klare und smarte Zielsetzung sieht sie als Fundament jedweder Planung. Durch das Implementieren von Tools zur Evaluierung und Messbarkeit der Kommunikationsziele, wie dem Measure Maturity Mapper (M3) und dem

Integrated Evaluation Framework (IEF), können Unternehmen ihre Prozessqualität verbessern.

Während das interaktive IEF-Tool Kommunikationsexperten bei der Planung und Festlegung von SMART-Zielen hilft und sie dabei unterstützt, ihre KPI's exakt zu messen und zu bewerten, stellt M3 eine Erweiterung des Tools dar. Das Tool ermöglicht den Prozess der Kommunikationserfolgsmessungen und -bewertungen zu optimieren. Auf Basis einer Umfrage positioniert das Diagnosetool das Unternehmen branchenspezifisch in Relation zu anderen und zeigt Handlungsempfehlungen zur Optimierung auf.

### **„Three million impressions doesn't mean three million people were impressed”**

Im Rahmen von Social Media stellt sich für Burke die Frage: Was versuchen wir mit Influencern oder Celebrities zu erreichen? Oft werden sie für die falschen Ziele eingesetzt und zahlen zwar auf Metriken wie „Impressions“ ein, nicht aber auf das eigentliche Kommunikations- oder Unternehmensziel. Daher sollten Daten zur Erfolgsmessung aus verschiedenen Perspektiven betrachtet und kritisch hinterfragt werden.

### **Qualitative und quantitative Daten für die strategische Kommunikation**

Um die richtigen Entscheidungen im Hinblick auf Kommunikationsmaßnahmen zu treffen – oder falschen vorzubeugen –, empfiehlt die AMEC-Geschäftsführerin sich auf qualitative und quantitative Daten zu stützen. Die richtige Interpretation von Zahlen und Daten kann einen enormen Einfluss auf das Unternehmen und seine Ziele nehmen, weshalb sie gerade in der beratenden Expertenrolle einen hohen Stellenwert haben sollten. So kann beispielsweise ein nischenfokussierter Kommunikationsansatz, der kleinere – aber zielgerichtete – Zahlen hervorbringt, von größerem Wert für das Unternehmen sein.

PR-Fachleuten empfiehlt Burke abschließend, sich dem Wert ihrer Daten bewusst zu sein, zu wissen woher sie kommen und welcher Impact damit erzielt werden kann. Nur so könne ein langfristiger Kommunikationserfolg gewährleistet werden.

## AMEC Summit: Wien im Zeichen der Messbarkeit und Evaluierung von Kommunikationsmaßnahmen

Von 2. bis 4. Juni 2020 steht Wien im Zeichen der Messbarkeit und Evaluierung von Kommunikationsmaßnahmen, wenn der World Summit der Association for Measurement and Evaluation of Communications (AMEC) im Wiener Hotel Marriott stattfinden wird. Führende Experten aus der Kommunikationsindustrie werden auf Evaluierungsspezialisten treffen und aktuelle Trends der Branche besprechen, in der die Messbarkeit von Maßnahmen durch die Digitalisierung und den steigenden Kostendruck immer essenzieller wird. Der Summit endet mit einer Awardverleihung, die die besten und effektivsten Arbeiten der PR-Industrie würdigt.

### Über AMEC

AMEC ist die weltweit größte Organisation für Media Intelligence und Insights. Sie vertritt Organisationen und Unternehmen für Medienevaluierung und Kommunikationsforschung. Multinationale Arbeitsgruppen erarbeiten Initiativen und Standards, die durch die Tochterverbände im asiatisch-pazifischen Raum, in Nordamerika und Europa umgesetzt werden. Zu den Pionierleistungen von AMEC zählen die Entwicklung der Barcelona-Prinzipien, der Barcelona-Prinzipien 2.0 und zuletzt die Einführung des AMEC Integrated Evaluation Framework. AMEC hat derzeit mehr als 160 Mitglieder in 86 Ländern weltweit. Weitere Informationen auf [https:// amecorg.com](https://amecorg.com) .

### **+ + + BILDMATERIAL + + +**

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf [https:// www.leisure.at](https://www.leisure.at) . (Schluss)

