



Das war „Wie Daten unsere Arbeit verbessern und welche Grenzen es gibt“

Liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer,

scheuen Sie sich nicht, Daten zu verwenden! – diese Botschaft haben unsere beiden Referent:innen beim PRVA Tirol PRofi-Talk immer wieder betont. Wir sollten nur stets wissen, in welchem Rahmen wir uns bewegen dürfen.

„Wir als Kommunikator:innen sind zwar sehr gut darin, tollen Content zu erstellen, aber dann ist es uns oft egal, was damit passiert“, spricht **Thomas Mickeleit, ehemaliger Kommunikationschef von Microsoft Deutschland**, aus Erfahrung. „Aber wir können erst dann wirklich strategisch kommunizieren, wenn wir Systeme wie etwa Media Analytics oder Social-Media-Listening implementieren, die uns Daten quasi in Echtzeit liefern.“

Der Datenschutz soll beim Sammeln und Analysieren von Daten nicht abschrecken. Das gilt auch für personenbezogene Daten, also Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare Person beziehen und deshalb sensibler sind. „Bilden Sie sich weiter, verlieren Sie die Angst! Es gibt genug Möglichkeiten, sich weiterzubilden oder sich zu informieren. Tauschen Sie sich mit Ihrem betriebsinternen oder einem externen Datenschutzbeauftragten aus; nutzen Sie die Informationen auf der Webseite der Datenschutzbehörde oder lassen Sie sich beispielsweise von der Wirtschaftskammer zum Thema Datenschutz beraten“, informierte **Dr. Andrea Jelinek, Leiterin der österreichischen Datenschutzbehörde**, die Teilnehmer:innen.

Die Marketing-Abteilungen sind meist schon einen Schritt voraus und arbeiten seit Jahren daran, ihre Zielgruppen datengestützt zu erreichen. Das Stichwort lautet hier Targeting, also der Versuch, eine Werbemaßnahme so exakt wie möglich auf eine vorher definierte Zielgruppe abzustimmen. „Und so wie das Marketing mit einer Customer-Journey arbeitet, brauchen wir in der Kommunikation eine Stakeholder-Journey“, ist Mickeleit überzeugt. Auch Jelinek wies darauf hin, dass der Austausch mit der Marketingabteilung von Vorteil sein kann: „Dann verschwindet vielleicht der ‚elephant in the room‘ bei diesem Thema“.

Zum Schluss appellierten beide Referent:innen noch einmal an die Teilnehmer:innen, sich nicht vor der Verwendung von Daten zu fürchten.

Mickeleit schließt den spannenden PRofi-Treff ab: „Denn wenn wir uns dem verweigern, können wir unseren Wertschöpfungsbeitrag als Kommunikator:innen künftig nicht mehr belegen. Unsere Arbeit erhält nur dann eine höherer Wertschätzung, wenn wir mit harten Zahlen belegen, welche Wirkung wir haben. Und das natürlich unter Einhaltung des Datenschutzes“.