

GASTKOMMENTAR

Warum „42“ die Antwort auf alles und auf nichts ist



Dem „Balanced Scorecard Konzept“, das von Kaplan und Norton als Führungs-, Steuerungs- und Controllinginstrument entwickelt wurde, begegnet man immer häufiger in neuem Kontext. Das Kennzahlensystem Balanced Scorecard (BSC) wird im Werbecontrolling etwa zur Bewertung

des Werbekonzeptes eingesetzt. Die Orientierung der PR-Erfolgskontrolle an der BSC liegt ebenfalls nah, erfolgt auch und ist stark in der Diskussion.

Das ist gut, denn gerade in der PR-Welt ist der Bauch oft wichtigster Seismograph für Entscheidungen. Dazu erfolgt die Orientierung an einem strategieimplementierenden Modell, so dass bei der Adaption weit über Medienresonanzanalysen und Kontaktpreisberechnungen hinausgeschaut werden muss. Eine an BSC angelehnte Erfolgskontrolle sollte PR-Ziele und -Strategie mit ablesbaren Hardfacts wie Mitteleinsatz und Softfacts wie Imagewerten integrieren und planungsorientiert betrachten.

Erfolgskontrolle im Spannungsfeld zwischen Bauchgefühl und Zahlenfetischismus

Bei allen Vorzügen der BSC ist ihre Erfolgsstory selbst eine PR-Story: Angefangen beim Namen, der klingt, als ob auf einer Karte nur ein paar Punkte (Scores) eingetragen werden müssen, die aufzeigen, wo man für sich und das Unternehmen punktet. Mittlerweile dient der Name fast als Synonym für jede Form von halbwegs komplexen Kennzahlensystemen in der Unternehmenssteuerung. Dazu kommt eine Faszination von Kennzahlensystemen, die oft aus Bauchentscheidern Zahlenfetischisten macht. Allein der Begriff suggeriert faktisch-mathematische Autorität, die qualitative Zusammenhänge, wie die Wirkung von PR, in einer möglichst simplen Zahl verdichten kann. Das System muss zu den Nutzeranforderungen passen und praktikable Antworten geben. Und so richtig eine Entwicklung zur PR-Erfolgskontrolle ist, der Umgang mit Kennzahlensystemen birgt auch die Gefahr, seine Anwender zu frustrieren.

Ganz so wie der Supercomputer „Deep Thought“ aus der Science-Fiction-Satire „Per Anhalter durch die Galaxis“, der seinen Erbauern nach 7,5 Millionen Jahren auf die Frage nach dem „Universum, dem Leben und dem ganzen Rest“ die Antwort 42 gibt. Und sie ratloser als zuvor hinterlässt.

Thomas Quast, Geschäftsführer com.X – Institut für Kommunikations-Analyse & Kommunikation