



Bund der Public Relations Agenturen der Schweiz
Association des agences de relations publiques en Suisse
Associazione delle agenzie di pubbliche relazioni in Svizzera
Association of PR Agencies in Switzerland

BPPRA
Postfach 63 | CH-8024 Zürich
Tel. 044 266 67 71 | Fax 044 266 67 00
info@bpra.ch | www.bpra.ch

BPPRA Herbstumfrage 2013

Auswertung

1. Honoraransätze

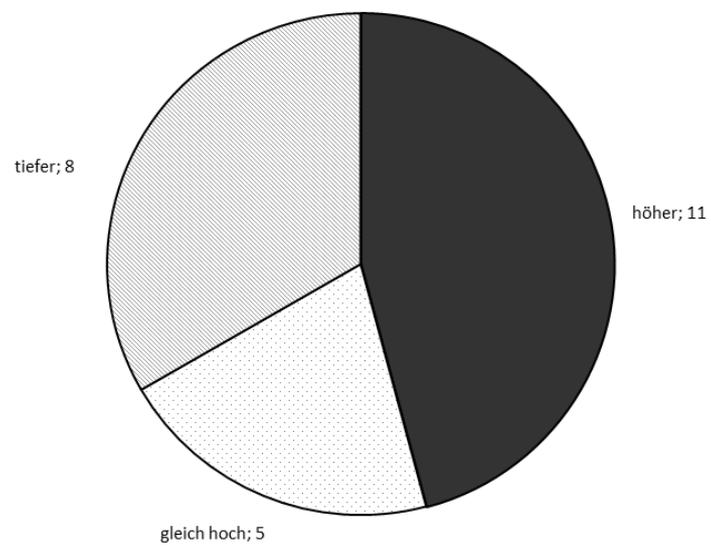
2014 kommen in den BPRA-Agenturen folgende Stundenansätze zur Anwendung

Stufe	Median	Von	Bis
Geschäftsleitung	300	160	450
Beratungsgruppenleitung	265	180	400
Beratung	235	150	400
Redaktor/Junior	185	130	240
Assistenz	155	100	250
Sekretariat	130	90	200

Alle Agenturen verwenden praktisch die gleichen Stundenansätze wie 2012.

2. Geschäftsgang 2013

Der Honorarbetrag 2013 wird im Vergleich zu 2012 voraussichtlich:



b) Die wesentlichen Gründe für diese Entwicklung sind:

Höher als im Vorjahr (Erhöhter Honorarertrag um +5% bis +20%)

- Neue Mandate
- Wachstumsmarkt PA
- Zunehmendes Change Management
- Wachstum Network
- Erweiterung Geschäftsleitung
- Gesundheitswesen
- Effizienz-Steigerung
- Value Based Pricing
- CMS-Zertifizierung (optimiertere Prozesse)

Gleich wie im Vorjahr (+/- 0%)

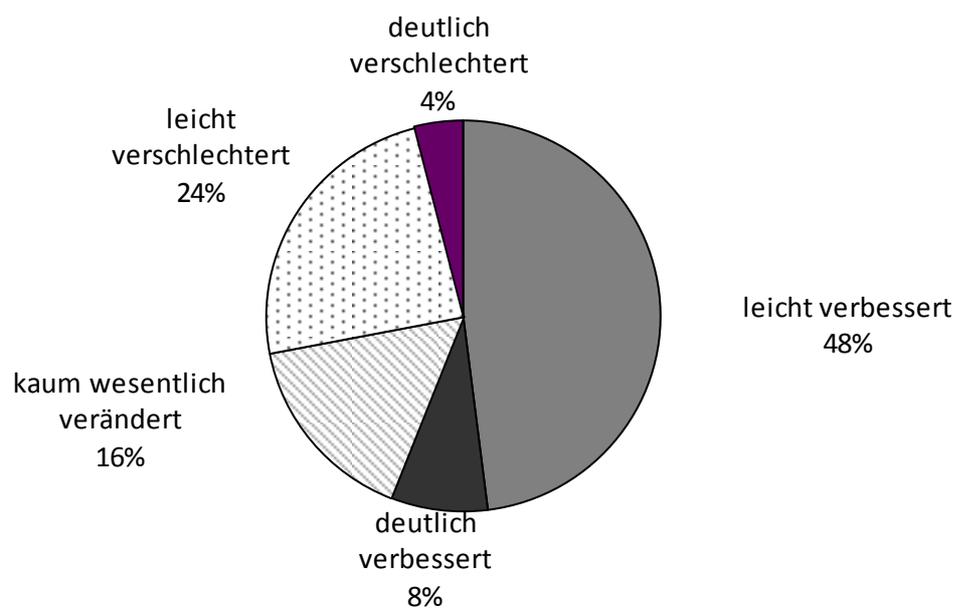
- Stabile Auftragslage / Kundenbasis
- Gut geplanter Führungswechsel
- Erfolgreiche Akquise

Tiefer als im Vorjahr (Abnahme Honorarbetrag zwischen -5% bis -30%)

- Verlust Grosskunden
- Umbau Agentur und Veränderung Geschäftsleitung
- Defensive Kunden
- Sparmassnahmen bei Kunden (Pharma)
- Kostensenkungsmassnahmen bei Kunden
- Verschiebung von Teams/Budgets in Europazentrale
- Verzögerungen in Auftragserteilung

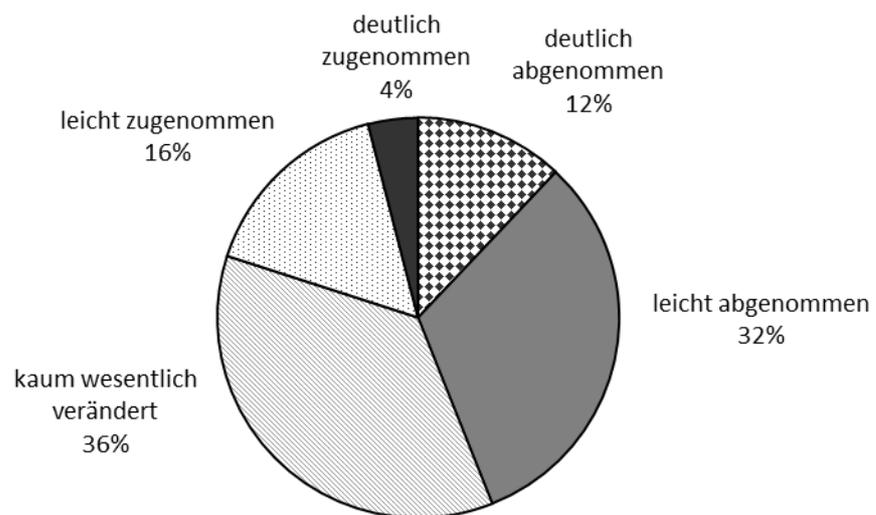
3. Profitabilität

2013 hat sich die Profitabilität (Betriebsgewinn im Verhältnis zum Nettohonorarertrag) im Vergleich zum Vorjahr



4. Lohnkosten

2013 haben unsere Lohnkosten insgesamt im Vergleich zum Vorjahr

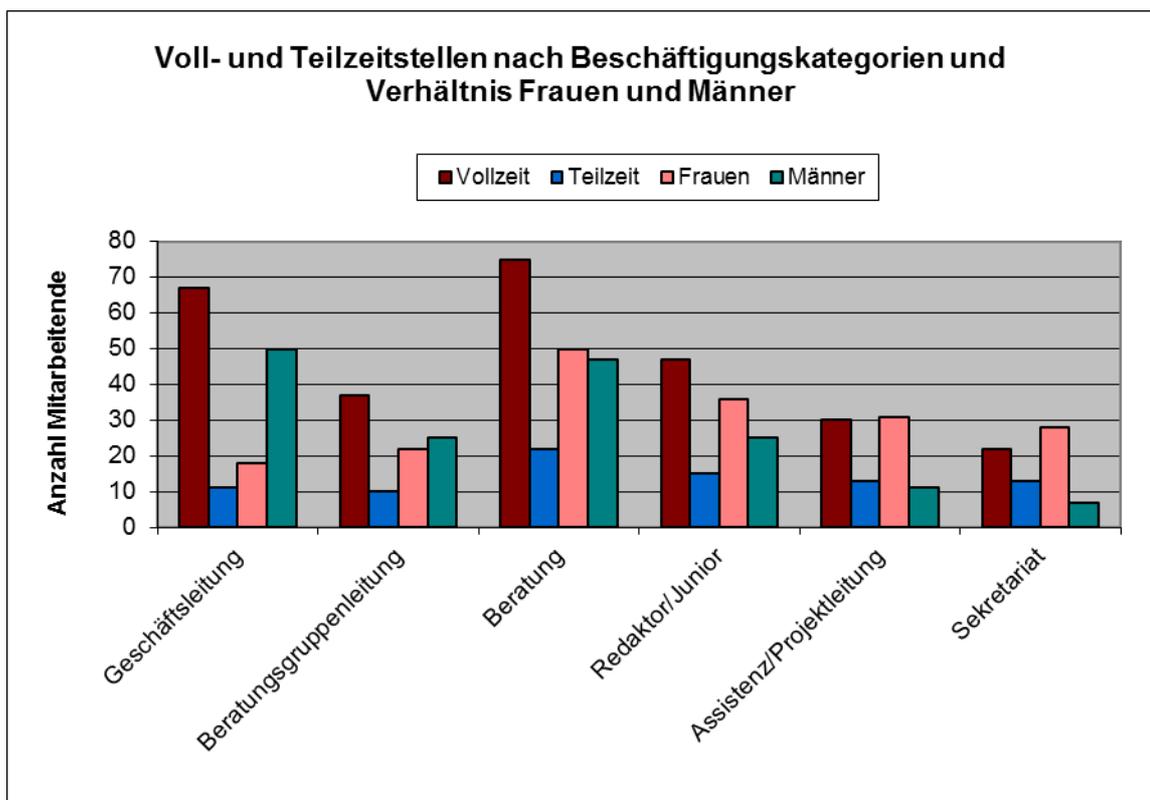


5. Personalbeschaffung

<u>Antwort</u>	<u>Anzahl</u>
Es ist immer schwieriger, qualifizierte PR-Allrounder zu rekrutieren.	11
Besonders schwierig ist die Rekrutierung von Projekt-Managern und/oder PR-Assistenten.	2
Es wird zunehmend schwierig, PR-Berater mit fundierter Erfahrung aus bestimmten Kundenbranchen zu finden.	12
Die Mehrzahl der Stellenbewerber hat (zu) wenig Praxiserfahrung.	7
Wir werden von Anfragen der Absolventen von Fachhochschulen geradezu überschwemmt.	5
Unter den Bewerbern sind viele Journalisten ohne Berufserfahrung.	3
Qualifizierte PR-Berater arbeiten lieber auf Kunden- als auf Agentur-Seite.	4
Es ist (wieder) leicht, qualifizierte PR-Leute mit fundierter Erfahrung zu finden.	1
Sonstiges: Grosse Differenz zwischen Löhnen auf der Agentur- und Kundenseite, besonders im Finanzbereich	2
Sonstiges: Wir suchen u.a. Industrie- /Beratungs-Expertise	1
Sonstiges: Wir haben keine Mühe, qualifiziertes Personal zu finden	1

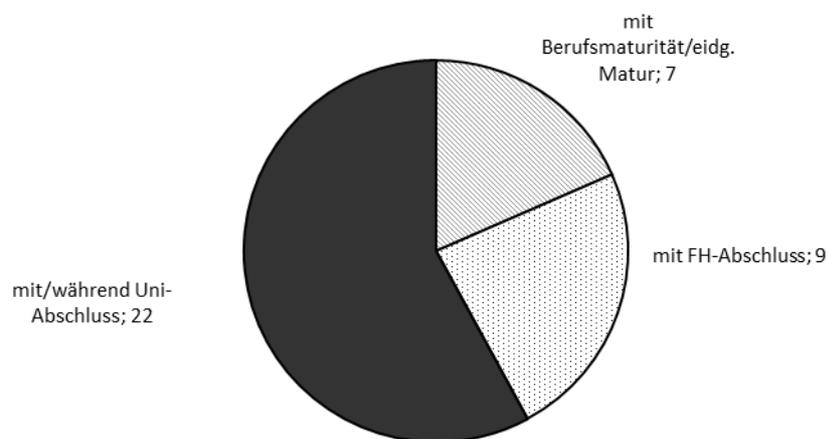
**6. Anzahl Stellen nach Beschäftigungskategorien
(Voll- und Teilzeit, Verhältnis Männer/Frauen)**

Beschäftigungskategorien	Vollzeit	Teilzeit	Frauen	Männer
Geschäftsleitung	67	11	18	50
Beratungsgruppenleitung	37	10	22	25
Beratung	75	22	50	47
Redaktor/Junior	47	15	36	25
Assistenz/Projektleitung	30	13	31	11
Sekretariat	22	13	28	7
Total	278	84	185	165



7. Praktika und Traineeships

a) Im 2014 planen die Agenturen folgende Praktikumsplätze anzubieten, insgesamt 38:



b) Die Dauer dieser Praktika beträgt: zwischen einem Monat und einem Jahr.

Dauer:	1 – 3 Monate:	2
	3 – 6 Monate:	26
	12 Monate:	8

b) Das Salär für diese Praktika beträgt zwischen CHF 1'000 und CHF 3'500.

Salär:	mit Berufsmaturität/eidg. Matur:	CHF 1'500
	mit FH-Abschluss:	CHF 1'000 – CHF 3'500
	mit/während Uni-Abschluss:	CHF 1'000 – CHF 3'500

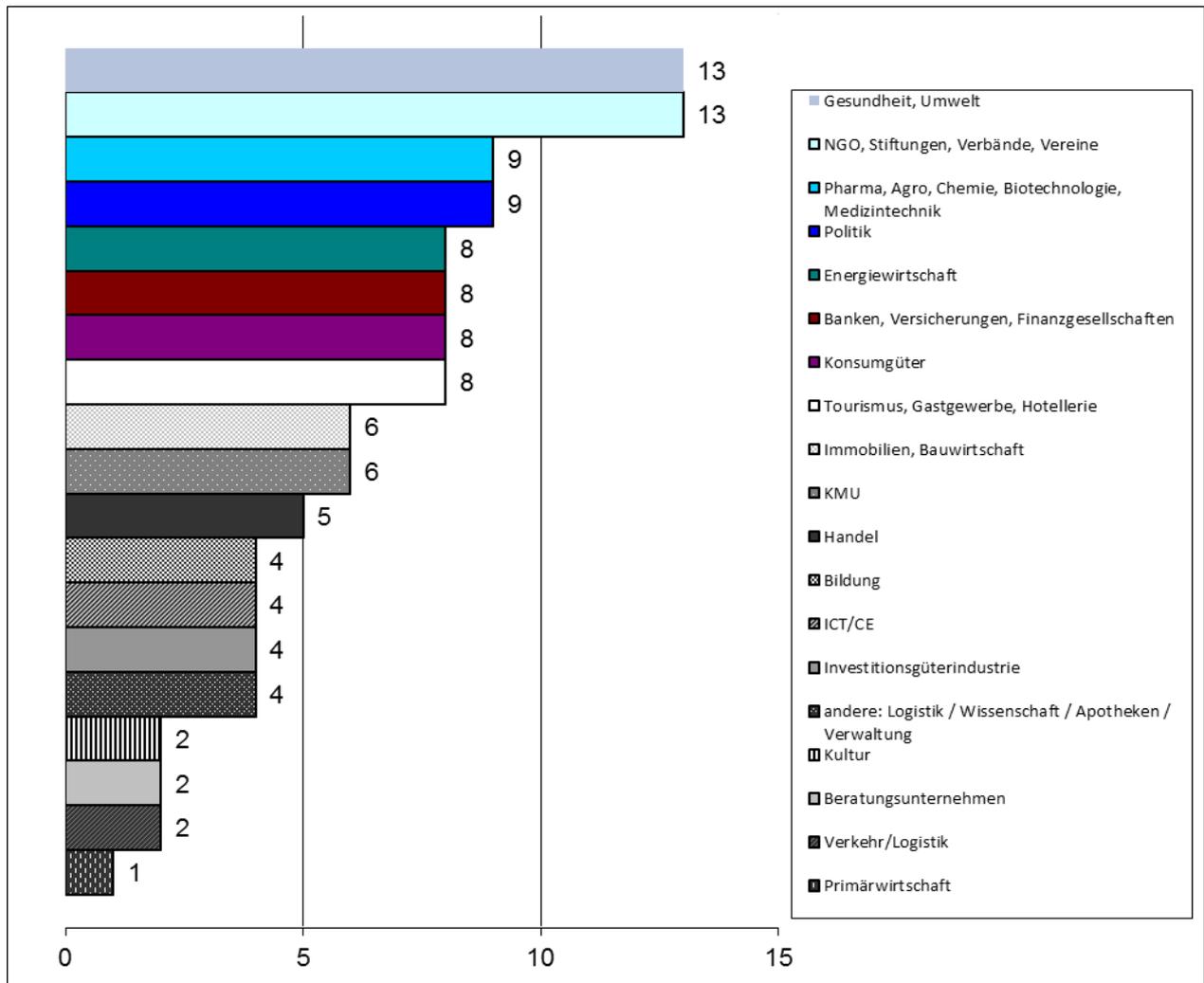
8. Erwartete Marktentwicklung 2014 für PR-Leistungen

Der Markt für PR-Leistungen wird sich 2014 wie folgt entwickeln:

Generell wachsende Nachfrage nach PR-Agenturleistungen	2
Generell stabile Nachfrage nach PR-Dienstleistungen	17
Generell schrumpfende Nachfrage nach PR-Agenturleistungen	3
Zunahme von Projektgeschäft und weniger Retainer Mandate	12
Verstärkte Nachfrage und wachsende Herausforderungen im Bereich digitale Medien	14
Verstärkte Konkurrenz durch andere Anbieter wie Werbeagenturen, Web-Agenturen und Corporate Publishing Agenturen, die in unser Geschäftsfeld eindringen	8

9. Branchenaussichten

Die folgenden Branchen bieten 2014 die interessantesten Aussichten:



10. PR-Disziplinen

Folgende PR-Disziplinen gewinnen 2014 an Bedeutung:

