



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 2012

Auswertung

1. Honoraransätze

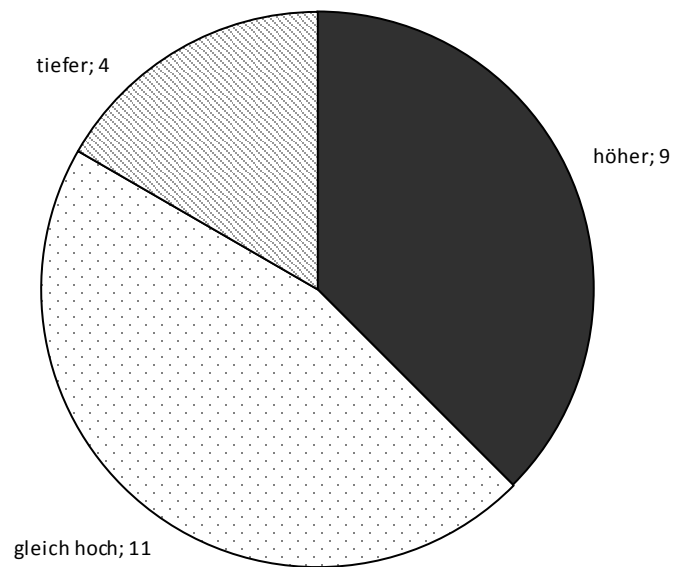
2013 kommen in den BPRA-Agenturen folgende Stundenansätze zur Anwendung

Stufe	Median	Von	Bis
Geschäftsleitung	315	180	600
Beratungsgruppenleitung	275	170	400
Beratung	240	150	350
Redaktor/Junior	190	120	280
Assistenz	160	100	250
Sekretariat	135	90	200

Alle Agenturen verwenden praktisch die gleichen Stundenansätze wie 2012.

2. Geschäftsgang 2012

Der Honorarbetrag 2012 wird im Vergleich zu 2011 voraussichtlich:



b) Die wesentlichen Gründe für diese Entwicklung sind:

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

- Dynamik in New Business
- Neue Mandate
- Wachstumsmarkt PA
- Neue Geschäftsfelder
- Stabiler Markt

Gleich wie im Vorjahr (+/- 0%)

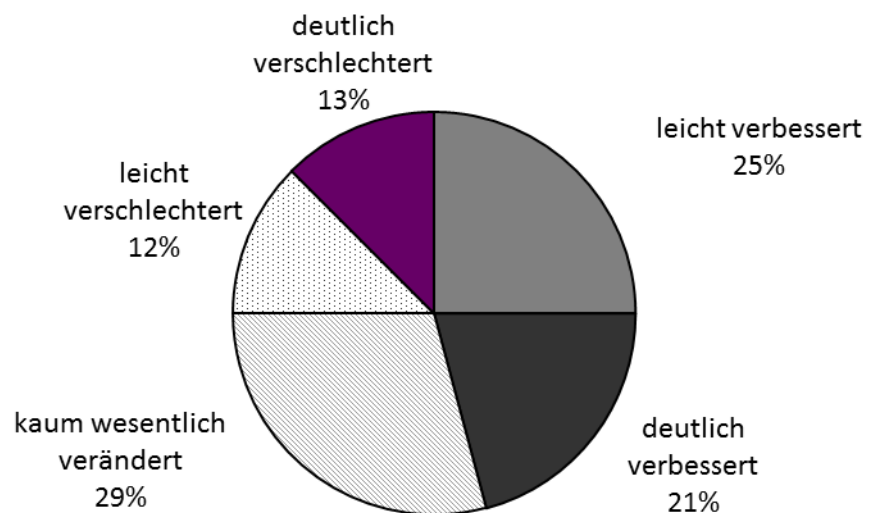
- Stabiles Portefeuille
- Abgänge Mandate und Zugänge halten sich die Waage
- Konkurrenz und verhaltener Markt
- Kein oder nur wenig Verlust bei Mandatevolumen
- Langjährige Zusammenarbeit mit unseren Kunden
- Solide Nachfrage
- Sorgfältige Vorausplanung
- Gute Akquise-Tätigkeit
- Mandate die auf nächstes Jahr verschoben werden
- Keine Golfgräberzeiten

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

- Verlust Grosskunden
- Zunehmende Stärke Schweizer Franken
- Weniger Projekte, obendrauf viel Retainer
- Preiskonkurrenz, insbesondere ausserhalb der Schweiz
- Kostensenkungsmassnahmen bei Kunden
- Wirtschaftliche Situation
- Umstrukturierung

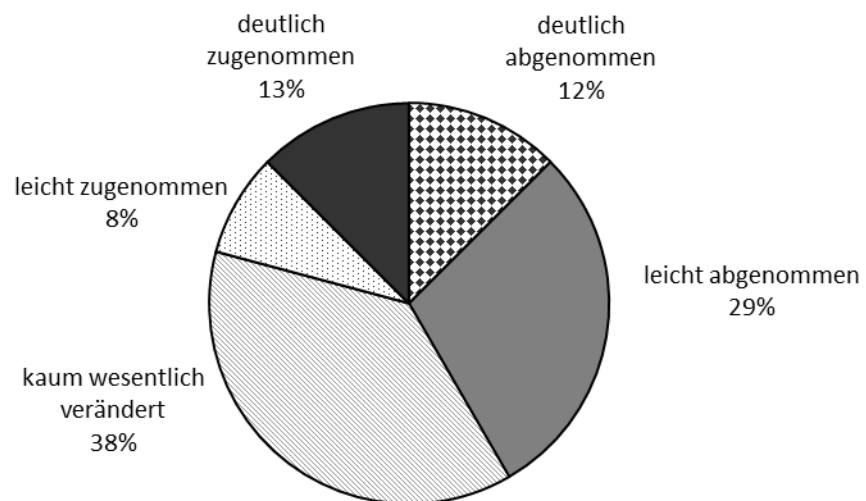
3. Profitabilität

2012 hat sich die Profitabilität (Betriebsgewinn im Verhältnis zum Nettohonorerertrag) im Vergleich zum Vorjahr



4. Lohnkosten

2012 haben unsere Lohnkosten insgesamt im Vergleich zum Vorjahr

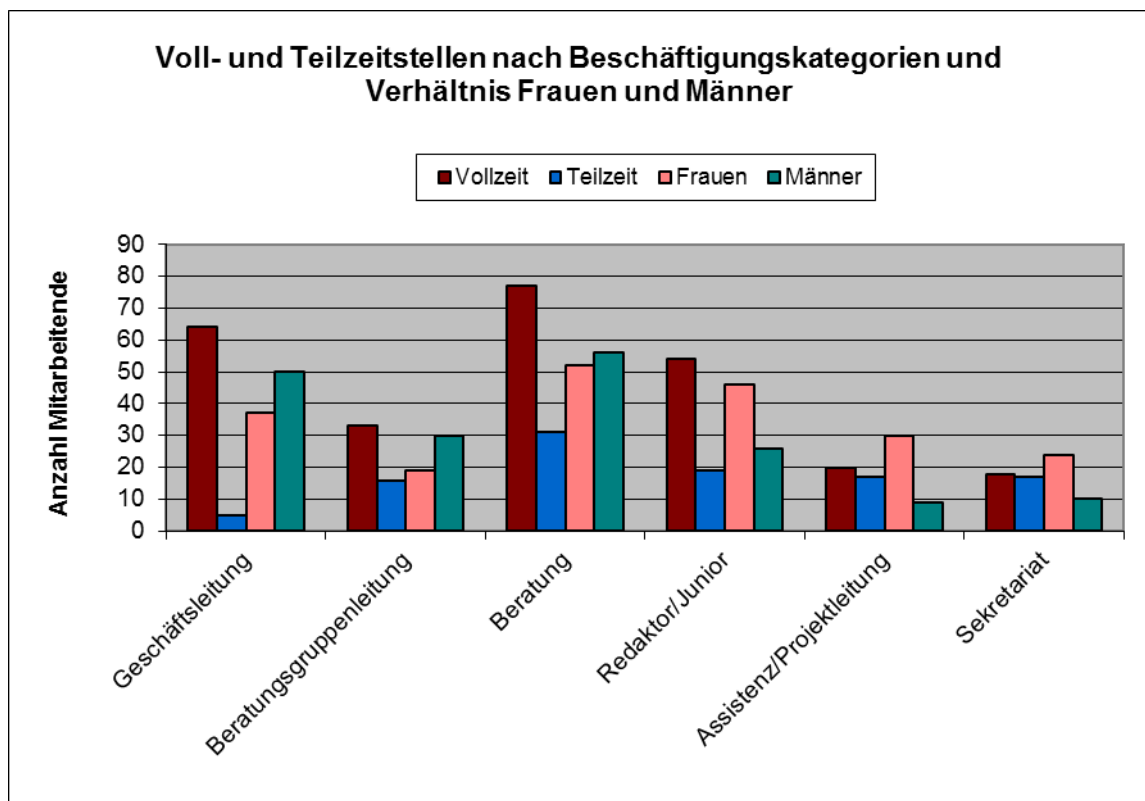


5. Personalbeschaffung

<u>Antwort</u>	<u>Anzahl</u>
Es ist immer schwieriger, qualifizierte PR-Allrounder zu rekrutieren.	8
Besonders schwierig ist die Rekrutierung von Projekt-Managern und/oder PR-Assistenten.	1
Es wird zunehmend schwierig, PR-Berater mit fundierter Erfahrung aus bestimmten Kundenbranchen zu finden.	10
Die Mehrzahl der Stellenbewerber hat (zu) wenig Praxiserfahrung. Wir werden von Anfragen der Absolventen von Fachhochschulen geradezu überschwemmt.	8 6
Unter den Bewerbern sind viele Journalisten ohne Berufserfahrung. Qualifizierte PR-Berater arbeiten lieber auf Kunden- als auf Agentur-Seite.	3 3
Es ist (wieder) leicht, qualifizierte PR-Leute mit fundierter Erfahrung zu finden.	2
Sonstiges: Keine wirklichen Personalsorgen, stabile Verhältnisse; man findet kaum Managementkompetenz; viele Deutsche.	3
Sonstiges: Wir haben keine Mühe, qualifiziertes Personal zu finden; Erfolgreiche Suche bedingt gutes Netzwerk	2

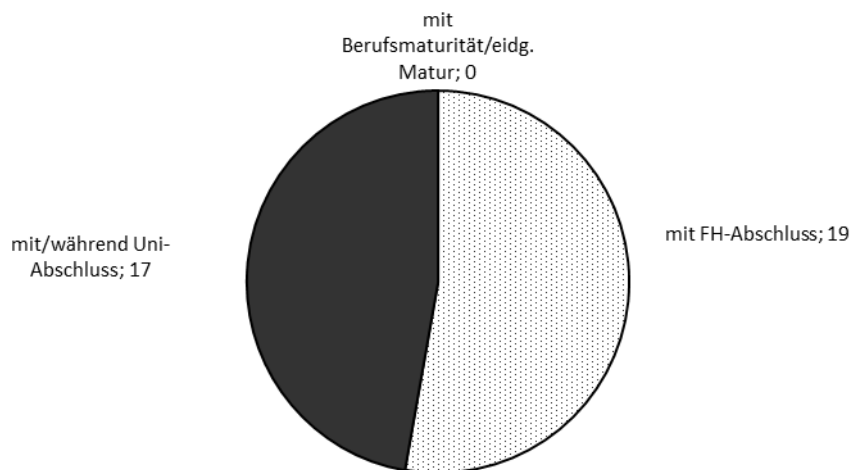
**6. Anzahl Stellen nach Beschäftigungskategorien
(Voll- und Teilzeit, Verhältnis Männer/Frauen)**

Beschäftigungskategorien	Vollzeit	Teilzeit	Frauen	Männer
Geschäftsleitung	64	5	37	50
Beratungsgruppenleitung	33	16	19	30
Beratung	77	31	52	56
Redaktor/Junior	54	19	46	26
Assistenz/Projektleitung	20	17	30	9
Sekretariat	18	17	24	10
Total	266	105	208	181



7. Praktika und Traineeships

a) Im 2013 planen die Agenturen folgende Praktikumsplätze anzubieten, insgesamt 36:



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

Dauer:	1 – 3 Monate:	7
	3 – 6 Monate:	26
	12 Monate:	3

b) Das Salär für diese Praktika beträgt zwischen CHF 1'000 und CHF 4'500.

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 4'500

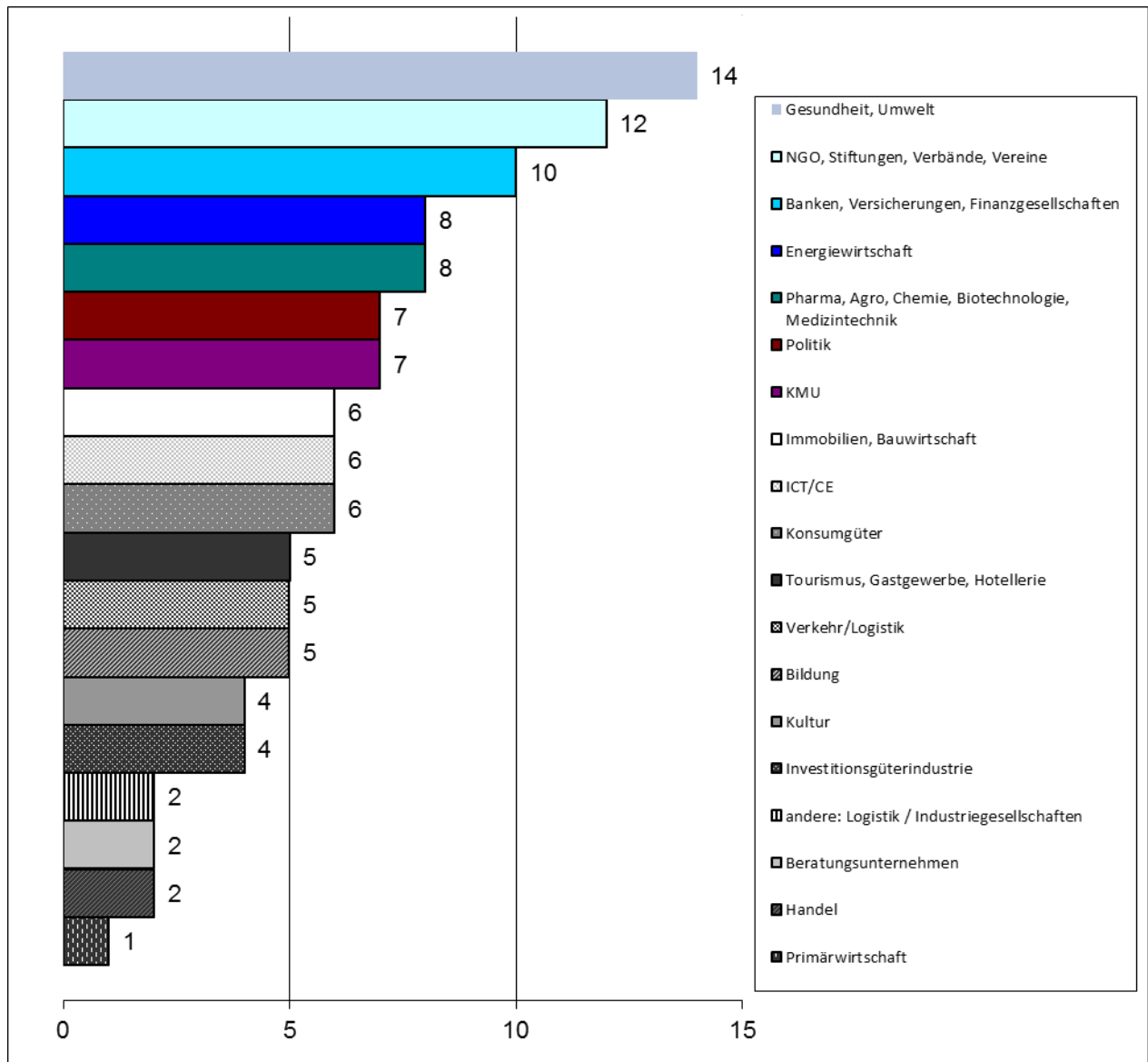
8. Erwartete Marktentwicklung 2013 für PR-Leistungen

Der Markt für PR-Leistungen wird sich 2013 wie folgt entwickeln:

Generell wachsende Nachfrage nach PR-Agenturleistungen	3
Generell stabile Nachfrage nach PR-Dienstleistungen	15
Generell schrumpfende Nachfrage nach PR-Agenturleistungen	4
Zunahme von Projektgeschäft und weniger Retainer Mandate	12
Verstärkte Nachfrage und wachsende Herausforderungen im Bereich digitale Medien	10
Verstärkte Konkurrenz durch andere Anbieter wie Werbeagenturen, Web-Agenturen und Corporate Publishing Agenturen, die in unser Geschäftsfeld eindringen	7

9. Branchenaussichten

Die folgenden Branchen bieten 2013 die interessantesten Aussichten:



10. PR-Disziplinen

Folgende PR-Disziplinen gewinnen 2013 an Bedeutung:

