



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
Schauplatzgasse 39 | CH-3011 Bern
Tel. 031 313 18 48 | Fax 031 313 18 49
info@bpra.ch | www.bpra.ch

BPPRA Herbstumfrage 2015

Auswertung

1. Honoraransätze

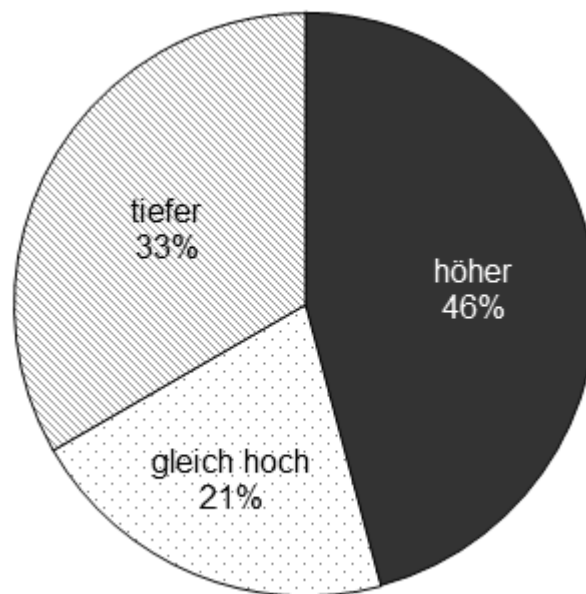
2016 kommen in den BPRA-Agenturen folgende Stundenansätze zur Anwendung

Stufe	Median	Von	Bis
Geschäftsleitung	305	190	560
Beratungsgruppenleitung	265	180	380
Beratung	230	150	360
Redaktor/Junior	190	130	300
Assistenz	165	110	250
Sekretariat	135	90	200

Die Stundenansätze haben sich gegenüber dem Vorjahr etwas erhöht. Die Veränderung ist jedoch minim.

2. Geschäftsgang

Der Honorarertrag 2015 wird im Vergleich zu 2014 voraussichtlich:



b) Die wesentlichen Gründe für diese Entwicklung sind:

Höher als im Vorjahr (Erhöhter Honorarertrag um +5% bis +30%)

- Gewinn neuer Mandate
- Neue Geschäftsleitung
- New Business
- Wachstum
- Rekrutierung
- Ausbau bestehender Kunden
- Akquisitionserfolg
- Zufriedene Kunden
- Motiviertes Team

Gleich wie im Vorjahr (+/- 0%)

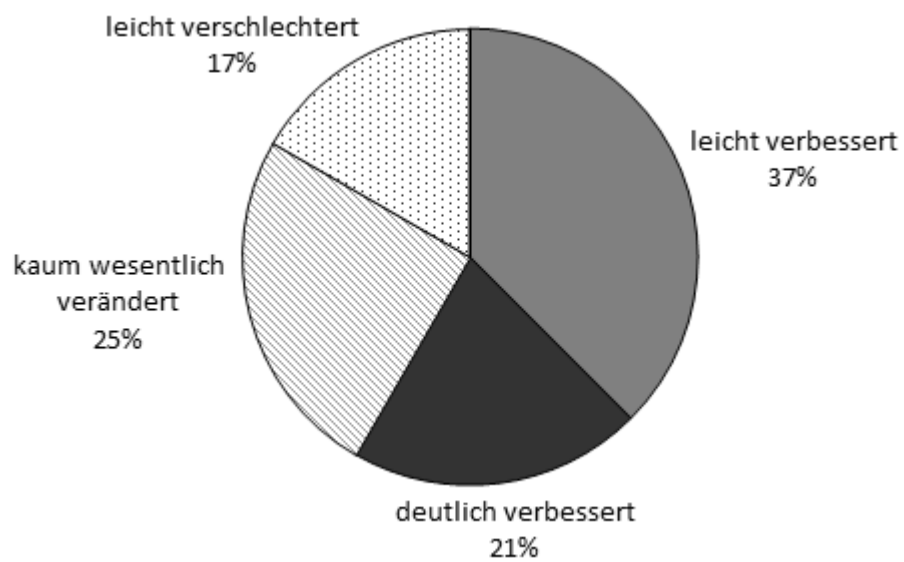
- Höhere Effizienz
- Stabile Auftragslage
- Gute Teamzusammenarbeit
- Optimierung Portfolio
- Mehr Arbeitsstunden, tieferer Durchschnittslohn

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

- Weniger Arbeitsstunden
- Ausfall von wichtigen Kunden
- Kooperation noch nicht umsatzrelevant
- Kleines Auftragsvolumen
- Mandatsverlust
- Wegfall von Mandaten
- Budgetkürzungen bei Schlüsselkunden

3. Profitabilität

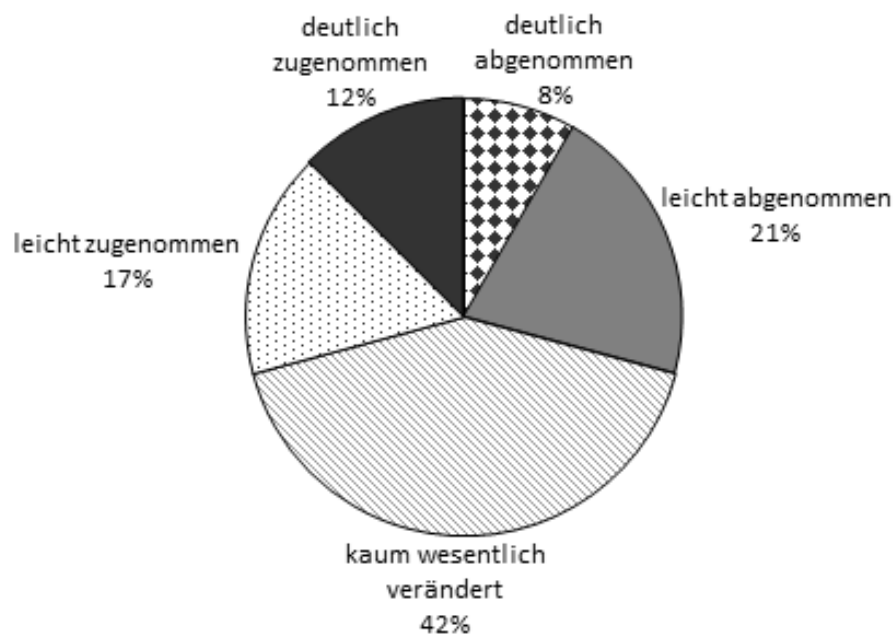
Im Jahr 2015 hat sich die Profitabilität (Betriebsgewinn im Verhältnis zum Nettohonorarertrag) im Vergleich zum Vorjahr:



Für die Mehrheit der Befragten hat sich die Profitabilität leicht verbessert. Im Vorjahr hatte sich diese für die meisten kaum wesentlich verändert. Niemand der Befragten meinte, dass sich die Profitabilität deutlich verschlechtert hat.

4. Lohnkosten

2015 haben unsere Lohnkosten insgesamt im Vergleich zum Vorjahr:

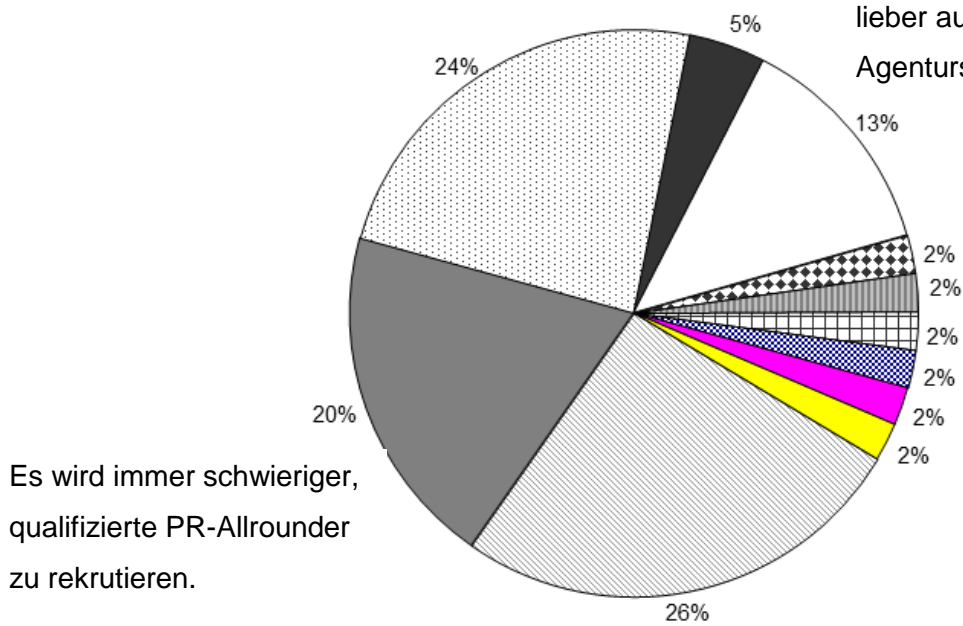


Beinahe für die Hälfte der Befragten haben sich die Lohnkosten kaum wesentlich verändert. Im Gegensatz zum letzten Jahr gibt es auch deutliche Zu- und Abnahmen.

5. Personalbeschaffung

Es wird zunehmend schwierig,
PR-Berater mit fundierter
Erfahrung aus bestimmten
Kundenbranchen zu finden.

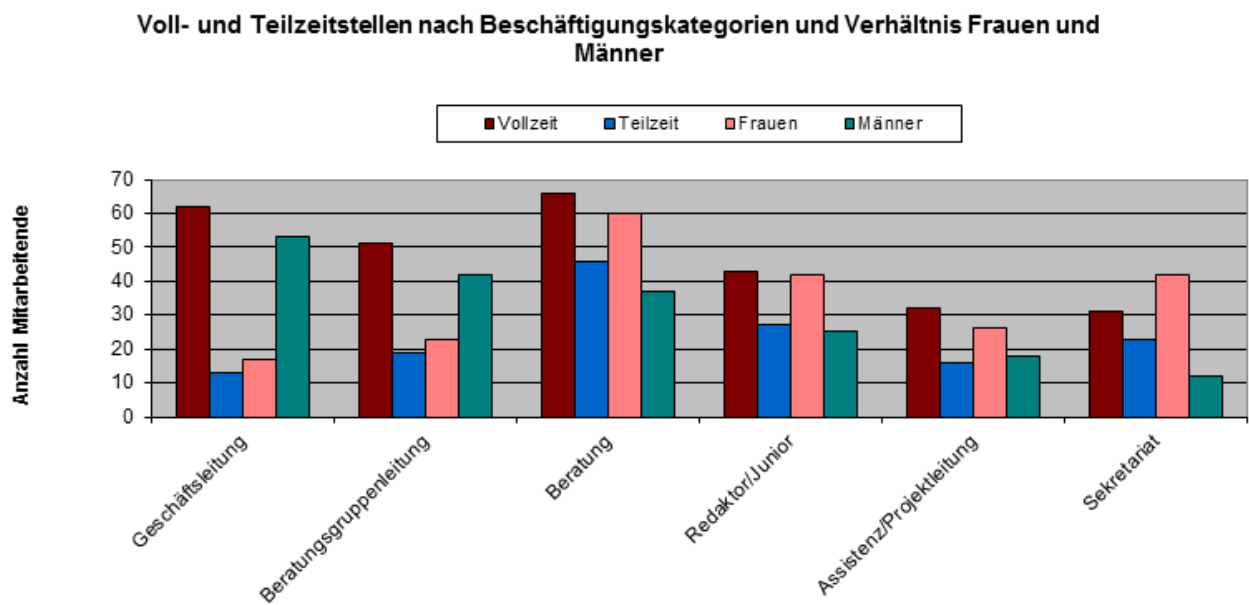
Qualifizierte PR-Berater arbeiten
lieber auf Kunden- als auf
Agenturseite



Es wird immer schwieriger,
qualifizierte PR-Allrounder
zu rekrutieren.

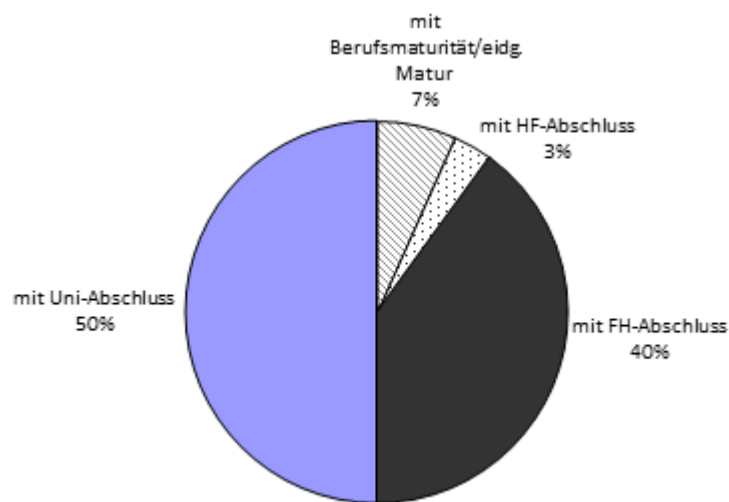
Die Mehrzahl der Stellenbewerber
hat (zu) wenig Praxiserfahrung.

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



7. Praktika und Traineeships

a) Im 2016 planen die Agenturen folgende Praktikumsplätze anzubieten:



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

Dauer:	1 – 3 Monate:	12
	3 – 6 Monate:	13
	12 Monate:	5

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

Salär:	mit Berufsmaturität/eidg. Matur:	CHF 900 – CHF 2'500
	mit HF-Abschluss:	CHF 2'000
	mit FH-Abschluss:	CHF 1'000 – CHF 3'000
	mit/während Uni-Abschluss:	CHF 1'000 – CHF 3'000

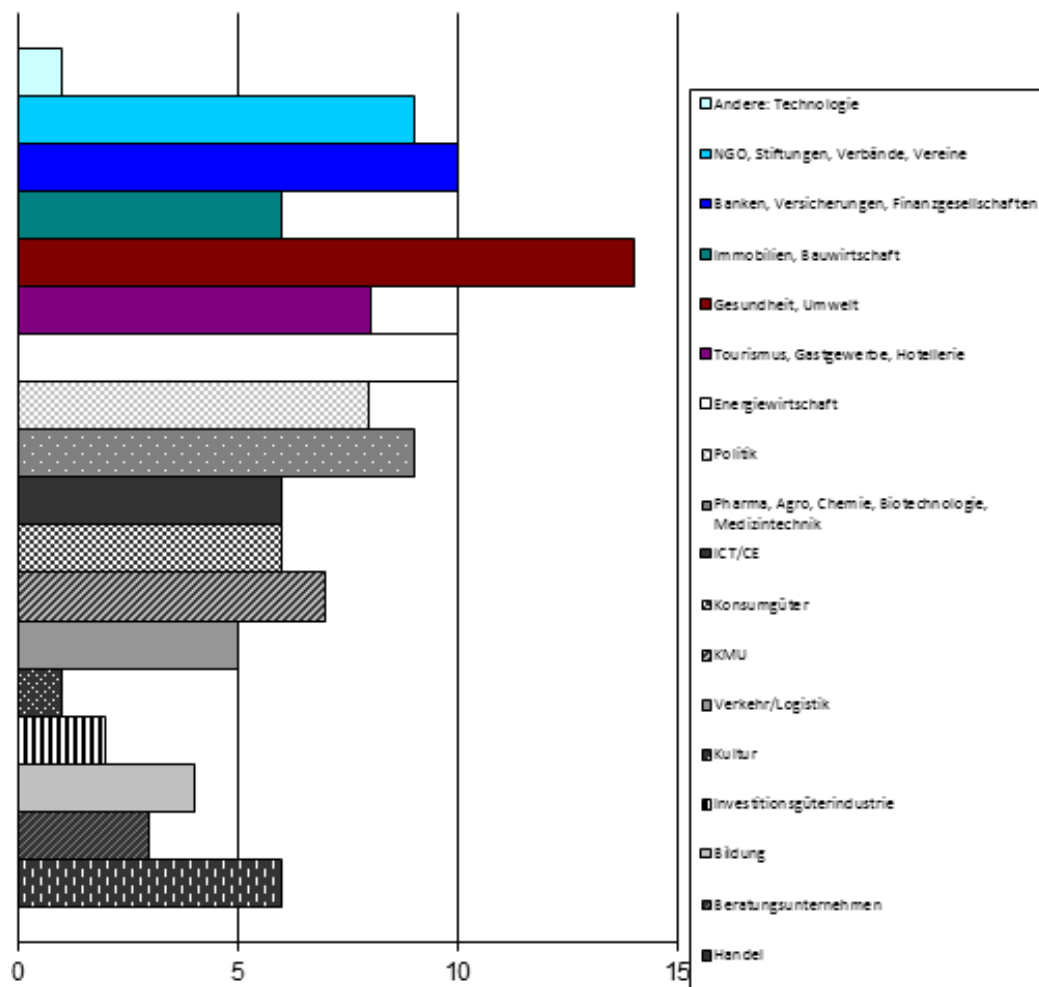
8. Erwartete Marktentwicklung 2016 für PR-Leistungen

Der Markt für PR-Leistungen wird sich 2016 wie folgt entwickeln:

Generell wachsende Nachfrage nach PR-Agenturleistungen	5
Generell stabile Nachfrage nach PR-Agenturleistungen	15
Generell schrumpfende Nachfrage nach PR-Agenturleistungen	2
Zunahme von Projektgeschäft und weniger Retainer Mandate	18 = 80%
Verstärkte Nachfrage und wachsende Herausforderungen im Bereich digitale Medien	15
Verstärkte Konkurrenz durch andere Anbieter wie Werbeagenturen, Web-Agenturen und Corporate Publishing Agenturen, die in unser Geschäftsfeld eindringen	11

9. Branchenaussichten

Die folgenden Branchen bieten 2016 die interessantesten Aussichten:



10. PR-Disziplinen

Folgende PR-Disziplinen gewinnen 2016 an Bedeutung:

Strategic Consulting	19
Corporate Communication	17
Online Communications/Digital PR	16
Issues Management, Crisis Communication	12
Change Management Communication	9
Public Affairs	9
Marketing Communications	8
Internal Relations	8
Corporate Publishing, Geschäftsberichte	8
Reputation Management, CSR Programme	7
Event Management, Investor Relations, Financial Relations	4
Investor Relations, Financial Relations	2