

PR-Trendmonitor

PR-Budgets und Kommunikationsstrategien

Oktober 2009

PR-Trendmonitor

Inhalt:

- **Untersuchungsansatz**
- **Themenschwerpunkte**
- **Ergebnisse**

erstellt von / am
SCHW / 12.10.2009
geprüft von / am
SMS 13.10.2009
freigegeben von / am
JF / 19.10.2009

Untersuchungsansatz

Der PR-Trendmonitor stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung dar, die von der dpa-Tochter news aktuell und Faktenkontor durchgeführt wurde. Dabei wurde untersucht, wo die derzeitigen Tendenzen und Entwicklungen in der Kommunikationsbranche liegen. Die Umfrage wurde in Kooperation mit GPRA entwickelt.



Sie suchen für Ihr Unternehmen oder Ihre Kunden spannende Daten und Fakten über bestimmte Branchen oder Themenbereiche? Mit den Online-Trendumfragen helfen wir Ihnen dabei, Themen und Trends zu erkennen, die Sie gezielt für Ihre Pressearbeit verwerten können.

Kontakt: info@faktenkontor.de

Untersuchungsdesign:

Als Methode wurde eine Internetbefragung gewählt.

Zielgruppe:

Fach- und Führungskräfte aus der Kommunikationsbranche.

Befragungszeitraum:

Die Daten sind vom 14. September bis zum 5. Oktober 2009 erhoben worden.

Teilnehmer:

1.359 Fach- und Führungskräfte aus PR-Agenturen und Pressestellen verschiedener Unternehmen. Die Ergebnisse sind auf eine Nachkommastelle gerundet.

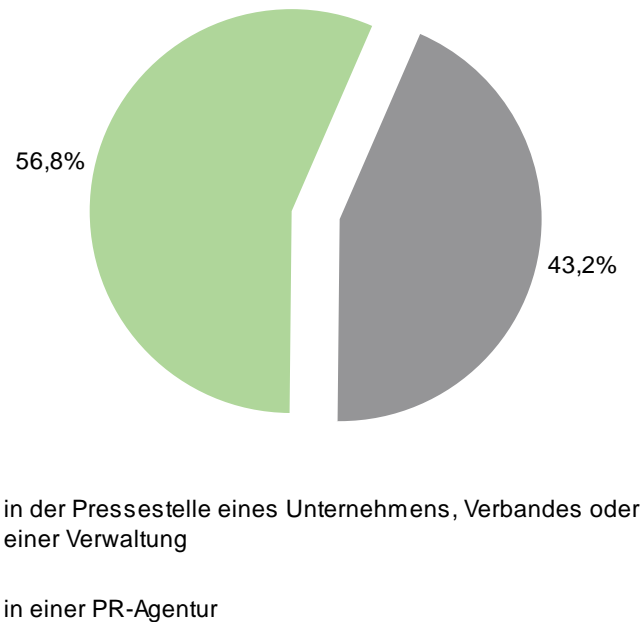
Themenschwerpunkte

Beim PR-Trendmonitor wurden Fach- und Führungskräfte aus Pressestellen von Unternehmen und aus PR-Agenturen zu den folgenden Themenschwerpunkten befragt:

- Budgets/Honorarumsätze
- Erfolgskontrolle
- Berufliche Situation
- Arbeitszeit und Gehalt
- Beste Agenturen und beliebteste Unternehmen
- Herausforderungen der PR
- Akzeptanz der Kommunikationsarbeit
- Social Media
- Statistik

Ergebnisse

Wo arbeiten Sie?

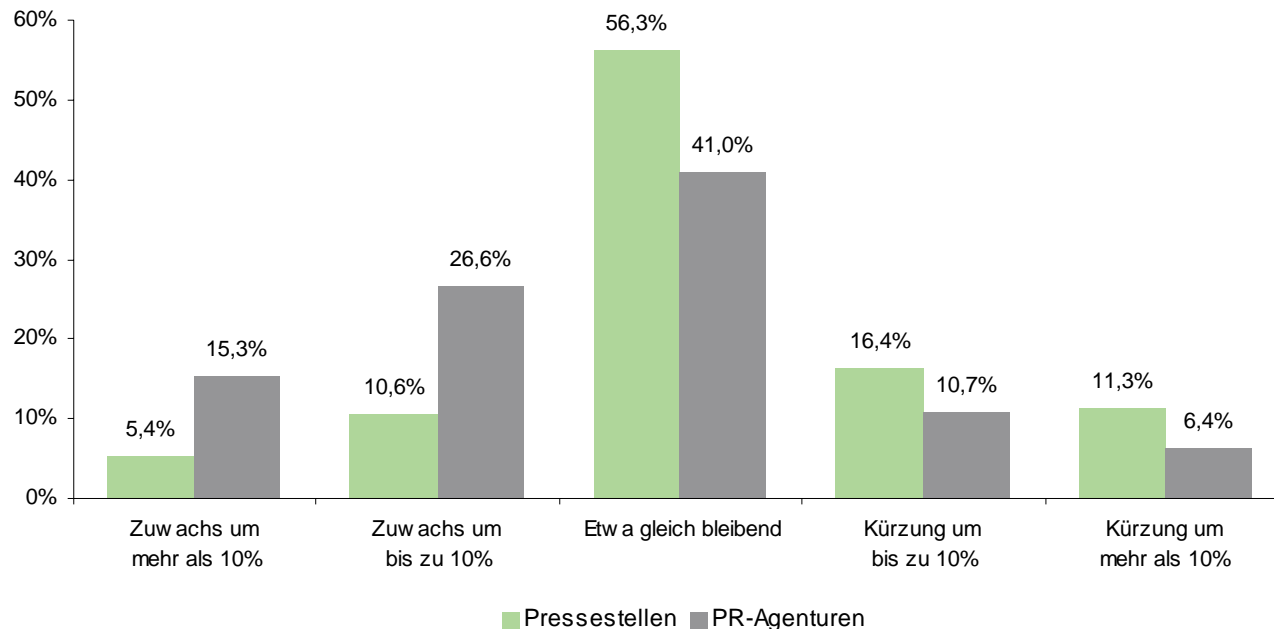


Pressestellen: N = 772
Agenturen: N = 587

Budgets und Honorarumsätze

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Budgets/Honorarumsätze

Wie schätzen Sie die Budgetentwicklung im Jahr 2010 gegenüber 2009 ein? (Pressestellen) Wie schätzen Sie die Entwicklung der Honorarumsätze im Jahr 2010 gegenüber 2009 ein? (Agenturen)



Pressestellen: N = 762
Agenturen: N = 580

Ergebnisse – Pressestellen: Budgets

Wie schätzen Sie die Budgetentwicklung im Jahr 2010 gegenüber 2009 ein?
> Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	Weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1000 Mitarbeiter	1001 bis 5000 Mitarbeiter	Mehr als 5000 Mitarbeiter
N=	762	626	159	148	83	57	102	77
Zuwachs um mehr als 10%	5,4%	5,4%	7,5%	5,4%	7,2%	5,3%	3,9%	1,3%
Zuwachs um bis zu 10%	10,6%	11,3%	13,8%	13,5%	8,4%	8,8%	12,7%	5,2%
Etwa gleich bleibend	56,3%	56,4%	54,7%	58,1%	69,9%	63,2%	47,1%	49,4%
Kürzung um bis zu 10%	16,4%	15,5%	13,8%	12,8%	8,4%	10,5%	26,5%	20,8%
Kürzung um mehr als 10%	11,3%	11,3%	10,1%	10,1%	6,0%	12,3%	9,8%	23,4%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt

■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen: Budgets

Wie schätzen Sie die Budgetentwicklung im Jahr 2010 gegenüber 2009 ein?
> Branche

	Sampleaufteilung nach Branche					
	Gesamt	Durchschnitt*	Produzierendes Gewerbe	Handel	Dienstleistung (ohne Handel)	Verwaltung oder Verband
N=	762	623	128	36	291	168
Zuwachs um mehr als 10%	5,4%	5,5%	3,9%	16,7%	5,2%	4,8%
Zuwachs um bis zu 10%	10,6%	11,2%	13,3%	11,1%	13,4%	6,0%
Etwa gleich bleibend	56,3%	56,3%	47,7%	44,4%	57,0%	64,3%
Kürzung um bis zu 10%	16,4%	15,6%	16,4%	22,2%	14,1%	16,1%
Kürzung um mehr als 10%	11,3%	11,4%	18,8%	5,6%	10,3%	8,9%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Honorarumsätze

Wie schätzen Sie die Entwicklung der Honorarumsätze im Jahr 2010 gegenüber 2009 ein?
> Agenturgröße

	Sampleaufteilung nach Agenturgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N=	580	458	49	121	83	141	32	32
Zuwachs um mehr als 10%	15,3%	14,8%	24,5%	19,0%	12,0%	11,3%	6,3%	15,6%
Zuwachs um bis zu 10%	26,6%	26,6%	28,6%	17,4%	28,9%	30,5%	21,9%	40,6%
Etwa gleich bleibend	41,0%	41,5%	32,7%	47,9%	39,8%	41,8%	46,9%	28,1%
Kürzung um bis zu 10%	10,7%	11,1%	8,2%	6,6%	12,0%	13,5%	18,8%	12,5%
Kürzung um mehr als 10%	6,4%	5,9%	6,1%	9,1%	7,2%	2,8%	6,3%	3,1%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Honorarumsätze

Wie schätzen Sie die Entwicklung der Honorarumsätze im Jahr 2010 gegenüber 2009 ein?
> Medienhochburgen

	Sampleaufteilung nach Medienhochburgen									
	Gesamt	Durchschnitt*	Berlin	Hamburg	München	Köln	Frankfurt am Main	Stuttgart	Leipzig	Andere Stadt
N=	580	464	59	81	51	29	60	13	3	168
Zuwachs um mehr als 10%	15,3%	14,9%	18,6%	18,5%	9,8%	20,7%	10,0%	30,8%	0,0%	13,1%
Zuwachs um bis zu 10%	26,6%	26,7%	33,9%	33,3%	27,5%	17,2%	23,3%	38,5%	33,3%	22,6%
Etwa gleich bleibend	41,0%	41,6%	37,3%	39,5%	47,1%	34,5%	46,7%	23,1%	33,3%	43,5%
Kürzung um bis zu 10%	10,7%	11,0%	8,5%	7,4%	13,7%	6,9%	13,3%	7,7%	33,3%	12,5%
Kürzung um mehr als 10%	6,4%	5,8%	1,7%	1,2%	2,0%	20,7%	6,7%	0,0%	0,0%	8,3%

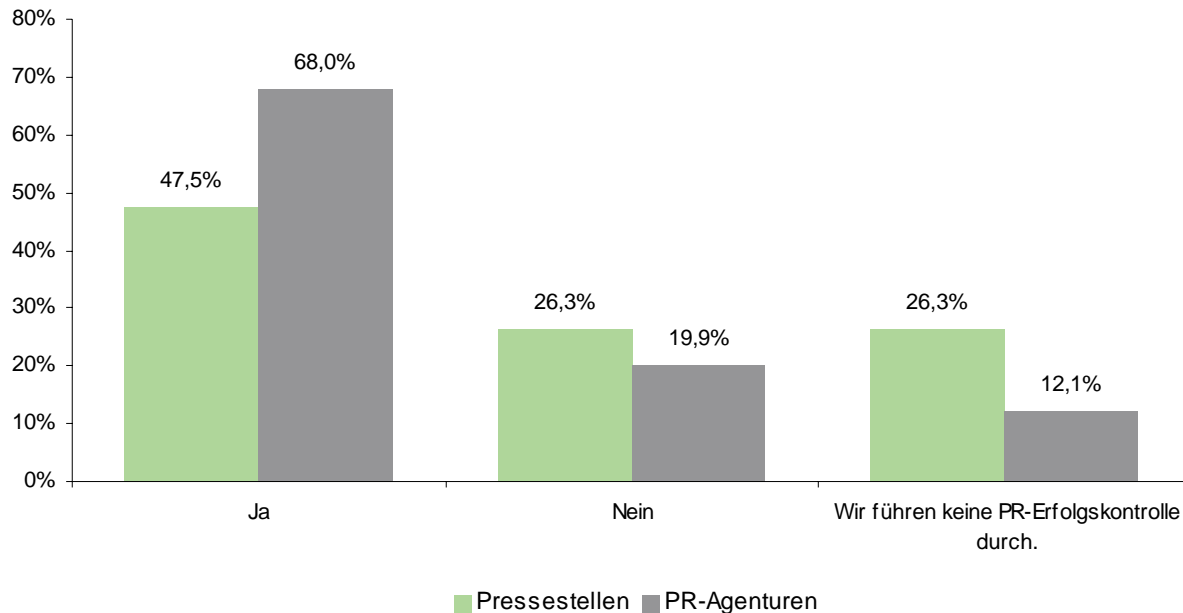
■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Erfolgskontrolle

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Erfolgskontrolle

Reichen die Ergebnisse Ihrer PR-Erfolgskontrolle aus, um Ihre Geschäftsleitung von weiteren Investitionen in die Pressearbeit zu überzeugen? (Pressestellen) Reichen die Ergebnisse Ihrer PR-Erfolgskontrolle aus, um Ihre Kunden von weiteren Investitionen in die Pressearbeit zu überzeugen? (Agenturen)



Pressestellen: N = 731
Agenturen: N = 562

Ergebnisse – Pressestellen: Erfolgskontrolle

Reichen die Ergebnisse Ihrer PR-Erfolgskontrolle aus, um Ihre Geschäftsleitung von weiteren Investitionen in die Pressearbeit zu überzeugen?

> Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	Weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1000 Mitarbeiter	1001 bis 5000 Mitarbeiter	Mehr als 5000 Mitarbeiter
N=	731	624	159	148	83	56	102	76
Ja	47,5%	47,6%	42,8%	52,0%	44,6%	53,6%	52,0%	42,1%
Nein	26,3%	26,6%	23,9%	27,7%	25,3%	19,6%	26,5%	36,8%
Wir führen keine PR-Erfolgskontrolle durch.	26,3%	25,8%	33,3%	20,3%	30,1%	26,8%	21,6%	21,1%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen: Erfolgskontrolle

Reichen die Ergebnisse Ihrer PR-Erfolgskontrolle aus, um Ihre Geschäftsleitung von weiteren Investitionen in die Pressearbeit zu überzeugen?

> Branche

	Sampleaufteilung nach Branche					
	Gesamt	Durchschnitt*	Produzierendes Gewerbe	Handel	Dienstleistung (ohne Handel)	Verwaltung oder Verband
N=	731	621	128	35	291	167
Ja	47,5%	48,0%	49,2%	51,4%	44,7%	52,1%
Nein	26,3%	26,2%	28,1%	37,1%	29,6%	16,8%
Wir führen keine PR-Erfolgskontrolle durch.	26,3%	25,8%	22,7%	11,4%	25,8%	31,1%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Erfolgskontrolle

Reichen die Ergebnisse Ihrer PR-Erfolgskontrolle aus, um Ihre Kunden von weiteren Investitionen in die Pressearbeit zu überzeugen?

> Agenturgröße

	Sampleaufteilung nach Agenturgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N =	562	460	50	121	83	142	32	32
Ja	68,0%	68,5%	58,0%	63,6%	71,1%	69,7%	78,1%	81,3%
Nein	19,9%	19,8%	20,0%	20,7%	18,1%	21,8%	15,6%	15,6%
Wir führen keine PR-Erfolgskontrolle durch.	12,1%	11,7%	22,0%	15,7%	10,8%	8,5%	6,3%	3,1%

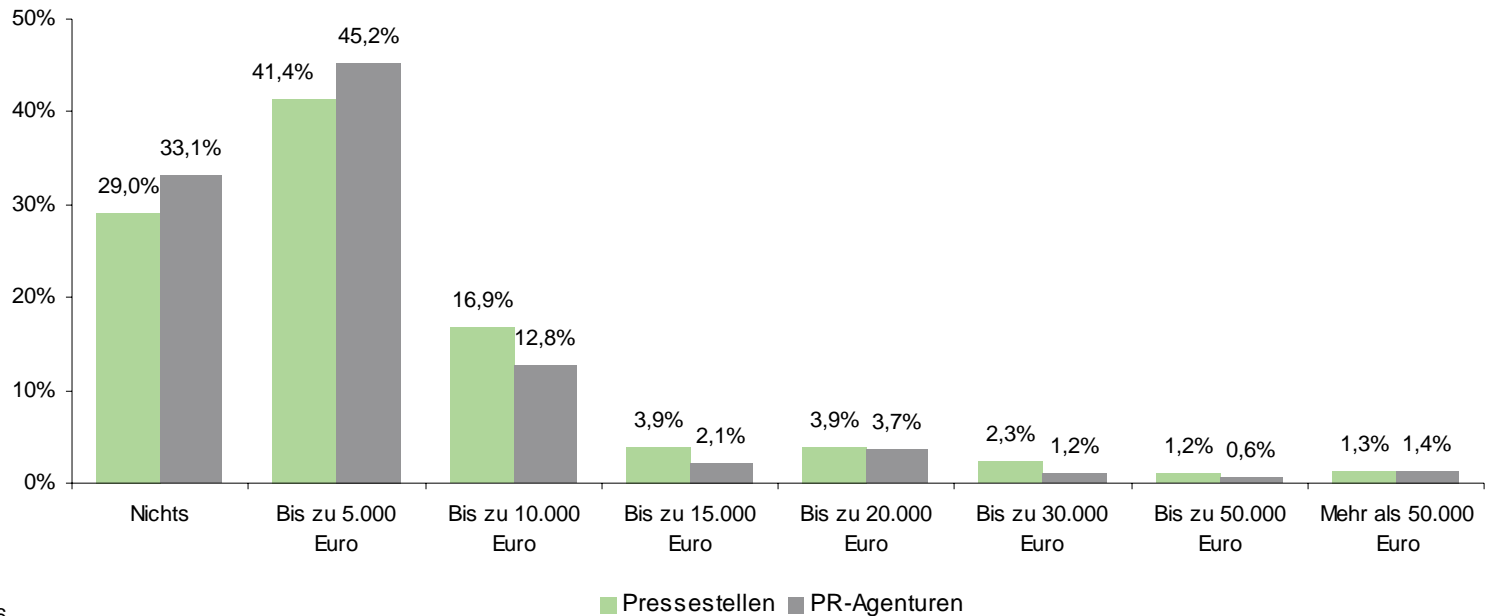
■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Erfolgskontrolle

Stellen Sie sich vor, Sie könnten solide mit Hilfe von Marktforschung nachweisen, welchen Effekt die Pressearbeit auf die Bekanntheit des Unternehmens und auf das Neugeschäftspotenzial hätte. Wie viel Budget wäre Ihre Pressestelle bereit, für eine derartige Erfolgsmessung zu investieren? (Pressestellen)

Stellen Sie sich vor, Sie könnten solide mit Hilfe von Marktforschung nachweisen, welchen Effekt die Pressearbeit auf die Bekanntheit des Unternehmens und auf das Neugeschäftspotenzial hätte. Wie viel Budget wären Ihre Kunden bereit, für eine derartige Erfolgsmessung zu investieren? (Agenturen)



Pressestellen: N = 686
Agenturen: N = 516

Ergebnisse – Pressestellen: Erfolgskontrolle

Stellen Sie sich vor, Sie könnten solide mit Hilfe von Marktforschung nachweisen, welchen Effekt die Pressearbeit auf die Bekanntheit des Unternehmens und auf das Neugeschäftspotenzial hätte. Wie viel Budget wäre Ihre Pressestelle bereit, für eine derartige Erfolgsmessung zu investieren?

> Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	Weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1000 Mitarbeiter	1001 bis 5000 Mitarbeiter	Mehr als 5000 Mitarbeiter
N=	686	622	158	147	82	55	103	77
Nichts	29,0%	28,3%	36,1%	34,0%	26,8%	16,4%	13,6%	31,2%
Bis zu 5.000 Euro	41,4%	42,3%	48,1%	49,7%	36,6%	45,5%	41,7%	20,8%
Bis zu 10.000 Euro	16,9%	16,6%	10,1%	12,9%	22,0%	23,6%	25,2%	14,3%
Bis zu 15.000 Euro	3,9%	4,3%	3,2%	3,4%	7,3%	3,6%	2,9%	7,8%
Bis zu 20.000 Euro	3,9%	4,2%	1,9%	0,0%	6,1%	9,1%	7,8%	6,5%
Bis zu 30.000 Euro	2,3%	2,4%	0,6%	0,0%	1,2%	1,8%	4,9%	9,1%
Bis zu 50.000 Euro	1,2%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,0%	5,2%
Mehr als 50.000 Euro	1,3%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,9%	5,2%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt

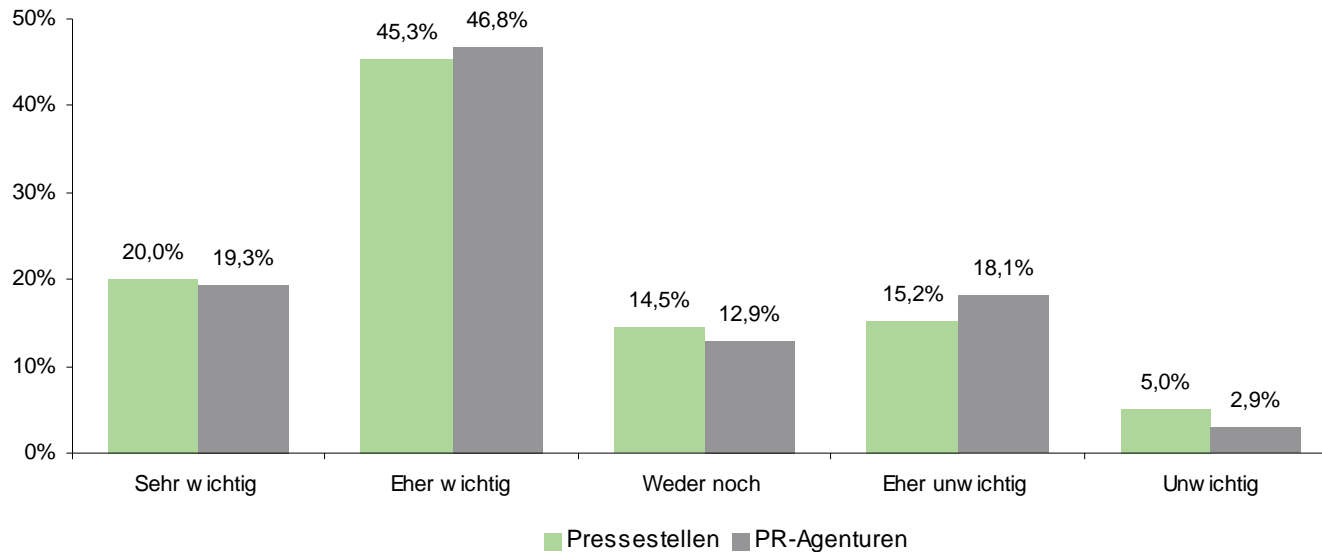
■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Erfolgskontrolle

Wie wichtig ist das Thema Webmonitoring* für Ihre Pressestelle? (Pressestellen) Wie wichtig ist das Thema Webmonitoring* für Ihre Kunden? (Agenturen)

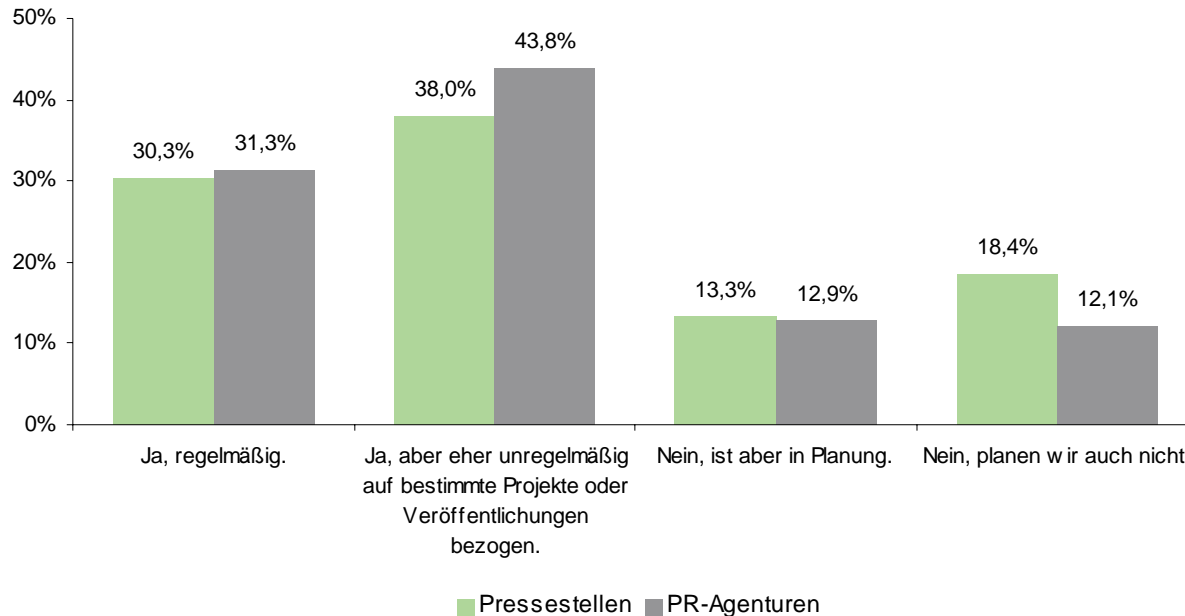


Pressestellen: N = 684
Agenturen: N = 513

*Hinweis: Webmonitoring ist die systematische Suche im Internet nach Unternehmens-, Marken-, Meinungs-, Wettbewerber- und Personennennungen mit anschließender Kategorisierung und elektronischer Archivierung der gefundenen Daten.

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Erfolgskontrolle

Führen Sie bereits ein regelmäßiges Webmonitoring durch? (Pressestellen) Führen Sie bereits für Ihre Kunden ein regelmäßiges Webmonitoring durch? (Agenturen)



Pressestellen: N = 684
Agenturen: N = 512

*Hinweis: Webmonitoring ist die systematische Suche im Internet nach Unternehmens-, Marken-, Meinungs-, Wettbewerber- und Personennennungen mit anschließender Kategorisierung und elektronischer Archivierung der gefundenen Daten.

Ergebnisse – Pressestellen: Erfolgskontrolle

Führen Sie bereits ein regelmäßiges Webmonitoring durch?
> Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	Weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1000 Mitarbeiter	1001 bis 5000 Mitarbeiter	Mehr als 5000 Mitarbeiter
N=	684	628	160	148	83	57	103	77
Ja, regelmäßig.	30,3%	30,1%	23,8%	26,4%	28,9%	33,3%	35,0%	42,9%
Ja, aber eher unregelmäßig auf bestimmte Projekte oder Veröffentlichungen bezogen.	38,0%	37,7%	45,0%	41,2%	36,1%	33,3%	32,0%	28,6%
Nein, ist aber in Planung.	13,3%	13,2%	15,6%	12,2%	6,0%	10,5%	17,5%	14,3%
Nein, planen wir auch nicht.	18,4%	18,9%	15,6%	20,3%	28,9%	22,8%	15,5%	14,3%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Erfolgskontrolle

Führen Sie bereits für Ihre Kunden ein regelmäßiges Webmonitoring durch?
> **Agenturgröße**

	Sampleaufteilung nach Agenturgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N=	512	460	50	121	83	142	32	32
Ja, regelmäßig.	31,3%	31,3%	18,0%	24,0%	28,9%	38,7%	43,8%	40,6%
Ja, aber eher unregelmäßig auf bestimmte Projekte oder Veröffentlichungen bezogen.	43,8%	44,3%	38,0%	49,6%	39,8%	44,4%	37,5%	53,1%
Nein, ist aber in Planung.	12,9%	12,0%	10,0%	11,6%	20,5%	9,2%	15,6%	3,1%
Nein, planen wir auch nicht.	12,1%	12,4%	34,0%	14,9%	10,8%	7,7%	3,1%	3,1%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

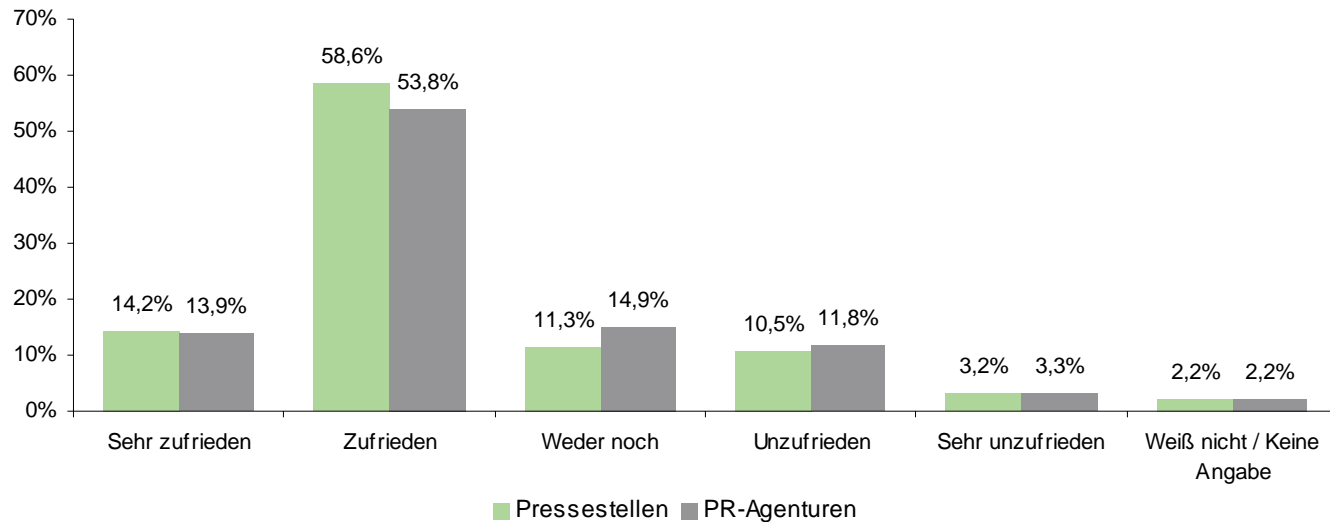
■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Berufliche Situation

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Berufliche Situation

Sind Sie mit Ihrer derzeitigen beruflichen Situation im Allgemeinen zufrieden?



Pressestellen: N = 683
Agenturen: N = 509

Ergebnisse – Agenturen: Berufliche Situation

Sind Sie mit Ihrer derzeitigen beruflichen Situation im Allgemeinen zufrieden?

> Position

	Sampleaufteilung nach Position in der Agentur								
	Gesamt	Durchschnitt*	Volontär(in)	Junior-Berater(in)	PR-Berater(in)	Senior-Berater(in)	Partner(in)	Geschäftsleiter(in)	Eigentümer(in)
N =	509	464	10	58	96	70	16	55	158
Sehr zufrieden	13,9%	14,0%	0,0%	3,4%	8,3%	5,7%	12,5%	20,0%	24,1%
Zufrieden	53,8%	55,0%	60,0%	55,2%	45,8%	55,7%	37,5%	60,0%	60,1%
Weder noch	14,9%	14,4%	0,0%	13,8%	19,8%	17,1%	37,5%	12,7%	8,9%
Unzufrieden	11,8%	11,6%	30,0%	19,0%	19,8%	11,4%	12,5%	5,5%	5,1%
Sehr unzufrieden	3,3%	3,0%	10,0%	3,4%	3,1%	8,6%	0,0%	0,0%	1,3%
Weiß nicht / Keine Angabe	2,2%	1,9%	0,0%	5,2%	3,1%	1,4%	0,0%	1,8%	0,6%

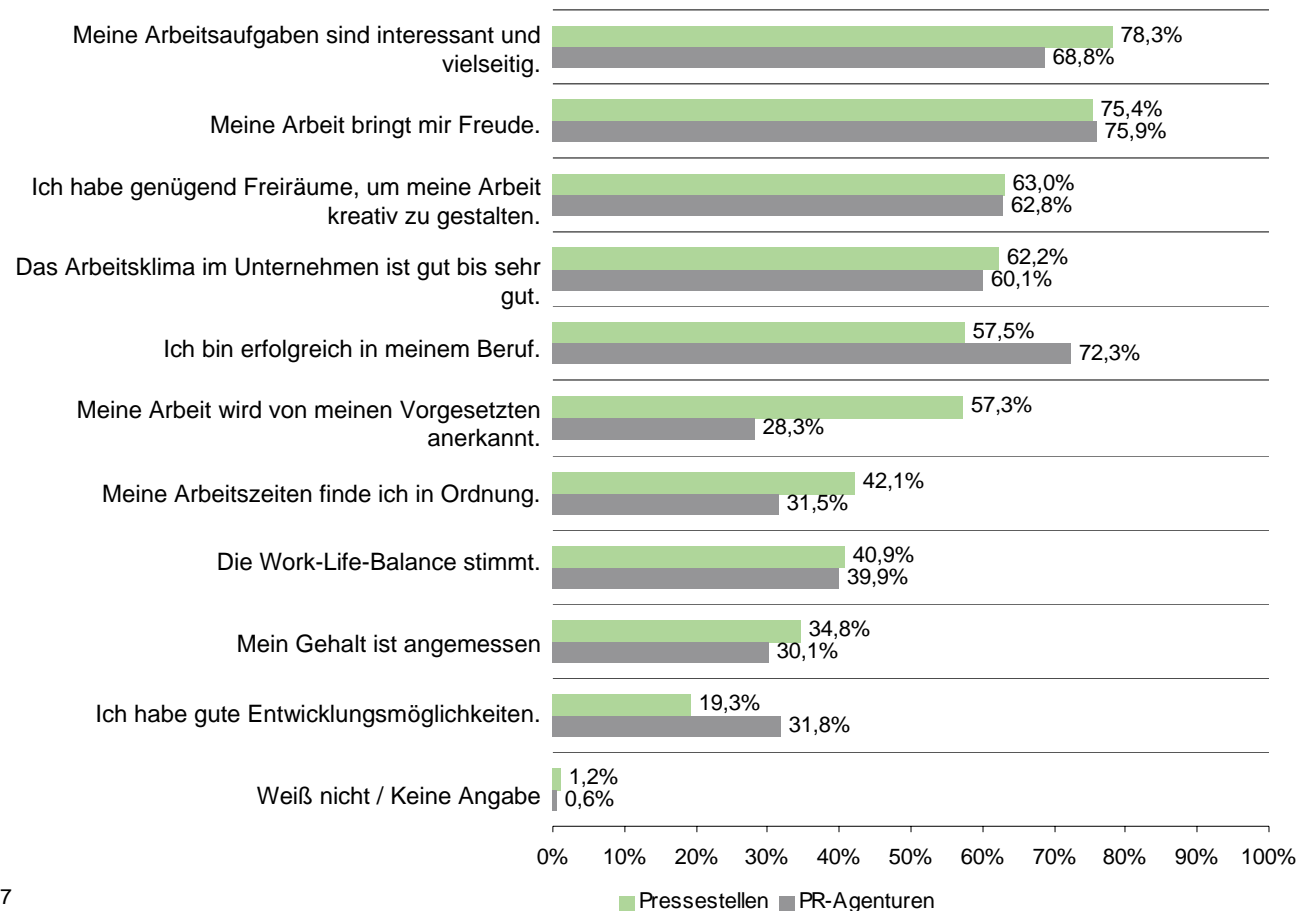
Gruppe der "Praktikanten" aufgrund der geringen Größe nicht dargestellt.

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Berufliche Situation

Warum sind Sie mit Ihrer derzeitigen beruflichen Situation zufrieden?



Pressestellen: N = 492, Mehrfachnennungen: 2.617
Agenturen: N = 336, Mehrfachnennungen: 1.687

Ergebnisse – Pressestellen: Berufliche Situation

Warum sind Sie mit Ihrer derzeitigen beruflichen Situation zufrieden?

> Position

	Sampleaufteilung nach Position in der Pressestelle						
	Gesamt	Durchschnitt*	Volontär(in)	Assistent(in)	Sachbearbeiter(in)	Presse-sprecher(in)	Leiter(in) Unternehmens-kommunikation
N =	492	445	7	27	69	182	159
Meine Arbeitsaufgaben sind interessant und vielseitig.	78,3%	78,7%	71,4%	66,7%	79,7%	76,4%	83,6%
Meine Arbeit bringt mir Freude.	75,4%	77,3%	85,7%	81,5%	71,0%	74,2%	83,0%
Ich habe genügend Freiräume, um meine Arbeit kreativ zu gestalten.	63,0%	62,2%	42,9%	40,7%	50,7%	65,4%	68,6%
Das Arbeitsklima im Unternehmen ist gut bis sehr gut.	62,2%	61,8%	85,7%	74,1%	66,7%	57,7%	61,0%
Ich bin erfolgreich in meinem Beruf.	57,5%	58,7%	57,1%	29,6%	40,6%	59,3%	71,1%
Meine Arbeit wird von meinen Vorgesetzten anerkannt.	57,3%	58,7%	57,1%	63,0%	56,5%	57,7%	60,4%
Meine Arbeitszeiten finde ich in Ordnung.	42,1%	41,6%	42,9%	44,4%	52,2%	41,2%	37,1%
Die Work-Life-Balance stimmt.	40,9%	40,0%	42,9%	44,4%	43,5%	37,4%	40,9%
Mein Gehalt ist angemessen	34,8%	35,7%	28,6%	22,2%	39,1%	33,5%	39,6%
Ich habe gute Entwicklungsmöglichkeiten.	19,3%	19,3%	42,9%	29,6%	14,5%	13,7%	25,2%
Weiß nicht / Keine Angabe	1,2%	0,7%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%	1,3%

Gruppe der "Praktikanten" aufgrund der geringen Größe nicht dargestellt.

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Berufliche Situation

Warum sind Sie mit Ihrer derzeitigen beruflichen Situation zufrieden?

> Position

	Sampleaufteilung nach Position in der Agentur								
	Gesamt	Durchschnitt*	Volontär(in)	Junior-Berater(in)	PR-Berater(in)	Senior-Berater(in)	Partner(in)	Geschäftsleiter(in)	Eigentümer(in)
N =	336	318	6	34	51	43	8	43	133
Meine Arbeit bringt mir Freude.	75,9%	77,0%	83,3%	64,7%	68,6%	69,8%	100,0%	79,1%	83,5%
Ich bin erfolgreich in meinem Beruf.	72,3%	72,6%	33,3%	44,1%	64,7%	67,4%	100,0%	83,7%	81,2%
Meine Arbeitsaufgaben sind interessant und vielseitig.	68,8%	68,9%	66,7%	58,8%	62,7%	72,1%	62,5%	72,1%	72,2%
Ich habe genügend Freiräume, um meine Arbeit kreativ zu gestalten.	62,8%	63,2%	66,7%	38,2%	52,9%	65,1%	50,0%	69,8%	71,4%
Das Arbeitsklima im Unternehmen ist gut bis sehr gut.	60,1%	60,7%	100,0%	70,6%	56,9%	69,8%	50,0%	62,8%	54,9%
Die Work-Life-Balance stimmt.	39,9%	40,3%	16,7%	35,3%	37,3%	37,2%	62,5%	32,6%	45,9%
Ich habe gute Entwicklungsmöglichkeiten.	31,8%	32,1%	83,3%	38,2%	33,3%	37,2%	12,5%	20,9%	30,8%
Meine Arbeitszeiten finde ich in Ordnung.	31,5%	32,1%	16,7%	29,4%	35,3%	27,9%	25,0%	20,9%	37,6%
Mein Gehalt ist angemessen	30,1%	30,8%	0,0%	2,9%	17,6%	30,2%	50,0%	34,9%	42,1%
Meine Arbeit wird von meinen Vorgesetzten anerkannt.	28,3%	28,0%	66,7%	44,1%	52,9%	53,5%	25,0%	11,6%	9,8%
Weiß nicht / Keine Angabe	0,6%	0,6%	0,0%	0,0%	0,0%	2,3%	0,0%	2,3%	0,0%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen: Berufliche Situation

Warum sind Sie mit Ihrer derzeitigen beruflichen Situation zufrieden?

> Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	Weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1000 Mitarbeiter	1001 bis 5000 Mitarbeiter	Mehr als 5000 Mitarbeiter
N =	492	450	111	106	59	41	82	51
Meine Arbeitsaufgaben sind interessant und vielseitig.	78,3%	78,7%	74,8%	77,4%	76,3%	75,6%	82,9%	88,2%
Meine Arbeit bringt mir Freude.	75,4%	76,7%	72,1%	76,4%	84,7%	75,6%	76,8%	78,4%
Ich habe genügend Freiräume, um meine Arbeit kreativ zu gestalten.	63,0%	62,2%	63,1%	64,2%	61,0%	65,9%	58,5%	60,8%
Das Arbeitsklima im Unternehmen ist gut bis sehr gut.	62,2%	61,6%	64,9%	65,1%	64,4%	63,4%	58,5%	47,1%
Ich bin erfolgreich in meinem Beruf.	57,5%	58,9%	53,2%	56,6%	62,7%	53,7%	63,4%	68,6%
Meine Arbeit wird von meinen Vorgesetzten anerkannt.	57,3%	58,0%	50,5%	52,8%	61,0%	63,4%	62,2%	70,6%
Meine Arbeitszeiten finde ich in Ordnung.	42,1%	41,6%	44,1%	44,3%	40,7%	43,9%	35,4%	39,2%
Die Work-Life-Balance stimmt.	40,9%	39,8%	43,2%	43,4%	44,1%	41,5%	32,9%	29,4%
Mein Gehalt ist angemessen	34,8%	36,0%	39,6%	32,1%	28,8%	36,6%	41,5%	35,3%
Ich habe gute Entwicklungsmöglichkeiten.	19,3%	19,1%	20,7%	18,9%	15,3%	22,0%	18,3%	19,6%
Weiß nicht / Keine Angabe	1,2%	0,7%	0,9%	0,9%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen: Berufliche Situation

Warum sind Sie mit Ihrer derzeitigen beruflichen Situation zufrieden?

> Branche

	Sampleaufteilung nach Branche					
	Gesamt	Durchschnitt*	Produzierendes Gewerbe	Handel	Dienstleistung (ohne Handel)	Verwaltung oder Verband
N =	492	448	86	29	207	126
Meine Arbeitsaufgaben sind interessant und vielseitig.	78,3%	78,8%	84,9%	65,5%	76,8%	81,0%
Meine Arbeit bringt mir Freude.	75,4%	77,0%	81,4%	75,9%	75,4%	77,0%
Ich habe genügend Freiräume, um meine Arbeit kreativ zu gestalten.	63,0%	62,9%	69,8%	72,4%	56,5%	66,7%
Das Arbeitsklima im Unternehmen ist gut bis sehr gut.	62,2%	62,1%	60,5%	69,0%	64,7%	57,1%
Ich bin erfolgreich in meinem Beruf.	57,5%	59,4%	61,6%	51,7%	58,5%	61,1%
Meine Arbeit wird von meinen Vorgesetzten anerkannt.	57,3%	58,3%	59,3%	58,6%	57,5%	58,7%
Meine Arbeitszeiten finde ich in Ordnung.	42,1%	41,7%	30,2%	27,6%	43,5%	50,0%
Die Work-Life-Balance stimmt.	40,9%	40,2%	39,5%	37,9%	41,1%	39,7%
Mein Gehalt ist angemessen	34,8%	36,4%	38,4%	24,1%	34,8%	40,5%
Ich habe gute Entwicklungsmöglichkeiten.	19,3%	19,2%	16,3%	10,3%	23,2%	16,7%
Weiß nicht / Keine Angabe	1,2%	0,7%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Berufliche Situation

Warum sind Sie mit Ihrer derzeitigen beruflichen Situation zufrieden?

> Agenturgröße

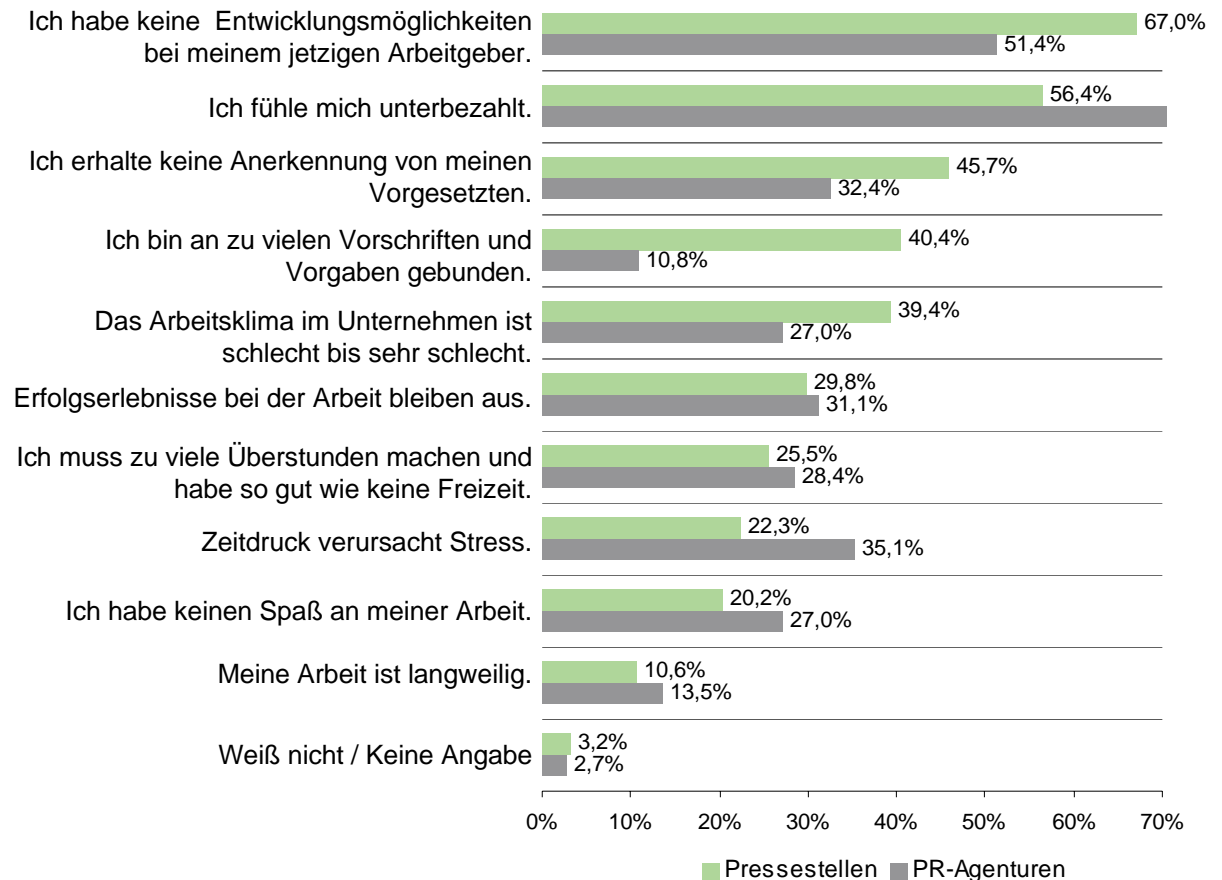
	Sampleaufteilung nach Agenturgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N=	336	316	40	90	53	94	19	20
Meine Arbeit bringt mir Freude.	75,9%	77,2%	87,5%	76,7%	81,1%	70,2%	68,4%	90,0%
Ich bin erfolgreich in meinem Beruf.	72,3%	72,5%	70,0%	77,8%	66,0%	72,3%	73,7%	70,0%
Meine Arbeitsaufgaben sind interessant und vielseitig.	68,8%	68,7%	70,0%	64,4%	69,8%	68,1%	73,7%	80,0%
Ich habe genügend Freiräume, um meine Arbeit kreativ zu gestalten.	62,8%	63,0%	67,5%	65,6%	60,4%	59,6%	73,7%	55,0%
Das Arbeitsklima im Unternehmen ist gut bis sehr gut.	60,1%	61,1%	17,5%	62,2%	64,2%	70,2%	68,4%	85,0%
Die Work-Life-Balance stimmt.	39,9%	40,5%	60,0%	45,6%	37,7%	37,2%	15,8%	25,0%
Ich habe gute Entwicklungsmöglichkeiten.	31,8%	32,0%	27,5%	26,7%	22,6%	44,7%	31,6%	30,0%
Meine Arbeitszeiten finde ich in Ordnung.	31,5%	32,3%	40,0%	31,1%	32,1%	34,0%	21,1%	25,0%
Mein Gehalt ist angemessen	30,1%	31,0%	30,0%	27,8%	28,3%	34,0%	36,8%	35,0%
Meine Arbeit wird von meinen Vorgesetzten anerkannt.	28,3%	28,2%	5,0%	15,6%	24,5%	43,6%	47,4%	50,0%
Weiß nicht / Keine Angabe	0,6%	0,6%	0,0%	0,0%	1,9%	1,1%	0,0%	0,0%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Berufliche Situation

Warum sind Sie mit Ihrer derzeitigen beruflichen Situation unzufrieden?

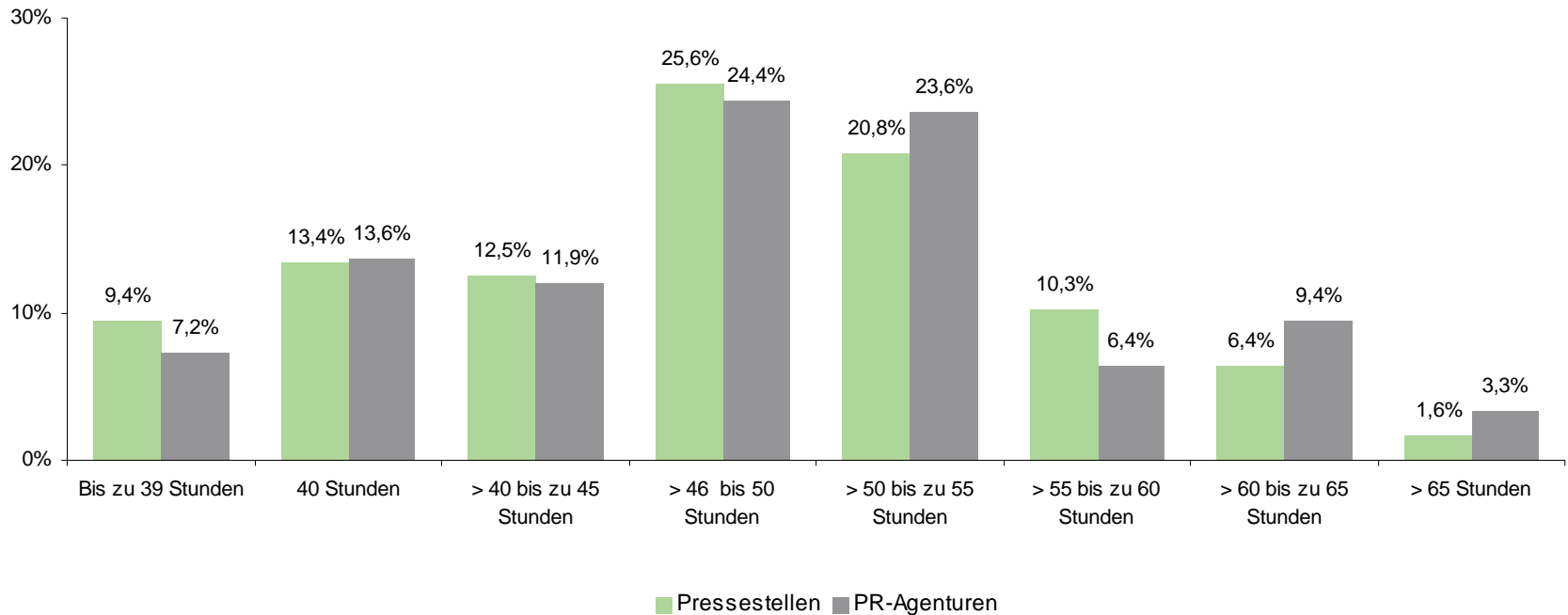


Pressestellen: N = 94, Mehrfachnennungen: 274
Agenturen: N = 74, Mehrfachnennungen: 245

Arbeitszeit und Gehalt

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Arbeitszeit und Gehalt

Wie viele Stunden arbeiten Sie durchschnittlich in der Woche?



Pressestellen: N = 614
Agenturen: N = 360

Ergebnisse – Agenturen: Arbeitszeit und Gehalt

Wie viele Stunden arbeiten Sie durchschnittlich in der Woche?

> Position

	Sampleaufteilung nach Position in der Agentur								
	Gesamt	Durchschnitt*	Volontär(in)	Junior-Berater(in)	PR-Berater(in)	Senior-Berater(in)	Partner(in)	Geschäftsleiter(in)	Eigentümer(in)
N =	360	340	9	57	90	69	15	29	70
Bis zu 39 Stunden	7,2%	7,6%	0,0%	5,3%	11,1%	13,0%	6,7%	0,0%	4,3%
40 Stunden	13,6%	13,5%	11,1%	15,8%	10,0%	8,7%	13,3%	13,8%	21,4%
> 40 bis zu 45 Stunden	11,9%	11,8%	33,3%	21,1%	18,9%	8,7%	0,0%	0,0%	2,9%
> 46 bis 50 Stunden	24,4%	24,1%	33,3%	42,1%	24,4%	24,6%	26,7%	13,8%	10,0%
> 50 bis zu 55 Stunden	23,6%	24,1%	22,2%	10,5%	23,3%	31,9%	33,3%	31,0%	24,3%
> 55 bis zu 60 Stunden	6,4%	5,6%	0,0%	3,5%	7,8%	4,3%	13,3%	3,4%	5,7%
> 60 bis zu 65 Stunden	9,4%	9,7%	0,0%	1,8%	3,3%	5,8%	0,0%	27,6%	24,3%
> 65 Stunden	3,3%	3,5%	0,0%	0,0%	1,1%	2,9%	6,7%	10,3%	7,1%

Gruppe der "Praktikanten" aufgrund der geringen Größe nicht dargestellt.

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen: Arbeitszeit und Gehalt

Wie viele Stunden arbeiten Sie durchschnittlich in der Woche?

> Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	Weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1000 Mitarbeiter	1001 bis 5000 Mitarbeiter	Mehr als 5000 Mitarbeiter
N =	614	576	142	140	76	53	97	68
Bis zu 39 Stunden	9,4%	9,7%	11,3%	15,0%	6,6%	3,8%	7,2%	7,4%
40 Stunden	13,4%	13,0%	16,2%	10,7%	15,8%	5,7%	12,4%	14,7%
> 40 bis zu 45 Stunden	12,5%	12,5%	18,3%	14,3%	6,6%	18,9%	7,2%	5,9%
> 46 bis 50 Stunden	25,6%	25,3%	25,4%	21,4%	40,8%	32,1%	16,5%	23,5%
> 50 bis zu 55 Stunden	20,8%	20,8%	13,4%	21,4%	14,5%	20,8%	34,0%	23,5%
> 55 bis zu 60 Stunden	10,3%	10,4%	4,9%	12,1%	10,5%	11,3%	12,4%	14,7%
> 60 bis zu 65 Stunden	6,4%	6,4%	8,5%	2,9%	5,3%	7,5%	9,3%	5,9%
> 65 Stunden	1,6%	1,7%	2,1%	2,1%	0,0%	0,0%	1,0%	4,4%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Arbeitszeit und Gehalt

Wie viele Stunden arbeiten Sie durchschnittlich in der Woche?
> Agenturgröße

	Sampleaufteilung nach Agenturgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N =	360	338	17	64	69	131	27	30
Bis zu 39 Stunden	7,2%	7,7%	11,8%	12,5%	11,6%	4,6%	0,0%	6,7%
40 Stunden	13,6%	13,3%	23,5%	21,9%	21,7%	6,9%	7,4%	3,3%
> 40 bis zu 45 Stunden	11,9%	11,8%	5,9%	9,4%	14,5%	11,5%	22,2%	6,7%
> 46 bis 50 Stunden	24,4%	24,3%	5,9%	15,6%	21,7%	34,4%	22,2%	16,7%
> 50 bis zu 55 Stunden	23,6%	24,3%	29,4%	15,6%	18,8%	26,0%	37,0%	33,3%
> 55 bis zu 60 Stunden	6,4%	5,3%	5,9%	3,1%	2,9%	6,9%	0,0%	13,3%
> 60 bis zu 65 Stunden	9,4%	9,8%	11,8%	18,8%	4,3%	8,4%	7,4%	10,0%
> 65 Stunden	3,3%	3,6%	5,9%	3,1%	4,3%	1,5%	3,7%	10,0%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt

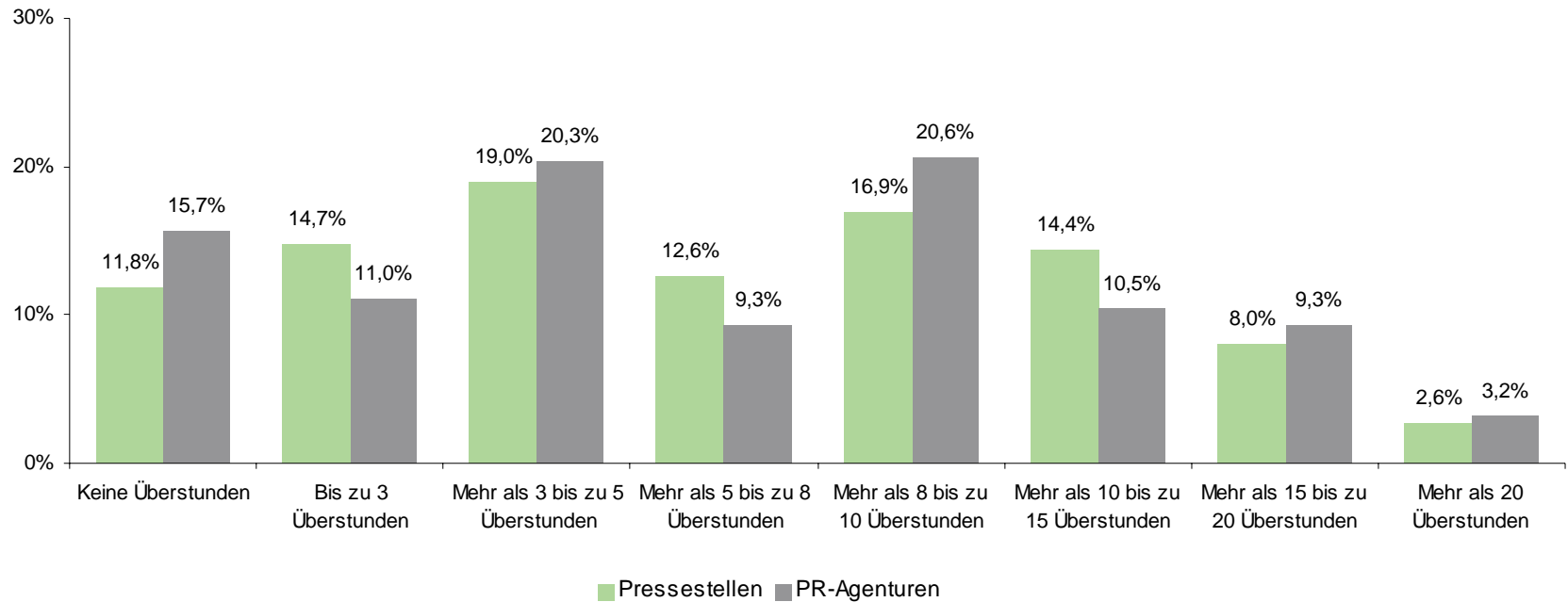
■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Arbeitszeit und Gehalt

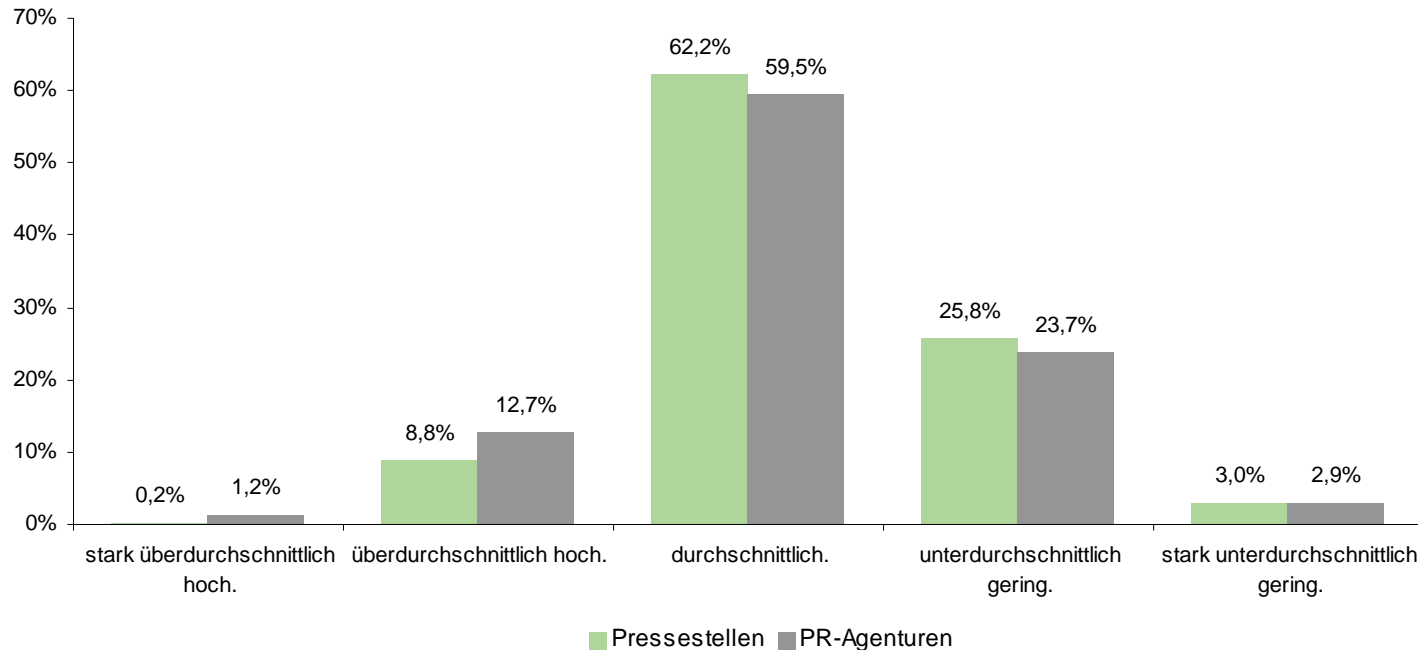
Überstunden in der Woche – vertraglich vereinbarte Arbeitsstunden abzüglich der tatsächlich geleisteten Arbeitsstunden je Woche



Pressestellen: N = 611
Agenturen: N = 344

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Arbeitszeit und Gehalt

Bitte beurteilen Sie die Höhe Ihres Bruttogehalts: Ich schätze, mein Gehalt ist im Vergleich zu dem, was am Markt bezahlt wird...



Pressstellen: N = 658
Agenturen: N = 481

Ergebnisse – Pressestellen: Arbeitszeit und Gehalt

Bitte beurteilen Sie die Höhe Ihres Bruttogehalts: Ich schätze, mein Gehalt ist im Vergleich zu dem, was am Markt bezahlt wird...

> Position

	Sampleaufteilung nach Position in der Pressestelle						
	Gesamt	Durchschnitt*	Volontär(in)	Assistent(in)	Sachbearbeiter(in)	Presse-sprecher(in)	Leiter(in) Unternehmenskommunikation
N =	658	614	14	35	102	265	197
stark überdurchschnittlich hoch.	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,5%
überdurchschnittlich hoch.	8,8%	9,1%	21,4%	11,4%	4,9%	8,3%	11,2%
durchschnittlich.	62,2%	61,6%	42,9%	42,9%	58,8%	63,8%	64,5%
unterdurchschnittlich gering.	25,8%	26,1%	14,3%	37,1%	33,3%	26,8%	20,3%
stark unterdurchschnittlich gering.	3,0%	3,1%	21,4%	8,6%	2,9%	1,1%	3,6%

Gruppe der "Praktikanten" aufgrund der geringen Größe nicht dargestellt.

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Arbeitszeit und Gehalt

Bitte beurteilen Sie die Höhe Ihres Bruttogehalts: Ich schätze, mein Gehalt ist im Vergleich zu dem, was am Markt bezahlt wird...

> Position

	Sampleaufteilung nach Position in der Agentur								
	Gesamt	Durchschnitt*	Volontär (in)	Junior-Berater (in)	PR-Berater (in)	Senior-Berater (in)	Partner (in)	Geschäftsleiter(in)	Eigentümer(in)
N =	481	455	10	58	96	69	16	53	152
stark überdurchschnittlich hoch.	1,2%	1,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%	3,3%
überdurchschnittlich hoch.	12,7%	13,2%	10,0%	1,7%	6,3%	11,6%	43,8%	17,0%	18,4%
durchschnittlich.	59,5%	59,6%	40,0%	48,3%	56,3%	66,7%	50,0%	69,8%	61,8%
unterdurchschnittlich gering.	23,7%	23,1%	20,0%	46,6%	35,4%	21,7%	6,3%	9,4%	13,2%
stark unterdurchschnittlich gering.	2,9%	2,9%	30,0%	3,4%	2,1%	0,0%	0,0%	1,9%	3,3%

Gruppe der "Praktikanten" aufgrund der geringen Größe nicht dargestellt.

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen: Arbeitszeit und Gehalt

Bitte beurteilen Sie die Höhe Ihres Bruttogehalts: Ich schätze, mein Gehalt ist im Vergleich zu dem, was am Markt bezahlt wird...

> Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	Weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1000 Mitarbeiter	1001 bis 5000 Mitarbeiter	Mehr als 5000 Mitarbeiter
N =	658	619	157	148	82	57	100	75
stark überdurchschnittlich hoch.	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%
überdurchschnittlich hoch.	8,8%	9,0%	8,3%	4,1%	6,1%	8,8%	11,0%	21,3%
durchschnittlich.	62,2%	61,9%	58,0%	58,8%	74,4%	63,2%	68,0%	53,3%
unterdurchschnittlich gering.	25,8%	25,8%	28,7%	32,4%	18,3%	24,6%	20,0%	24,0%
stark unterdurchschnittlich gering.	3,0%	3,1%	5,1%	4,7%	1,2%	3,5%	1,0%	0,0%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen: Arbeitszeit und Gehalt

Bitte beurteilen Sie die Höhe Ihres Bruttogehalts: Ich schätze, mein Gehalt ist im Vergleich zu dem, was am Markt bezahlt wird...

> Branche

	Sampleaufteilung nach Branche					
	Gesamt	Durchschnitt*	Produzierendes Gewerbe	Handel	Dienstleistung (ohne Handel)	Verwaltung oder Verband
N =	658	616	125	35	289	167
stark überdurchschnittlich hoch.	0,2%	0,2%	0,0%	0,0%	0,3%	0,0%
überdurchschnittlich hoch.	8,8%	8,9%	9,6%	2,9%	9,3%	9,0%
durchschnittlich.	62,2%	62,2%	62,4%	57,1%	66,1%	56,3%
unterdurchschnittlich gering.	25,8%	25,6%	23,2%	37,1%	21,5%	32,3%
stark unterdurchschnittlich gering.	3,0%	3,1%	4,8%	2,9%	2,8%	2,4%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Arbeitszeit und Gehalt

Bitte beurteilen Sie die Höhe Ihres Bruttogehalts: Ich schätze, mein Gehalt ist im Vergleich zu dem, was am Markt bezahlt wird...

> Agenturgröße

	Sampleaufteilung nach Agenturgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N =	481	452	48	118	82	141	31	32
stark überdurchschnittlich hoch.	1,2%	1,3%	0,0%	0,8%	0,0%	2,1%	0,0%	6,3%
überdurchschnittlich hoch.	12,7%	13,1%	12,5%	11,9%	11,0%	15,6%	12,9%	12,5%
durchschnittlich.	59,5%	59,7%	66,7%	65,3%	43,9%	57,4%	74,2%	65,6%
unterdurchschnittlich gering.	23,7%	23,0%	20,8%	18,6%	36,6%	24,1%	9,7%	15,6%
stark unterdurchschnittlich gering.	2,9%	2,9%	0,0%	3,4%	8,5%	0,7%	3,2%	0,0%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Arbeitszeit und Gehalt

Bitte beurteilen Sie die Höhe Ihres Bruttogehalts: Ich schätze, mein Gehalt ist im Vergleich zu dem, was am Markt bezahlt wird...

> Medienhochburgen

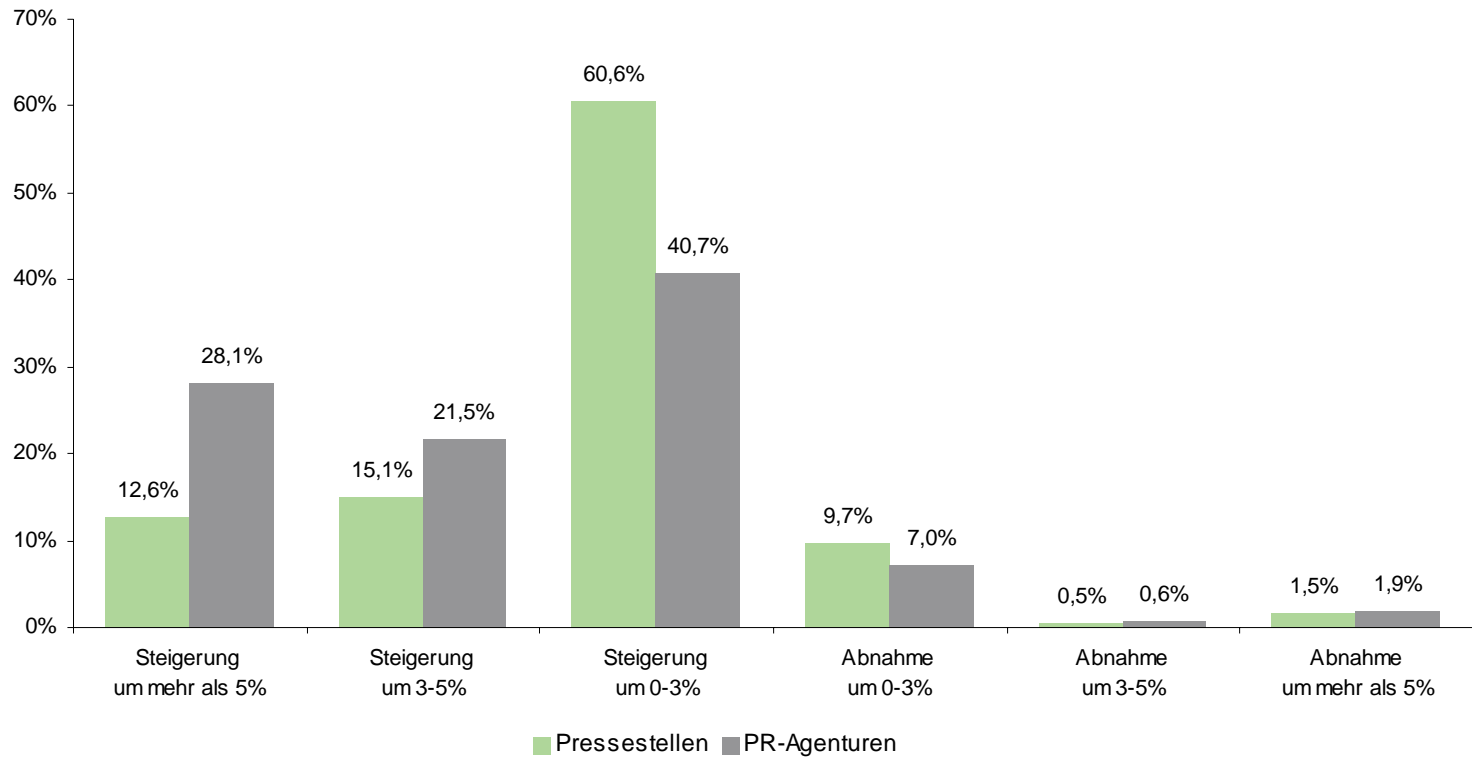
	Sampleaufteilung nach Medienhochburgen									
	Gesamt	Durchschnitt*	Berlin	Hamburg	München	Köln	Frankfurt am Main	Stuttgart	Leipzig	Andere Stadt
N =	481	455	58	82	47	28	60	13	3	164
stark überdurchschnittlich hoch.	1,2%	1,3%	1,7%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,8%
überdurchschnittlich hoch.	12,7%	13,2%	8,6%	17,1%	17,0%	21,4%	11,7%	7,7%	0,0%	11,6%
durchschnittlich.	59,5%	59,6%	46,6%	58,5%	53,2%	60,7%	60,0%	53,8%	33,3%	67,1%
unterdurchschnittlich gering.	23,7%	23,1%	34,5%	19,5%	29,8%	17,9%	26,7%	38,5%	66,7%	16,5%
stark unterdurchschnittlich gering.	2,9%	2,9%	8,6%	2,4%	0,0%	0,0%	1,7%	0,0%	0,0%	3,0%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Arbeitszeit und Gehalt

Für nächstes Jahr erwarte ich folgende Entwicklung meines Bruttogehalts:



Pressestellen: N = 650
Agenturen: N = 469

Ergebnisse – Agenturen: Arbeitszeit und Gehalt

Für nächstes Jahr erwarte ich folgende Entwicklung meines Bruttogehalts:
> Position

	Sampleaufteilung nach Position in der Agentur								
	Gesamt	Durchschnitt*	Volontär(in)	Junior-Berater(in)	PR-Berater(in)	Senior-Berater(in)	Partner(in)	Geschäftsleiter(in)	Eigentümer(in)
N =	469	448	9	57	96	69	16	51	149
Steigerung um mehr als 5%	28,1%	28,6%	55,6%	26,3%	19,8%	18,8%	18,8%	37,3%	36,2%
Steigerung um 3-5%	21,5%	21,7%	22,2%	22,8%	29,2%	26,1%	12,5%	15,7%	17,4%
Steigerung um 0-3%	40,7%	40,4%	22,2%	47,4%	42,7%	46,4%	56,3%	37,3%	33,6%
Abnahme um 0-3%	7,0%	6,7%	0,0%	3,5%	7,3%	7,2%	12,5%	7,8%	6,7%
Abnahme um 3-5%	0,6%	0,7%	0,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,3%
Abnahme um mehr als 5%	1,9%	2,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,4%	0,0%	2,0%	4,7%

Gruppe der "Praktikanten" aufgrund der geringen Größe nicht dargestellt.

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Arbeitszeit und Gehalt

Für nächstes Jahr erwarte ich folgende Entwicklung meines Bruttogehalts:
> Agenturgröße

	Sampleaufteilung nach Agenturgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N =	469	445	44	116	82	140	31	32
Steigerung um mehr als 5%	28,1%	28,5%	34,1%	35,3%	22,0%	28,6%	19,4%	21,9%
Steigerung um 3-5%	21,5%	21,8%	11,4%	16,4%	26,8%	25,0%	22,6%	28,1%
Steigerung um 0-3%	40,7%	40,2%	43,2%	36,2%	41,5%	41,4%	48,4%	34,4%
Abnahme um 0-3%	7,0%	6,7%	9,1%	8,6%	6,1%	3,6%	3,2%	15,6%
Abnahme um 3-5%	0,6%	0,7%	2,3%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Abnahme um mehr als 5%	1,9%	2,0%	0,0%	1,7%	3,7%	1,4%	6,5%	0,0%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Arbeitszeit und Gehalt

Für nächstes Jahr erwarte ich folgende Entwicklung meines Bruttogehalts:
> Medienhochburg

	Sampleaufteilung nach Medienhochburgen									
	Gesamt	Durchschnitt*	Berlin	Hamburg	München	Köln	Frankfurt am Main	Stuttgart	Leipzig	Andere Stadt
N =	469	448	58	80	49	26	57	13	3	162
Steigerung um mehr als 5%	28,1%	28,6%	34,5%	30,0%	32,7%	42,3%	28,1%	15,4%	33,3%	23,5%
Steigerung um 3-5%	21,5%	21,7%	13,8%	26,3%	22,4%	15,4%	14,0%	46,2%	33,3%	23,5%
Steigerung um 0-3%	40,7%	40,4%	39,7%	40,0%	40,8%	30,8%	47,4%	38,5%	33,3%	40,1%
Abnahme um 0-3%	7,0%	6,7%	8,6%	3,8%	2,0%	0,0%	8,8%	0,0%	0,0%	9,9%
Abnahme um 3-5%	0,6%	0,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	1,9%
Abnahme um mehr als 5%	1,9%	2,0%	3,4%	0,0%	2,0%	11,5%	1,8%	0,0%	0,0%	1,2%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Beste Agenturen und beliebteste Unternehmen

Ergebnisse – Pressestellen: Beste Agenturen

Angenommen, es würde Sie jemand nach einer sehr guten PR-Agentur fragen. Welche drei PR-Agenturen würden Sie empfehlen?

N	Agentur	N	Agentur	N	Agentur
77	Ketchum Pleon	9	FAKTOR 3	6	w&p Wilde & Partner
68	fischerAppelt Kommunikation	9	komm.passion	5	A&B ONE Kommunikationsagentur
32	Publicis Deutschland	8	Burson-Marsteller	5	consense communications
30	Scholz & Friends	8	Fleishman-Hillard Germany	5	F&H Public Relations
26	LoeschHundLiepold Kommunikation	8	HERING SCHUPPENER	5	Hill & Knowlton Communications
19	Fink & Fuchs Public Relations	7	Hirschen Group (Zum goldenen Hirschen)	5	Klenk & Hoursch
19	Weber Shandwick	6	HWP Communications	5	Molthan van Loon
15	Edelman	6	Johanssen + Kretschmer Strategische Kommunikation	5	Ogilvy & Mather
11	Schwartz Public Relations	6	MEDIA CONSULTA	5	Sympra
10	achtung! kommunikation	6	Storymaker Agentur für Public Relations		

Pressestellen: N = 630, Mehrfachnennungen möglich: 801

Ergebnisse – Agenturen: Beliebteste Unternehmen

Angenommen, Sie könnten sich aussuchen, für welche Unternehmen Sie mit Ihrer Agentur arbeiten. Für welche drei Unternehmen würden Sie sich entscheiden?

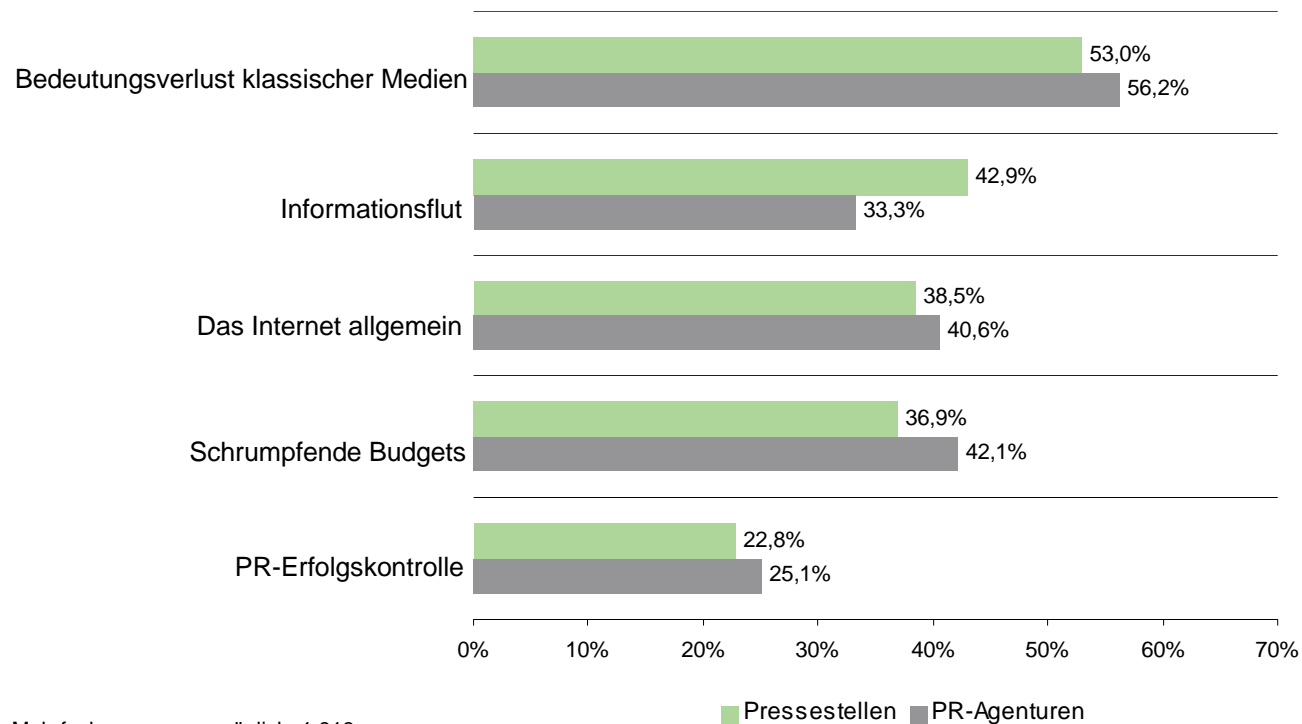
N	Unternehmen	N	Unternehmen	N	Unternehmen
34	Apple	10	PORSCHE	7	Henkel
22	BMW	8	Allianz	6	E.ON
14	Google	8	Bayer	6	H&M
12	adidas	8	Boehringer Ingelheim	6	IKEA
12	Audi	8	Bosch Rexroth	6	Pfizer
12	Greenpeace	8	Coca Cola	6	Sanofi-Aventis
12	Volkswagen	8	Deutsche Bahn	5	FC Bayern München
11	Daimler	8	Deutsche Bank	5	Nestlé
10	Beiersdorf	8	Nike	5	Novartis
10	BIONADE	8	Unilever	5	Siemens
10	Lufthansa	7	BASF	5	SOS-Kinderdörfer
10	Microsoft	7	Deutsche Telekom		

Agenturen: N = 460, Mehrfachnennungen möglich: 935

Herausforderungen der PR

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Herausforderungen der PR

Welche sind die größten Herausforderungen der PR für die nächsten zwei Jahre?
> Top-5 Herausforderungen



Pressestellen: N = 636, Mehrfachnennungen möglich: 1.813
Agenturen: N = 466, Mehrfachnennungen möglich: 1.330

Ergebnisse – Pressestellen: Herausforderungen der PR

Welche sind die größten Herausforderungen der PR für die nächsten zwei Jahre?

> Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	Weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1000 Mitarbeiter	1001 bis 5000 Mitarbeiter	Mehr als 5000 Mitarbeiter
N=	636	623	159	147	81	57	103	76
Bedeutungsverlust klassischer Medien	53,0%	53,1%	51,6%	53,1%	53,1%	57,9%	53,4%	52,6%
Informationsflut	42,9%	43,2%	50,9%	39,5%	42,0%	36,8%	45,6%	36,8%
Das Internet allgemein	38,5%	38,5%	39,0%	38,1%	35,8%	40,4%	44,7%	31,6%
Schrumpfende Budgets	36,9%	36,8%	36,5%	32,7%	40,7%	24,6%	34,0%	53,9%
PR-Erfolgskontrolle	22,8%	22,8%	17,6%	23,1%	30,9%	19,3%	23,3%	26,3%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen: Herausforderungen der PR

Welche sind die größten Herausforderungen der PR für die nächsten zwei Jahre?

> Branche

	Sampleaufteilung nach Branche					
	Gesamt	Durchschnitt*	Produzierendes Gewerbe	Handel	Dienstleistung (ohne Handel)	Verwaltung oder Verband
N=	636	620	127	36	291	166
Bedeutungsverlust klassischer Medien	53,0%	53,4%	47,2%	61,1%	52,2%	58,4%
Informationsflut	42,9%	42,9%	34,6%	41,7%	41,9%	51,2%
Das Internet allgemein	38,5%	38,5%	41,7%	30,6%	35,4%	43,4%
Schrumpfende Budgets	36,9%	36,9%	44,1%	36,1%	35,7%	33,7%
PR-Erfolgskontrolle	22,8%	22,3%	20,5%	36,1%	24,4%	16,9%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Herausforderungen der PR

Welche sind die größten Herausforderungen der PR für die nächsten zwei Jahre?
> Agenturgröße

	Sampleaufteilung nach Agenturgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N =	466	457	50	121	83	141	32	30
Bedeutungsverlust klassischer Medien	56,2%	56,7%	58,0%	55,4%	54,2%	57,4%	65,6%	53,3%
Schrumpfende Budgets	42,1%	42,5%	42,0%	44,6%	39,8%	44,0%	28,1%	50,0%
Das Internet allgemein	40,6%	40,9%	56,0%	35,5%	41,0%	41,8%	34,4%	40,0%
Informationsflut	33,3%	33,3%	38,0%	38,0%	33,7%	27,7%	37,5%	26,7%
PR-Erfolgskontrolle	25,1%	24,7%	18,0%	24,8%	22,9%	28,4%	28,1%	20,0%

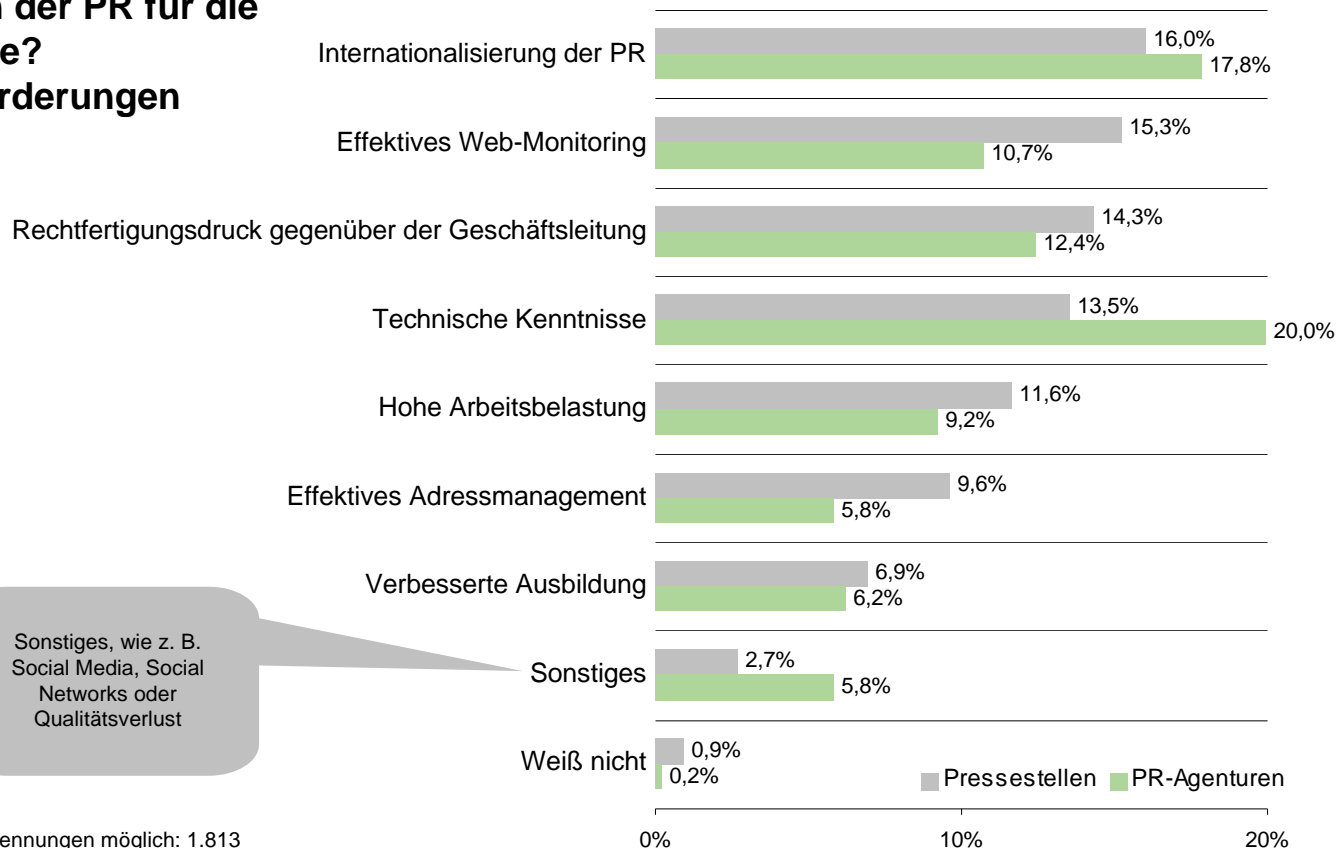
■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Herausforderungen der PR

Welche sind die größten Herausforderungen der PR für die nächsten zwei Jahre?
> Weitere Herausforderungen

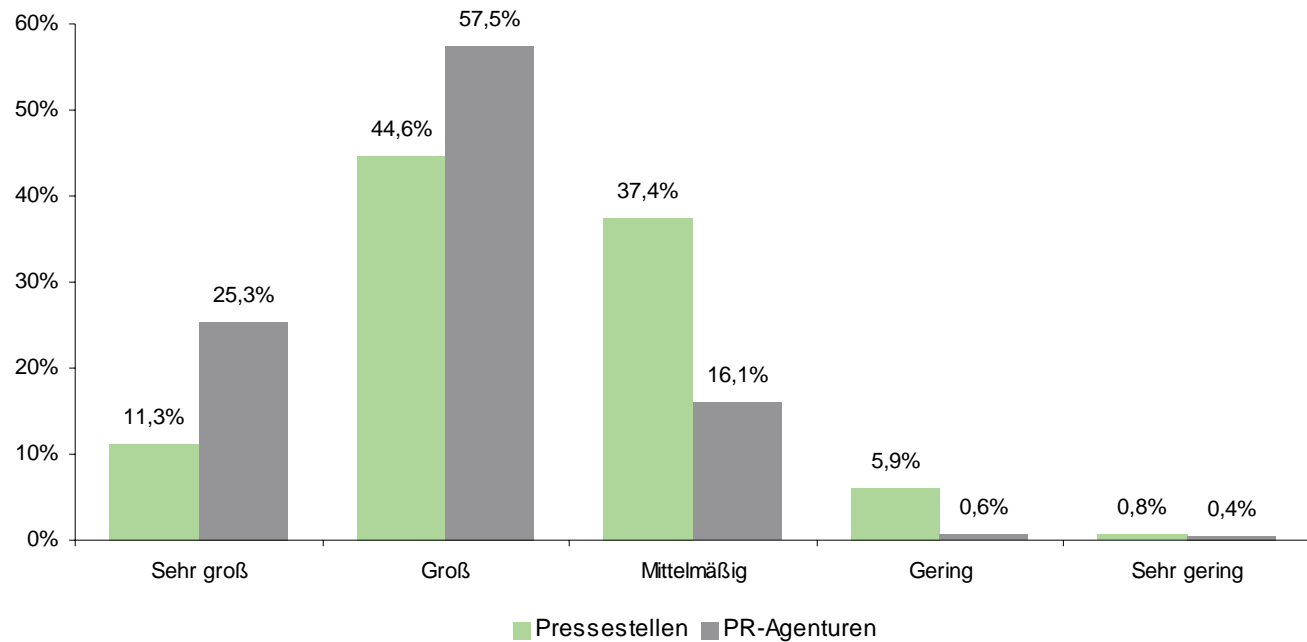


Pressestellen: N = 636, Mehrfachnennungen möglich: 1.813
Agenturen: N = 466, Mehrfachnennungen möglich: 1.330

Akzeptanz der Kommunikationsarbeit

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Akzeptanz Kommunikationsarbeit

Wie beurteilen Sie die Akzeptanz Ihrer Kommunikationsarbeit innerhalb Ihres Unternehmens?
(Pressestellen) Wie beurteilen Sie die Akzeptanz Ihrer Kommunikationsarbeit von Seiten der
Unternehmen, für die Sie arbeiten? (Agenturen)



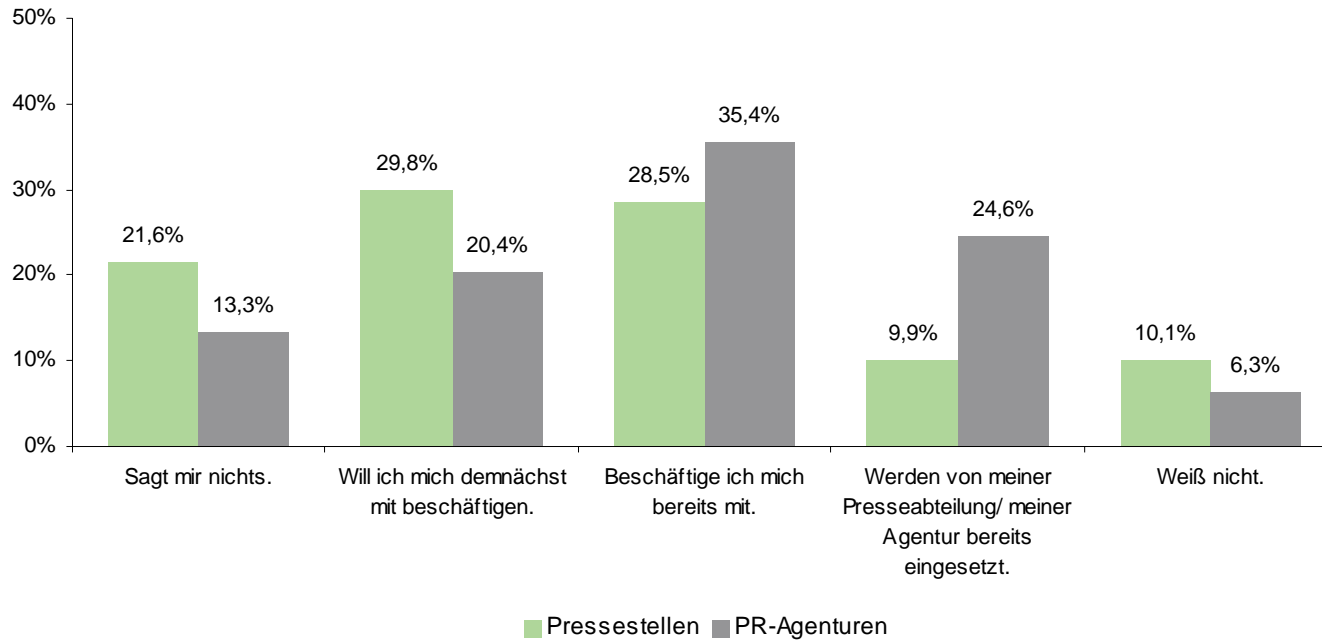
Pressestellen: N = 639
Agenturen: N = 466



Social Media

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Social Media

Was halten Sie von Social Media Press Releases oder Social Media Newsrooms?



Pressestellen: N = 634
Agenturen: N = 460

Ergebnisse – Pressestellen: Social Media

Was halten Sie von Social Media Press Releases oder Social Media Newsrooms? > Unternehmensgröße

	Sampleaufteilung nach Unternehmensgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	Weniger als 50 Mitarbeiter	51 bis 200 Mitarbeiter	201 bis 500 Mitarbeiter	501 bis 1000 Mitarbeiter	1001 bis 5000 Mitarbeiter	Mehr als 5000 Mitarbeiter
N=	634	624	160	148	81	57	102	76
Sagt mir nichts.	21,6%	21,8%	18,8%	19,6%	22,2%	31,6%	27,5%	17,1%
Will ich mich demnächst mit beschäftigen.	29,8%	29,8%	36,3%	31,8%	24,7%	24,6%	27,5%	25,0%
Beschäftige ich mich bereits mit.	28,5%	28,4%	24,4%	27,0%	30,9%	21,1%	30,4%	39,5%
Werden von meiner Presseabteilung/ meiner Agentur bereits eingesetzt.	9,9%	9,9%	8,1%	12,2%	11,1%	14,0%	5,9%	10,5%
Weiß nicht.	10,1%	10,1%	12,5%	9,5%	11,1%	8,8%	8,8%	7,9%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen: Social Media

Was halten Sie von Social Media Press Releases oder Social Media Newsrooms?

> Branche

	Sampleaufteilung nach Branche					
	Gesamt	Durchschnitt*	Produzierendes Gewerbe	Handel	Dienstleistung (ohne Handel)	Verwaltung oder Verband
N=	634	621	126	36	293	166
Sagt mir nichts.	21,6%	21,7%	16,7%	22,2%	21,2%	26,5%
Will ich mich demnächst mit beschäftigen.	29,8%	30,0%	25,4%	38,9%	28,7%	33,7%
Beschäftige ich mich bereits mit.	28,5%	28,2%	35,7%	22,2%	29,7%	21,1%
Werden von meiner Presseabteilung/ meiner Agentur bereits eingesetzt.	9,9%	10,0%	11,9%	11,1%	10,6%	7,2%
Weiß nicht.	10,1%	10,1%	10,3%	5,6%	9,9%	11,4%

■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt
 ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt
 ■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Agenturen: Social Media

Was halten Sie von Social Media Press Releases oder Social Media Newsrooms? > Agenturgröße

	Sampleaufteilung nach Agenturgröße							
	Gesamt	Durchschnitt*	1 Mitarbeiter	2 bis 5 Mitarbeiter	6 bis 10 Mitarbeiter	11 bis 50 Mitarbeiter	51 bis 100 Mitarbeiter	Mehr als 100 Mitarbeiter
N =	460	454	49	119	81	141	32	32
Sagt mir nichts.	13,3%	13,2%	24,5%	16,0%	14,8%	7,1%	9,4%	12,5%
Will ich mich demnächst mit beschäftigen.	20,4%	20,5%	32,7%	21,8%	19,8%	19,1%	12,5%	12,5%
Beschäftige ich mich bereits mit.	35,4%	35,5%	36,7%	31,9%	34,6%	41,8%	34,4%	21,9%
Werden von meiner Presseabteilung/ meiner Agentur bereits eingesetzt.	24,6%	24,4%	2,0%	21,0%	21,0%	27,0%	43,8%	50,0%
Weiß nicht.	6,3%	6,4%	4,1%	9,2%	9,9%	5,0%	0,0%	3,1%

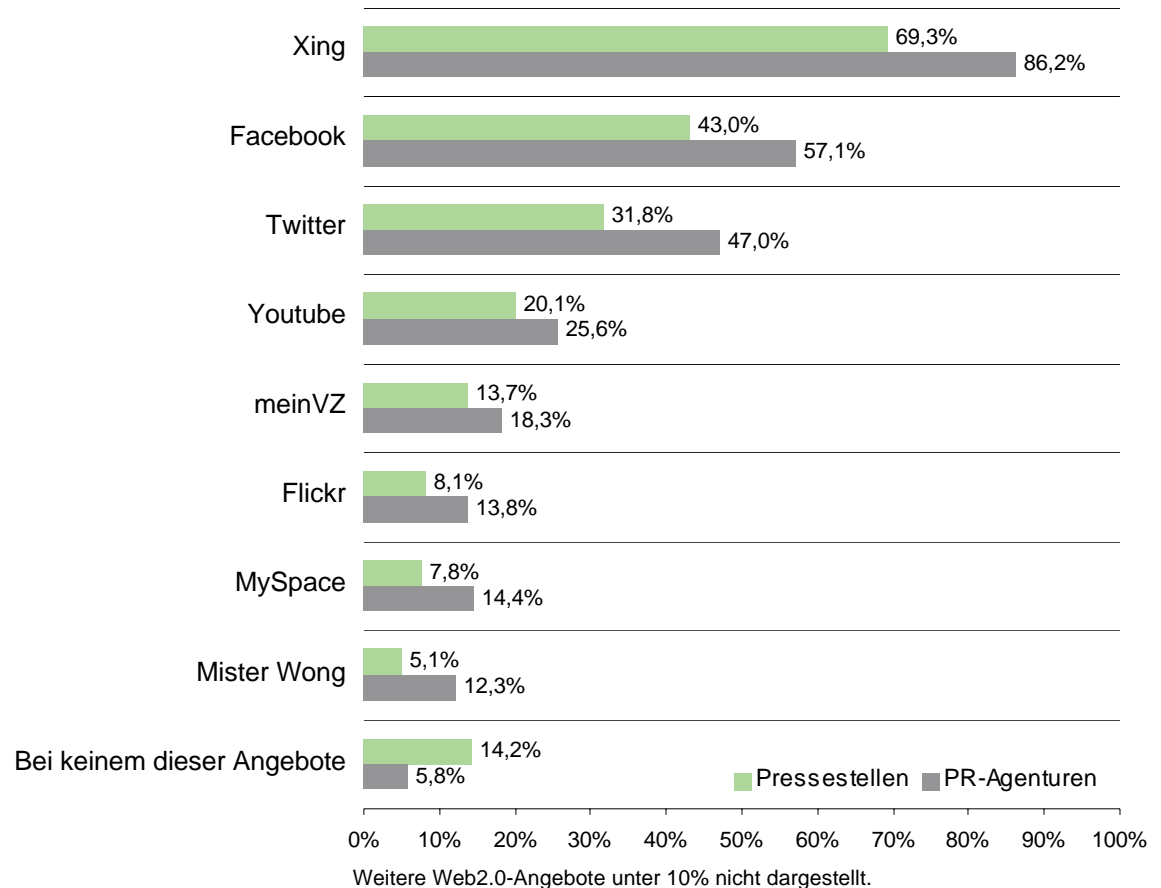
■ Min. 5 Prozentpunkte unter Gesamtdurchschnitt ■ +/- 5 Prozentpunkte vom Gesamtdurchschnitt

■ Min. 5 Prozentpunkte über Gesamtdurchschnitt

* Durchschnitt bezieht sich auf die Teilnehmer der Sampleaufteilung

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Social Media

Bei welchen Web2.0-Angeboten haben Sie einen persönlichen Account?



Pressestellen: N = 628, Mehrfachnennungen möglich: 1.428
Agenturen: N = 464, Mehrfachnennungen möglich: 1.431



Statistik

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Statistik

In welcher Position sind Sie tätig?

Pressestellen		Agenturen	
Leiter(in) Unternehmenskommunikation	32,5 %	Eigentümer(in)	34,1 %
Pressesprecher(in)	42,7 %	Geschäftsleiter(in)	11,9 %
Sachbearbeiter(in)	16,6 %	Partner(in)	3,4 %
Assistent(in)	5,8 %	Seniorberater(in)	15,1 %
Volontär(in)	2,3 %	PR-Berater(in)	20,7 %
Praktikant(in)	0,2 %	Juniorberater(in)	12,5 %
		Volontär(in)	2,2 %
		Praktikant(in)	0,2%

Pressestellen: N = 621
Agenturen: N = 464

Ergebnisse – Pressestellen/Agenturen: Statistik

Wie groß ist Ihr Unternehmen in Deutschland?

Pressestellen		Agenturen	
Weniger als 50 Mitarbeiter	25,5 %	1 Mitarbeiter	10,9 %
51 bis 200 Mitarbeiter	23,6 %	2 bis 5 Mitarbeiter	26,3 %
201 bis 500 Mitarbeiter	13,2 %	6 bis 10 Mitarbeiter	18,0 %
501 bis 1.000 Mitarbeiter	9,1 %	11 bis 50 Mitarbeiter	30,9 %
1.001 bis 5.000 Mitarbeiter	16,4 %	51 bis 100 Mitarbeiter	7,0 %
Mehr als 5.000 Mitarbeiter	12,3 %	Mehr als 100 Mitarbeiter	7,0 %

Pressestellen: N = 628
Agenturen: N = 460

Ergebnisse – Pressestellen: Statistik

Welcher Branche gehört Ihr Unternehmen an?

Pressestellen	
Dienstleistung (ohne Handel)	46,9 %
Verwaltung oder Verband	26,9 %
Produzierendes Gewerbe	20,5 %
Handel	5,8 %

Pressestellen: N = 625

Ergebnisse – Agenturen: Statistik

Agenturen in Medienhochburgen

Agenturen	
Hamburg	17,6 %
Frankfurt am Main	12,8 %
Berlin	12,8 %
München	10,9 %
Köln	6,2 %
Stuttgart	2,8 %
Leipzig	0,6 %
Keine Medienhochburg	36,2 %

Agenturen: N = 467

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

- Dieses Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.
- Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen schriftlichen Zustimmung von Faktenkontor.
- Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischer Form. Eine Weitergabe an Dritte ist nicht gestattet.

Kontakt:

news aktuell GmbH

Jens Petersen

Head of Media Communications

Mittelweg 144

20148 Hamburg

Telefon: +49 (0)40 4113-2843

Telefax: +49 (0)40 4113-2876

Petersen@newsaktuell.de

Faktenkontor GmbH

Jörg Forthmann

Normannenweg 30

20537 Hamburg

Telefon: +49 (0)40 227 03-7787

Telefax: +49 (0)40 227 03-7961

Joerg.Forthmann@faktenkontor.de