



AUSGABE I 2008

ISSN 1863-3943

*Spring Study 2008*

**Image-Barometer:  
Die Berliner  
Agenturszene**

Liebe Personalentscheiderin, lieber Personalentscheider,

wer ist der beliebteste Arbeitgeber der Agenturszene? fragte die diesjährige Spring Study von Busch-Janser Personalmanagement und 452 Agenturmitarbeiter gaben ihre Meinung zu Auswahlkriterien, Karrierezielen sowie ihre Einschätzung zur Reputation, Arbeitsklima und Entwicklungsmöglichkeiten von 25 Agenturen der Berliner Szene ab. Die jährliche Studie zu Branchentrends gibt Agenturmitarbeitern und Absolventen Einblicke in die aktuelle Entwicklung der Agenturszene. Mit dem diesjährigen Ranking entsteht ein Imagebarometer, das den Agenturen und den Interessierten als Informationsquelle dient: Welches Ansehen hat die Agentur in der Szene? Wie attraktiv ist sie für Führungs- und Nachwuchskräfte? Die zu bewertenden Unternehmen wurden im Februar durch eine Vorabstudie ermittelt.

An den Ergebnissen der Studie können Personalentwicklungspotentiale für das Personalmarketing ablesen und Führungs- und Nachwuchskräfte erhalten einen Überblick und können gezielter nach ihrem Wunscharbeitgeber suchen. Wer im Ranking oben steht, hat damit bessere Aussichten auf die besten und kreativsten Köpfe.

Die Spring Study ist eine jährlich stattfindende Erhebung von Busch-Janser Personalmanagement. Die Ergebnisse der letzten Jahre können unter [www.bjp.eu/service.htm](http://www.bjp.eu/service.htm) abgerufen werden: 2006 wurde das Internet-Recruitment der Agenturen untersucht und 2007 eine Studie zu Stellenanzeigen durchgeführt. Medienpartner der Spring Study-Reihe sind der PR Report und das PR-Journal.

Für Rückfragen hierzu stehen wir Ihnen wie immer gerne persönlich zur Verfügung und verbleiben  
mit freundlichen Grüßen

# I Auswahlkriterien

Bei der Wahl des Arbeitgebers ist das Arbeitsklima mit Abstand das wichtigste Kriterium: 93% empfinden es als sehr wichtig und weitere 6% als wichtig. Nach dem Arbeitsklima sind für immerhin noch mehr als die Hälfte der Befragten die Entwicklungschancen und die Weiterbildungsmöglichkeiten bei der Auswahl einer Anstellung sehr wichtig. Weit abgeschlagen bei den Auswahlkriterien - auf Platz 10 des Rankings - ist die Größe der Agentur:

Was ist Ihnen bei der Wahl Ihres Arbeitgebers wichtig?	SEHR WICHTIG	WICHTIG	UNWICHTIG
Arbeitsklima	93%	6%	0%
Entwicklungschancen	84%	15%	0%
Weiterbildungsmöglichkeiten	64%	34%	2%
Abwechslungsreiches Kundensegment	48%	51%	1%
Gehalt	46%	53%	1%
Konkrete berufliche Aufgabenstellung	50%	46%	3%
Verhältnis zum Management	45%	51%	4%
Reputation	45%	50%	4%
Kundenkontakt	44%	48%	8%
Größe der Agentur	11%	51%	37%

Ein Hinweis zur Auswertung: die Summe der Prozentangaben ergibt aufgrund der Rundung der Nachkommastellen nicht zwangsläufig 100%.

Neben den jeweiligen Auswahlkriterien wurde auch die persönliche Zufriedenheit mit der eigenen Arbeitssituation abgefragt. Drei Viertel der Befragten gaben jeweils an mit dem Arbeitsklima, der Agenturgröße und der Reputation des eigenen Arbeitgebers zufrieden zu sein. Beim Punkt „Abwechslungsreiches Kundensegment“ sinkt die persönliche Zufriedenheit auf knapp 50 Prozent. An letzter Stelle rangiert das Gehalt, mit dem nur etwas mehr als ein Drittel zufrieden ist:

In meinem aktuellen Anstellungsverhältnis bin ich diesbezüglich zufrieden		
		RANG
Arbeitsklima	77%	1
Größe der Agentur	72%	2
Reputation	72%	3
Abwechslungsreiches Kundensegment	51%	9
Gehalt	37%	10

Bei der Auswertung der Ergebnisse ist eine Aufspaltung der Antworten nach Geschlechtern interessant, denn die Prioritäten werden von den Befragten unterschiedlich gesetzt. Während den weiblichen Teilnehmern - mit 274 Befragten rund zwei Drittel aller Teilnehmer - vor allem Arbeitsklima und Weiterbildungsmöglichkeiten wichtig sind, spielen bei ihnen beispielsweise die Entwicklungsmöglichkeiten eine unwichtigere Rolle als bei den männlichen Kollegen (15 Prozentpunkte geringer als der Durchschnitt). Auffällig ist auch, dass Frauen das Verhältnis zu den Kollegen wichtiger ist als das Verhältnis zum Management. Im Vergleich zu den eher

karriereorientierten Männern fällt die Zufriedenheit mit der eigenen Situation in diesem Bereich jedoch deutlich niedriger aus.

Typisch weiblich?	ZUFRIEDENHEIT						
	RANG	GESAMT	FRAUEN	ABWEICHUNG	GESAMT	FRAUEN	ABWEICHUNG
Arbeitsklima	1	93%	97%	4%	77%	75%	-2%
Weiterbildungsmöglichkeiten	2	64%	70%	6%	58%	57%	-1%
Entwicklungschancen	3	84%	69%	-15%	61%	70%	9%
Verhältnis zum Management		45%	42%	-3%	63%	56%	-7%

## II Karriereziele

Zunehmend anspruchsvollere Aufgaben übertragen zu bekommen ist für 70% der Teilnehmer sehr wichtig und damit das bedeutendste Karriereziel. Für jeweils rund die Hälfte der Befragten ist Selbstverwirklichung, eine ausgeglichene Work-Life-Balance und der Aufbau einer soliden finanziellen Grundlage ein sehr wichtiges Karriereziel. Die Erlangung eines Expertenstatus und eine internationale Tätigkeit sind vergleichsweise unwichtig. Deutlich abgeschlagen auf dem letzten Platz rangiert für knapp zwei Drittel der Teilnehmer die Beteiligung am Unternehmen:

Welche Karriereziele sind Ihnen wichtig?	SEHR WICHTIG	WICHTIG	UNWICHTIG
Übertragung zunehmend anspruchsvollerer Aufgaben	70%	29%	0%
Selbstverwirklichung	55%	43%	2%
Ausgeglichene Work-Life-Balance	54%	41%	4%
Aufbau einer soliden finanziellen Grundlage	50%	47%	3%
Erreichen einer Führungsposition	42%	46%	12%
Etatverantwortung	36%	47%	17%
Personalverantwortung	30%	55%	14%
Erlangung eines Expertenstatus	28%	57%	15%
Internationale Tätigkeit	26%	40%	33%
Beteiligung am Unternehmen	7%	30%	63%

Während mit dem wichtigsten Karriereziel, der Übertragung zunehmend anspruchsvollerer Aufgaben, bei der Betrachtung ihrer persönlichen Situation noch knapp zwei Drittel der Befragten zufrieden sind, sieht das bei der ausgeglichenen Work-Life-Balance und dem Aufbau einer soliden finanziellen Grundlage anders aus:

In meinem aktuellen Anstellungsverhältnis bin ich diesbezüglich zufrieden		
		RANG
Übertragung zunehmend anspruchsvollerer Aufgaben	61%	1
Etatverantwortung	48%	2
Aufbau einer soliden finanziellen Grundlage	30%	8
Ausgeglichene Work-Life-Balance	30%	9
Beteiligung am Unternehmen	28%	10

Die Unterschiede zwischen Männern und Frauen in der Bewertung der Fragestellungen setzen sich auch bei den Karrierezielen fort und zwar an den erwarteten Fronten: Männern ist eine Übertragung zunehmend anspruchsvollerer Aufgaben und der damit einhergehende Aufstieg auf der Karriereleiter ebenso wie das Erreichen einer Führungsposition deutlich wichtiger als den weiblichen Kolleginnen. Auf die Selbstverwirklichung und eine ausgeglichene Work-Life-Balance kann in der Konsequenz so mancher Mann verzichten. Auch die Karrierestufen Etat- und Personalverantwortung sind für mehr Männer als Frauen wichtige Ziele:

Typisch männlich?	RANG	GESAMT	MÄNNER	ABWEICHUNG	ZUFRIEDENHEIT		
					GESAMT	MÄNNER	ABWEICHUNG
Übertragung zunehmend anspruchsvollerer Aufgaben	1	70%	73%	3%	61%	61%	0%
Selbstverwirklichung	2	55%	53%	-2%	43%	48%	5%
Erreichen einer Führungsposition	3	42%	52%	10%	40%	42%	2%
Ausgeglichene Work-Life-Balance		54%	49%	-5%	30%	32%	2%
Etatverantwortung		36%	43%	7%	48%	49%	1%
Erlangung eines Expertenstatus		28%	38%	10%	44%	51%	7%
Personalverantwortung		30%	36%	6%	45%	49%	4%
Beteiligung am Unternehmen		7%	12%	5%	28%	26%	-2%

### III Die Beliebtheit der Agenturen

Gleich vorweg: Der Marktführer Pleon ist auch in der Einschätzung der Teilnehmer „Meister aller Klassen“ - aber nur fast. Die beiden Verfolger um die Marktführerschaft FischerAppelt und Scholz & Friends sind Pleon in Punkto Bekanntheit, Reputation, Arbeitsklima, Entwicklungschancen auf den Fersen. Doch geschlagen geben muss sich Pleon nur beim Arbeitsklima - gegenüber Johanssen+Kretschmer.

Ein Hinweis zur Auswertung: Die Einschätzung von Reputation, Arbeitsklima und Aufstiegschancen war nur möglich, wenn dem Befragten die Agentur auch bekannt war (man also nicht „diese Agentur ist mir unbekannt“ angegeben hat). Trotzdem ist festzustellen, dass die Validität mit sinkender Bekanntheit abnimmt, da die Grundgesamtheit kleiner wird.

***Auf ausdrücklichen Wunsch einiger Agenturen werden nachfolgend jeweils nur die TOP10 in den jeweiligen Bereichen dargestellt.***

## Bekanntheit der Agenturen

Die Bekanntheit der Agenturen wurde aus befragungstechnischen Gründen über die negative Auswahlmöglichkeit „diese Agentur ist mir unbekannt“ ermittelt. Pleon ist demnach nur 4% der Befragten nicht bekannt, fischerAppelt und Scholz & Friends folgen mit jeweils 9%. Erwartungsgemäß belegen ebenfalls große Netzwerke die Plätze 3 und 4: 12% kennen Weber Shandwick nicht und mit deutlichem Abstand ist für 22% der Teilnehmer A&B ONE kein Begriff:

AGENTUR	DIESE AGENTUR IST MIR UNBEKANTT	PLATZIERUNG BEKANNTHEITSGRAD
Pleon	4%	1
fischerAppelt	9%	2
Scholz & Friends	9%	2
Weber Shandwick	12%	3
A&B ONE	22%	4
Johanssen+Kretschmer	23%	5
Media Consulta	23%	5
Publicis Consultants	23%	5
komm.passion	25%	6
Hill & Knowlton	26%	7
Trimedia	28%	8
Burson-Marsteller	29%	9
wbpr	41%	10
Deekeling Arndt Advisors	44%	11
Leipziger & Partner	44%	11
Plato	48%	12
Brunswick	52%	13
Ergo	57%	14
PRGS	61%	15
dimap communications	61%	15
IFOK	64%	16
CNC	69%	17
Miller & Meier	70%	18
Eutop	72%	19
APCO	81%	20

## Einschätzung der Reputation der Agenturen

Pleon hat nach Einschätzung von 89% der Befragten eine gute Reputation und ist damit der Spitzenreiter der Agenturszene. Doch auch fischerAppelt hat sich einen guten Namen erarbeitet - 74% wählen sie auf Platz 2. Mit etwas Abstand folgen Scholz & Friends und Burson-Marsteller. Jeweils mehr als die Hälfte der Teilnehmer sprechen zudem Johanssen+Kretschmer, Weber Shandwick, A&B ONE und Hill & Knowlton eine gute Reputation zu:

AGENTUR	DIESE AGENTUR HAT MEINER EINSCHÄTZUNG NACH EINE GUTE REPUTATION	PLATZIERUNG REPUTATION
Pleon	89%	1
fischerAppelt	74%	2
Scholz & Friends	63%	3
Burson-Marsteller	62%	4
Johanssen+Kretschmer	57%	5
Weber Shandwick	53%	6
A&B ONE	50%	7
Hill & Knowlton	50%	7
Brunswick	45%	8
Deekeling Arndt Advisors	45%	8
komm.passion	45%	8
Publicis Consultants	42%	9
Ergo	33%	10

## Einschätzung des Arbeitsklimas in den Agenturen

Das beste Arbeitsklima hat nach Einschätzung von 74% der Befragten die Agentur Johanssen+Kretschmer. Damit liegt die Agentur mit 1 Prozentpunkt ganz knapp vor Pleon. Auf Platz 3 und 4 folgen ebenfalls fast gleich auf Scholz & Friends und fischerAppelt. Die Hälfte der Befragten wählen in Hinsicht auf das Arbeitsklima Ergo Kommunikation auf Platz 5.

AGENTUR	DIESE AGENTUR HAT MEINER EINSCHÄTZUNG NACH EIN GUTES ARBEITSKLIMA	PLATZIERUNG ARBEITSKLIMA
Johanssen+Kretschmer	74%	1
Pleon	73%	2
Scholz & Friends	68%	3
fischerAppelt	67%	4
Ergo	50%	5
A&B ONE	48%	6
Deekeling Arndt Advisors	48%	6
Publicis Consultants	47%	7
IFOK	42%	8
dimap communications	39%	9
Weber Shandwick	38%	10

## Einschätzung der Entwicklungschancen in den Agenturen

Die internen und externen Entwicklungschancen sind nach Ansicht der Befragten vor allem in großen Netzwerkagenturen gegeben: An erster Stelle rangieren hier Pleon und Scholz & Friends gleichauf mit jeweils 92%. Gefolgt von fischerAppelt, Publicis Consultants, Burson-Marsteller sowie gleichauf auf Platz 5 Hill & Knowlton und Weber Shandwick:

AGENTUR	DIESE AGENTUR BIETET MEINER EINSCHÄTZUNG NACH GUTE ENTWICKLUNGSCHANCEN	PLATZIERUNG ENTWICKLUNGSCHANCEN
Pleon	92%	1
Scholz & Friends	92%	1
fischerAppelt	89%	2
Publicis Consultants	54%	3
Burson-Marsteller	52%	4
Hill & Knowlton	51%	5
Weber Shandwick	51%	5
A&B ONE	43%	6
Johanssen+Kretschmer	42%	7
Ergo	33%	8
Brunswick	32%	9
CNC	31%	10
komm.passion	31%	10

HERAUSGEBER & VISDP

Busch-Janser Personalmanagement  
Friedrichstr. 60  
10117 Berlin

ISSN 1863-3943

Tel. 030. 20 45 98 50  
Fax 030. 20 45 98 51

berlin@bjp.eu

www.bjp.eu  
www.personalblogger.de  
www.polisphere.de

Gerne nutzen wir an dieser Stelle die Gelegenheit Sie auf unseren Personalblog PR & Public Affairs hinzuweisen:

[www.personalblogger.de](http://www.personalblogger.de)

Ausgabe I 2006  
Personalstudie Public Affairs 2005

Ausgabe II 2006  
Anstellungs- und Ausbildungsvertrag  
für ein Public Affairs Traineeship

Ausgabe III 2006  
Studie Personalrekrutierung via  
Internet

Ausgabe IV 2006  
Merkblatt zum Allgemeinen  
Gleichbehandlungsgesetz

Ausgabe I 2007  
Gesetzliche Neuregelung der  
Entfernungspauschale

Ausgabe II 2007  
Sonderregelung zur  
Berufsausbildung

Ausgabe III 2007  
Staatliche Einstellungs-Förderung

Ausgabe IV 2007  
Stellenanzeigen-Studie PR&PA

Ausgabe I 2008  
Image-Barometer

Ausgabe II 2008  
Personalstudie Public Affairs 2007



Busch-Janser Personalmanagement berät Mandanten aus Politik und Beratung in Personalfragen und ist spezialisiert auf Personalleasing, Personalberatung und Personalentwicklung. [www.bjp.eu](http://www.bjp.eu)

Ständige Medienpartner der Reihe Spring Studies:

**PR**REPORT

Der PRREPORT ist das unabhängige Magazin für PR-Verantwortliche in Unternehmen, Organisationen und Verbänden sowie Agenturen und Dienstleister der PR-Wirtschaft. Der PRREPORT begleitet diesen interessanten, dynamischen und vielfältigen Markt als seriöses Wirtschaftsmagazin für die Menschen in den PR-Berufen.

Das PR-Portal im Internet  
**PR-JOURNAL**

Das PR-Journal ist die reichweitenstärkste PR-Portal im Internet.  
[www.pr-journal.de](http://www.pr-journal.de)

## Hinweis zur Validität der Spring Study 2008

Die Spring Study 2008 folgt dem Vorbild zahlreicher Umfragen, welche die Attraktivität eines Arbeitgebers durch Personen beurteilen lassen, die nicht bei dem jeweiligen Unternehmen arbeiten und aus diesem Grund nicht immer über valide Informationen zu den befragten Bereichen verfügen. Diese Erhebungsmethode birgt grundsätzlich das Risiko, dass Unternehmen aufgrund verschiedener Interessenlagen von den Teilnehmern ungerechtfertigt positiv (häufig durch eigene Mitarbeiter) oder ungerechtfertigt negativ (häufig durch die Konkurrenz des jeweiligen Unternehmens) bewertet werden. Zudem laden anonyme Erhebungen dazu ein bewusst manipuliert zu werden.

Busch-Janser Personalmanagement versichert bei der Auswertung die gängigen Standards für Erhebungen beachtet zu haben, macht sich die Aussagen der Teilnehmer jedoch nicht zu eigen und weist ausdrücklich darauf hin, dass es sich nicht um eine repräsentative Umfrage handelt.

Für Rückfragen stehen wir Ihnen gerne unter 030. 20 45 98 50 persönlich zur Verfügung.

Florian Busch-Janser, Managing Partner Busch-Janser Personalmanagement KG