

PA-Ranking: Liebling Mitte gefunden

And the Winner is: Pleon. Agenturrankings sind rar geworden in Zeiten von Sarbanes-Oxley. Und da greift das Publikum gern zu, selbst wenn es sich „nur“ um ein Image-Ranking aus der Branchen-Nische Public Affairs handelt. Der Berliner Personalberater Florian Busch-Janser weiß das und hat für seine dritte „Spring Study“ in diesem Frühjahr 452 Mitarbeiter von Public-Affairs-Agenturen, davon 61 Prozent Frauen, vornehmlich in seiner Heimatstadt befragt. Nun liegen die Ergebnisse vor.

Es konnten Bekanntheit und Reputation der Agenturen sowie Arbeitsklima und Entwicklungschancen innerhalb derselben eingeschätzt werden. In drei von vier Punkten steht Pleon an erster Stelle. Nur vier Prozent kennen Pleon nicht (fischer Appelt und Scholz & Friends: jeweils neun Prozent), 89 Prozent meinen, die Agentur mit Düsseldorfer Hauptsitz habe eine gute Reputation (fischer Appelt: 74 Prozent, Scholz & Friends: 63 Prozent), und 92 Prozent sehen gute Entwicklungschancen für Pleon-Mitarbeiter. Hier landet Scholz & Friends gleichauf, knapp gefolgt von fischer Appelt (89 Prozent). Nur bei der Frage nach dem Arbeitsklima schiebt sich eine andere Agentur knapp vor die „Großen Drei“: 74 Prozent der Befragten meinen, das Arbeitsklima sei bei Johanssen+Kretschmer besonders gut. Von Pleon behaupten das allerdings fast genau so viele, nämlich 73 Prozent. Scholz & Friends (68 Prozent) und fischer Appelt (67 Prozent) landen knapp dahinter.

Interessant, dass das Gehalt lediglich für 46 Prozent der Befragten wichtig bei der Wahl des Arbeitgebers ist. Es dominieren Arbeitsklima (93 Prozent), Entwicklungschancen (84 Prozent) und Weiterbildungsmöglichkeiten (64 Prozent). Die Geringschätzung dessen, was hinten herauskommt, könnte an den vergleichsweise moderaten Mieten in der Hauptstadt liegen. Die Studie wird in Kürze auf www.bjp.eu veröffentlicht. (fb)