

Vorstoß beim PR-Ranking

PR-Report stellt statt Umsatzrangliste Agentur-Index vor

Das Hamburger Fachmagazin „PR-Report“ hat einen Versuch unternommen, auch in Zeiten von Sarbanes Oxley ein Ranking für die PR-Agenturen zu erstellen. In den gemeinsam mit der Beratungsfirma Cherrypicker, ebenfalls Hamburg, erstellten „Agentur-Index“ fließen neben Umsatz auch Faktoren wie Kunden (Dauer der Kundenbeziehungen, Neugeschäft) und

Mitarbeiter (Qualifikation, Fluktuation) ein. Trotz der garantierten Geheimhaltung sensibler Daten haben Netzwerke wie Weber-Shandwick, Burson-Marsteller und Ketchum aber erneut nicht teilgenommen. Auf Platz 1 der Rangfolge steht nach wie vor die BBDO-Tochter Pleon. Dahinter folgen die Agenturen Media Consulta und Hering Schuppener. **mam**

Anzeige