

Medienmitteilung

Zürich, 14. Januar 2019

Werbeauftraggeber blicken optimistisch ins 2019 - Agenturgeschäft bleibt ein people business

Im Dezember haben der Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA) und Leading Swiss Agencies (LSA) die neue Umfrage „Branchenindikator 2019“ lanciert. Dabei wurden Werbeauftraggeber sowie Agenturverantwortliche zu ihren Einschätzungen des Marktes befragt. Mehr als die Hälfte der Werbeauftraggeber vermeldet für das vergangene Jahr eine Umsatzsteigerung und rechnet im 2019 ebenfalls mit einem Anstieg. Dabei bleiben die Kommunikationsbudgets auf einem stabilen Niveau. Entscheidend bei der Agenturauswahl sind Mitarbeiterqualifikation und Persönlichkeit im Agenturteam. Das Agenturgeschäft bleibt also ein people business.

Mit dem vergangenen Jahr dürften viele Werbeauftraggeber zufrieden sein. Nur 12 Prozent gaben einen Rückgang ihrer Unternehmensumsätze an, 17 Prozent melden keine Veränderung und 58 Prozent einen Anstieg. Ähnlich positiv sieht der Ausblick ins 2019 aus: Mehr als die Hälfte rechnet mit einem Anstieg. Gleichzeitig verbleiben die Kommunikationsbudgets auf einem stabilen Niveau: 45 Prozent der Befragten lassen ihre Kommunikationsbudgets unverändert, 30 Prozent möchten die Ausgaben für Kommunikation zurückfahren und 21 Prozent erhöhen. Die Entwicklung der Media-Budgets bewegt sich im vergleichbaren Rahmen. Doch die Umfrageergebnisse zeigen, dass die Auftragslage in der Kommunikationsbranche auch in wirtschaftlich unsicheren Zeiten beständig bleibt, da sich die Auftraggeberseite der Wichtigkeit ihrer Präsenz in der Öffentlichkeit bewusst ist.

Um die Umfrage kurz zu halten, wurde in diesem Jahr nicht nach den Trends in den einzelnen Mediagattungen gefragt. Aus einer ähnlichen Umfrage vom letzten November bei werbetreibenden Unternehmen in Deutschland ist unter anderem bekannt, dass im 2019 Print nach wie vor unter Druck steht und die digitalen Kanäle weiter wachsen dürften.

Top-Herausforderung: Erreichbarkeit der Zielgruppen

Die Erreichbarkeit der Zielgruppen (50%), die Komplexität der Kanäle (42,7%), digitale Transformation (42,7%), Marketing-Automation (35,5%) und Datenschutz (26,4%) sind die am häufigsten genannten Themen, was die wichtigsten Herausforderungen betreffen. Gefordert wird demzufolge mehr Spezialwissen, vernetztes Denken, flexible Zusammenarbeits- und Organisationsformen sowie ein gekonnter Umgang mit Daten. Nur so lassen sich ganzheitliche Kommunikationslösungen erarbeiten und eine individuelle, relevante und zielgenaue Involvierung der Konsumenten erreichen.

Agenturgeschäft ist ein people business

Neben den Trends wurden die werbetreibenden Unternehmen zu ihren Agenturbeziehungen befragt. Dabei antworteten die Werbeauftraggeber, dass als Informationsquellen zur Auswahl einer Agentur vor allem die Empfehlung, die Kontakte mit der Agenturleitung sowie die Agentur-Websites genutzt werden. Bei der konkreten Auswahl einer Agentur sind schliesslich deren Kompetenzen und die Persönlichkeit bzw. Qualifikationen der Mitarbeitenden klar am wichtigsten. Das Agenturgeschäft ist und bleibt also ein typisches people business.

Für einen langfristigen Erfolg in der Zusammenarbeit erwarten die Werbeauftraggeber vor allem ein hohes Engagement sowie ein effizientes Projektmanagement, gefolgt von strategischem Denken und einer hohen Kreativität.

Die beliebteste Honorierungsform von Kommunikationsagenturen ist derzeit der „Scope of Work“ mit einer klaren Projektdefinition und entsprechendem Agenturaufwand. Bei den Mediaagenturen ist nach wie vor das Prozenthonorar auf das Mediavolumen das meist verbreitete Honorarmodell. Zudem gewinnt agiles Pricing aufgrund neuer, flexibler Zusammenarbeitsformen zwischen Kunde und Agentur offensichtlich an Bedeutung.

An der jährlichen Umfrage haben 164 namhafte Werbeauftraggeber und 43 LSA-Agenturen teilgenommen. Die Umfrage erfolgte zwischen November und

Dezember 2018. Die detaillierten Ergebnisse können in den Geschäftsstellen der beiden Verbände bezogen werden.

Kontakt:

Schweizer Werbe-Auftraggeberverband (SWA)

Roland Ehrler, Direktor

T +41 44 363 18 38

roland.ehrler@swa-asa.ch

LEADING SWISS AGENCIES (LSA)

Catherine Purgly, Geschäftsführerin

T +41 43 444 48 18

catherine.purgly@leadingswissagencies.ch