

VDWA Unternehmens-Umfrage 2010 zum Thema **Agenturauswahl**

Diese Befragung haben wir 2010 zum 5. Mal (nach 2006, 2007, 2008 und 2009) durchgeführt.

Die Auswertung basiert auf 268 Antworten von insgesamt 10.000 befragten Unternehmen.

Seite 1 **Branchenübersicht**

Seite 2 **Mitarbeiterzahl - Zahl der Agentur-Bewerbungen**

Die Zahl der Bewerbungen/Kontakte ist extrem gestiegen. Es sind uns Fälle bekannt, bei denen die Zahl der unaufgeforderten schriftlichen Bewerbungen monatlich regelmässig über 50 liegt. Die telefonischen Kaltakquise-Anrufe übersteigen in einigen Fällen sogar die „100-er“-Marke.

Seite 3 **Wie viele Agenturen arbeiten aktuell für Ihr Unternehmen?**

2006 waren es noch rund 3 Agenturen. 2010 liegt die durchschnittliche Zahl bei 2,2 Agenturen pro Unternehmen. Bereits 2008 war zu erkennen, dass Unternehmen eine größere Leistungsbreite ihrer Agenturen vorausgesetzt haben. Dieser Trend scheint sich jetzt fortzusetzen.

Seite 4 **Was muss passieren, damit Sie über einen Agenturwechsel nachdenken?**

Beim Nachdenken über einen Agenturwechsel müssen in der Regel mehrere Faktoren zusammenkommen. Zum Beispiel **mangelnde Kreativität, hohe Agenturhonorare** und Beanstandungen bei der **Zuverlässigkeit/Termintreue** machen zusammen 46% aus und sind im Wiederholungsfall ein gefundener Anlass, sich von der Agentur zu trennen.

Seite 5 **Wie informieren Sie sich über potentielle Agentur-Kandidaten?**

Hier steht nach wie vor die **Empfehlung** an erster Stelle. Interessant ist aber auch, dass die Internetrecherchen seit Beginn unserer Befragungen 2006 ständig gestiegen sind.

Seite 6 **Nach welchen Kriterien kommen Agentur-Kandidaten bei Ihnen in die engere Auswahl?**

Branchen-/Produkt-Kenntnisse (28%) werden insgesamt vorausgesetzt. Im B-t-B-Bereich liegt diese Anforderung sogar mit rund 45% deutlich höher. Auch die **Standort-Nähe** ist nach wie vor eine Wunschvorgabe. Dass letztlich die „Chemie stimmen muss“, ist immer wieder ein Argument, das wir hören.

Seite 7 **Was sind nach der (Pitch-) Präsentation Ihre wichtigsten Auswahlkriterien?**

Kreativität und **Strategiekompetenz** sind vorrangige Kriterien bei der Auswahl. Bei entsprechendem Mangel sind dieses auch Gründe, die Agentur zu wechseln..

Seite 8 **Was werden für Ihr Unternehmen 2010 die wichtigsten Herausforderungen im Marketing sein?**

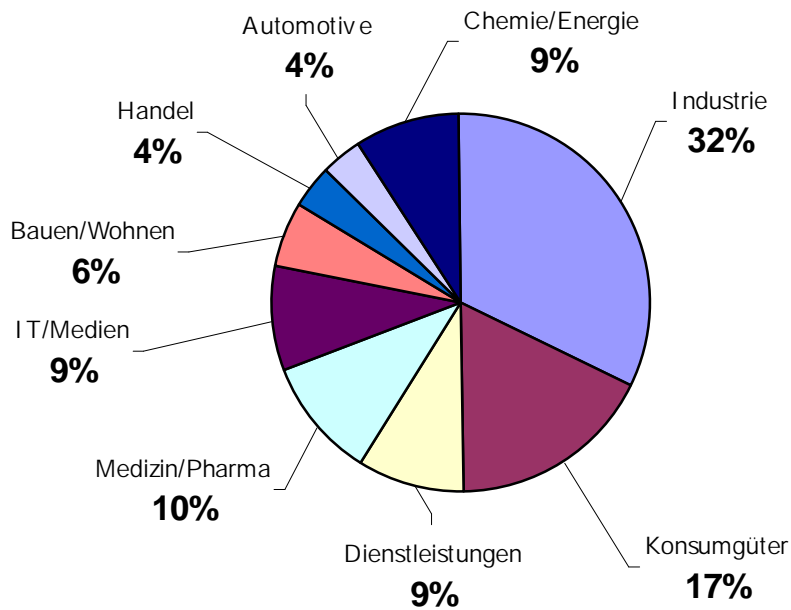
Marketing-Controlling war das Wort des Jahres 2009. Gemeint ist hier die Reduzierung von Budgets, aber mit der Vorgabe, dass die gesteckten Ziele trotzdem erreicht werden. Diese Forderung ist geblieben. 2010 ist auffallend, dass die **Neukundengewinnung** und die **Kundenbindung** im Vordergrund stehen.

Copyright-Hinweis:

© **VDWA** (Verzeichnis deutscher Werbeagenturen)

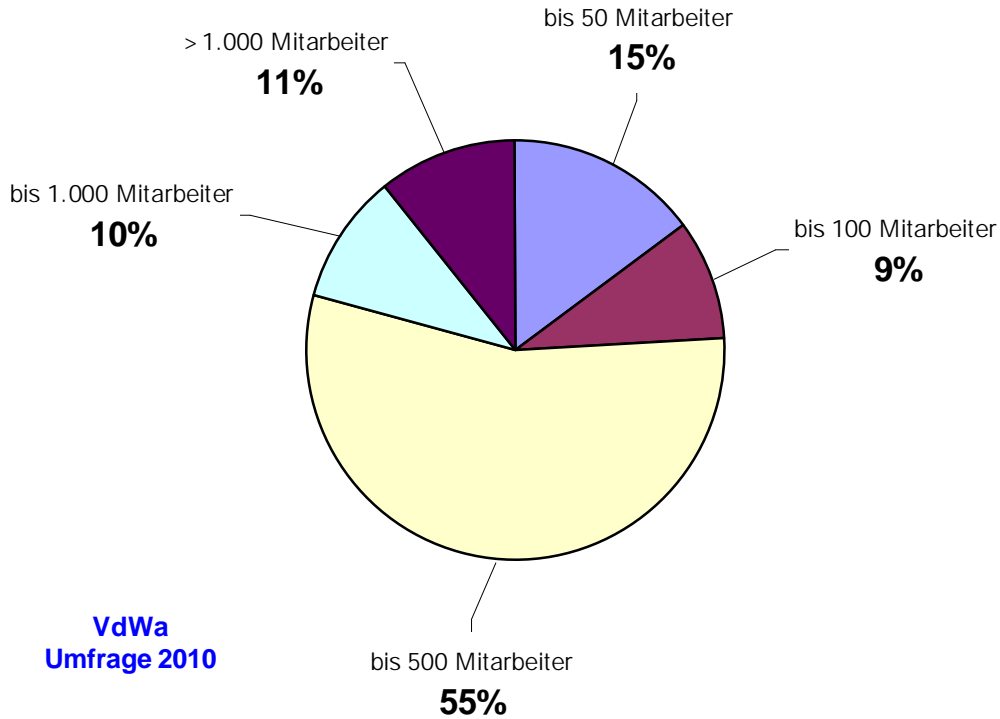
Eine Nutzung, die über die persönlichen und internen Informationen durch Mitarbeiter hinausgeht - insbesondere die Weitergabe bedarf - auch in Auszügen - einer vorherigen schriftlichen Zustimmung des Urhebers.

Branchen-Übersicht



Maschinen-, Elektrobau, Metall- und Kunststoffindustrie	32%
Konsumgüter, Food, Spirituosen, Lifestyle	17%
Medizin/Pharma	10%
Dienstleistungen	9%
IT/Medien	9%
Bauen/Wohnen	6%
Groß, Einzel- und Versandhandel	4%
Automotive	4%
Chemie/Energie	9%

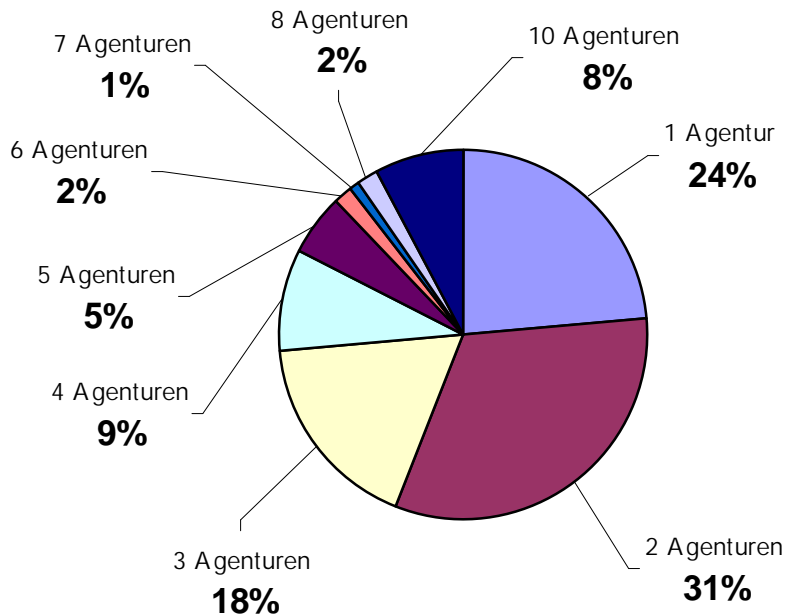
Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen?



Wie viele Agentur-Bewerbungen bekommen Sie durchschnittlich pro Monat?

	VDWA Umfrage 2009	VDWA Umfrage 2010	Veränderung
bis 20 Bewerbungen	95%	61%	- 34%
bis 50 Bewerbungen	3%	31%	+ 28%
über 50 Bewerbungen	2%	8%	+ 6%

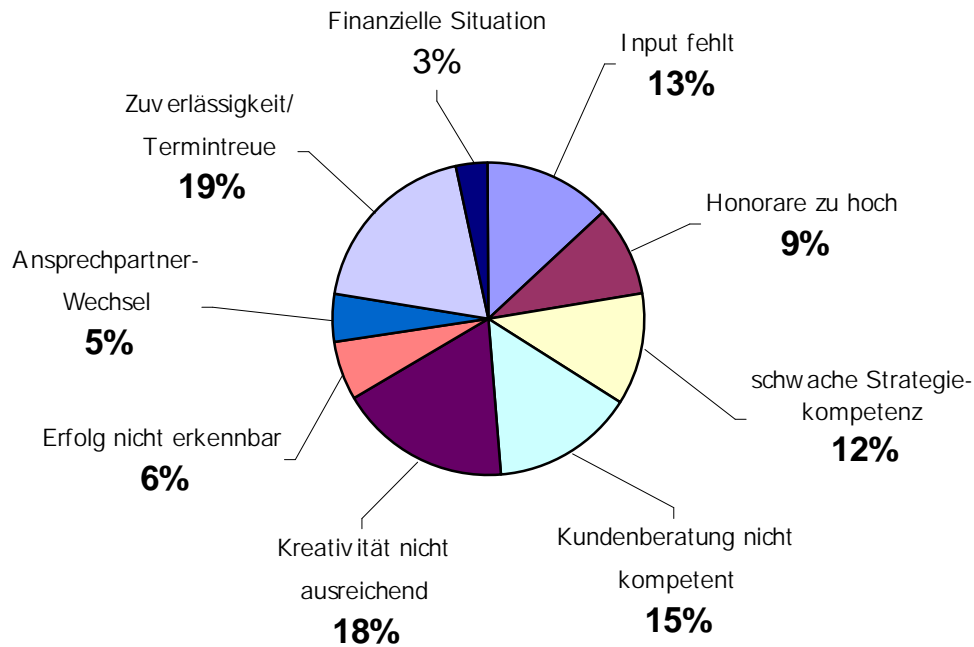
Wie viele Agenturen arbeiten aktuell für Ihr Unternehmen?



2009: Die befragten Unternehmen arbeiten durchschnittlich mit **2,3** Agenturen

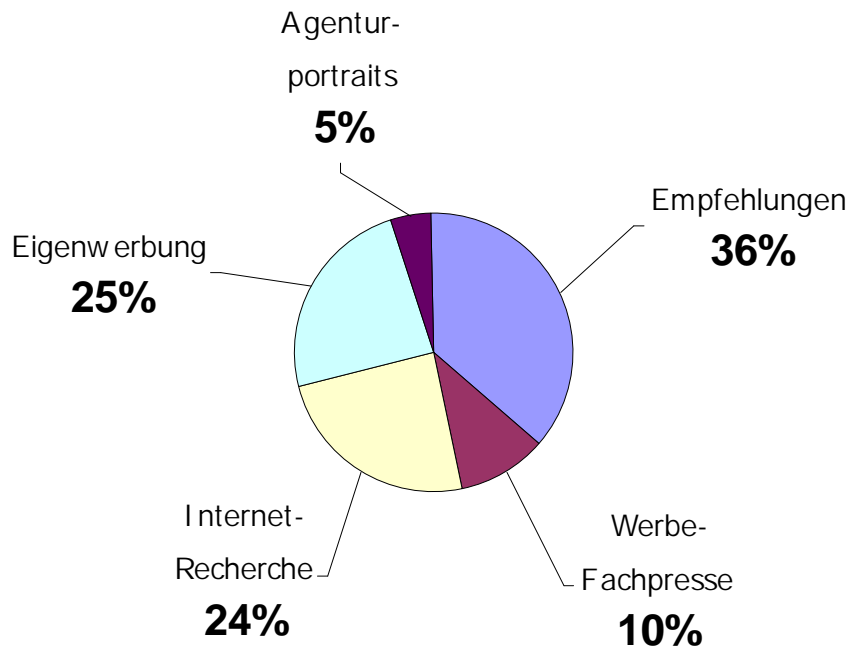
2010: Die befragten Unternehmen arbeiten durchschnittlich mit **2,2** Agenturen

Was muss passieren, damit Sie über einen Agenturwechsel nachdenken?



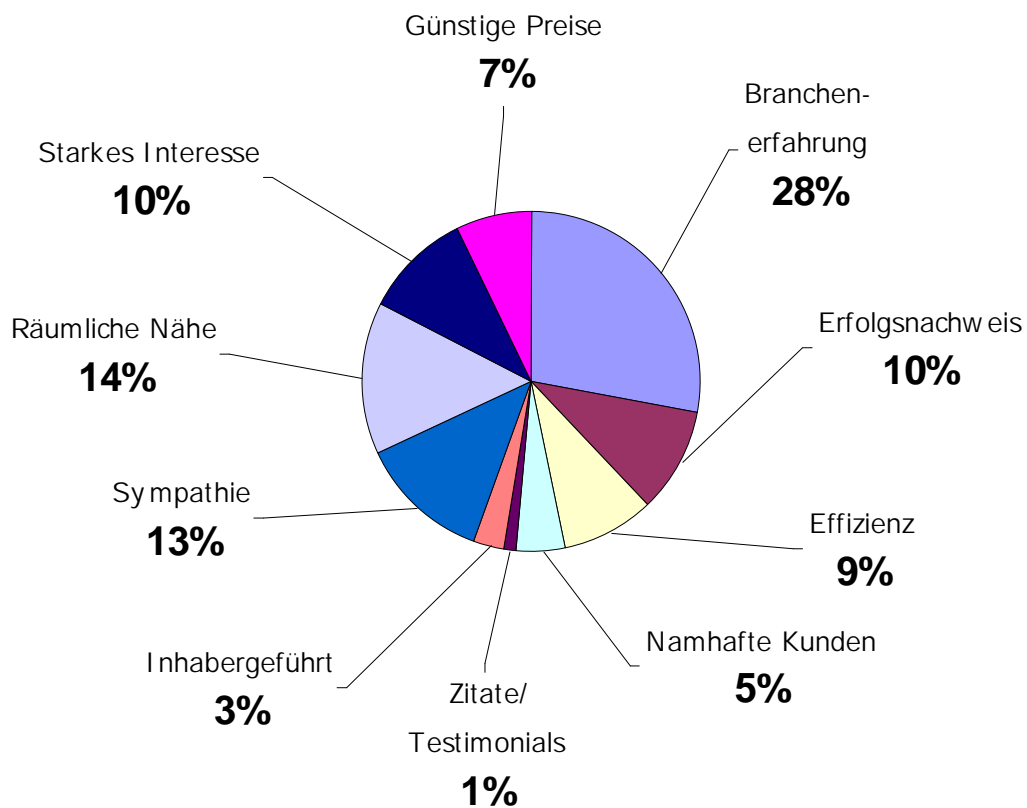
	VDWA Umfrage 2009	VDWA Umfrage 2010	Veränderung
Zuverlässigkeit/Termtreue unbefriedigend	18%	19%	+ 1%
Kreativität nicht ausreichend	15%	18%	+ 3%
Agenturhonorare zu hoch	15%	9%	- 6%
Kundenberatung nicht kompetent	10%	15%	+ 5%
Strategiekompetenz zu schwach	13%	12%	- 1%
Frischer (unaufgeforderter) Input fehlt	14%	13%	- 1%
Erfolg der Werbemaßnahme nicht erkennbar	7%	6%	- 1%
Ansprechpartner in der Agentur wechseln	5%	5%	---
Finanzielle Situation der Agentur bedenklich	3%	3%	---

Wie informieren Sie sich über potentielle Agentur-Kandidaten?



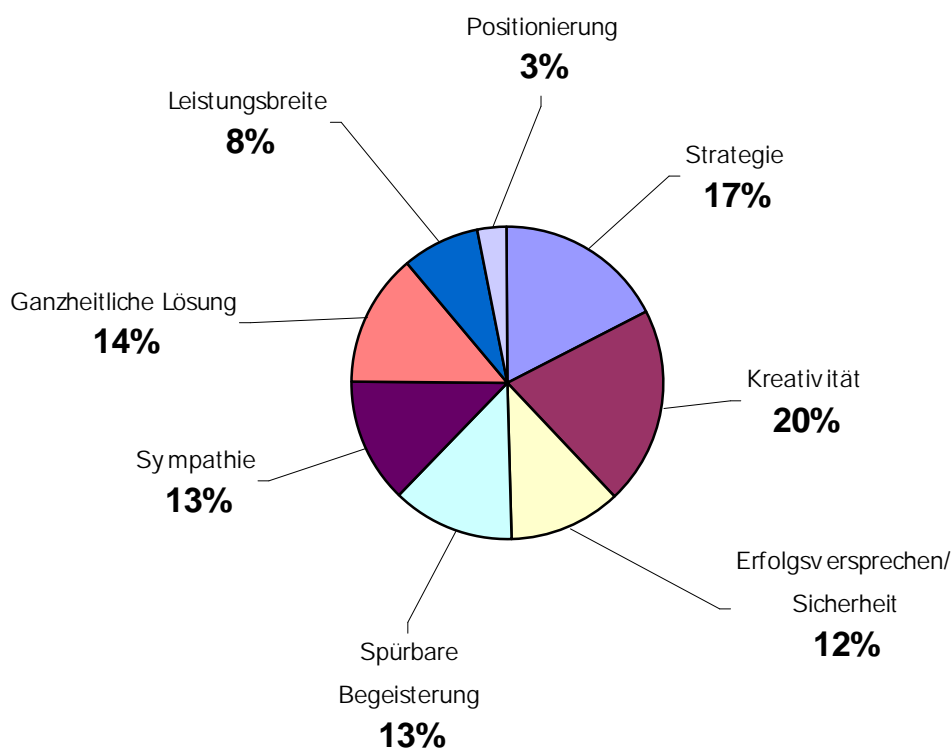
	VDWA Umfrage 2009	VDWA Umfrage 2010	Veränderung
Persönliche Kontakte/Empfehlungen	38%	36%	- 2%-
Eigenwerbung der Agenturen	24%	25%	+ 1%
Internet-Recherche	21%	24%	+ 3%
Werbe-Fachpresse	10%	10%	- - -
Bücher mit Agenturportraits	7%	5%	- 2%

Nach welchen Kriterien kommen Agentur-Kandidaten bei Ihnen in die engere Auswahl?



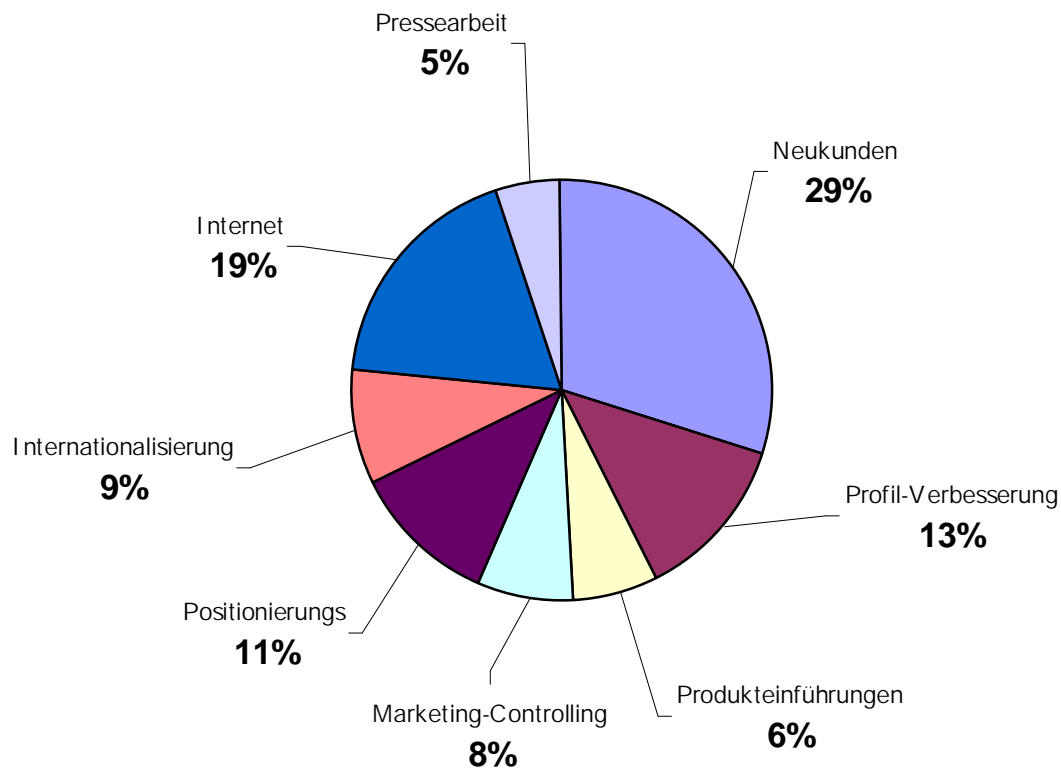
	VDWA Umfrage 2009	VDWA Umfrage 2010	Veränderung
Produkt-/Branchenerfahrung	26%	28%	+ 2%
Räumliche Nähe (Entfernung bis 100 km)	14%	14%	---
Agenturpersönlichkeit ist erkennbar/sympathisch	15%	13%	- 2%
Erkennbare Effizienz	10%	9%	- 1%
Agentur hat starkes Interesse/hält regelmässig Kontakt	9%	10%	+ 1%
Nachweisbar erfolgreiches Arbeiten	11%	10%	+ 1%
Agentur hat günstige Preise	7%	7%	---
Namhafte Kunden betreut	4%	5%	+ 1%
Agentur ist inhabergeführt	3%	3%	---
Zitate/Testimonials aktueller Kunden	1%	1%	---

Was sind nach der (Pitch-) Präsentation ihre wichtigsten Auswahlkriterien?



	VDWA Umfrage 2009	VDWA Umfrage 2010	Veränderung
Kreativität	20%	20%	- - -
Strategie	17%	17%	- - -
Spürbare Begeisterung für die Arbeit/Kampagne	13%	13%	- - -
Ganzheitliche Lösung	13%	14%	+ 1%
Sympathie zu den Ansprechpartnern	12%	13%	+ 1%
Erfolgsversprechen/Sicherheit	11%	12%	+ 1%
Große Leistungsbreite	7%	8%	+ 1%
Überzeugende Agentur-Positionierung	7%	3%	- 4%

Was werden für Ihr Unternehmen 2010 die wichtigsten Herausforderungen im Marketing sein?



Neukundengewinnung, Kundenbindung	29%
Relaunch der Internetseite, Online-Marketing, SEO	19%
Profil-Verbesserung	13%
Positionierungs-Verbesserung	11%
Internationalisierung	9%
Marketing-Controlling	8%
Verstärkung der Pressearbeit	5%