

Besser läuft es mit Bestandskunden

Geht es ums Neugeschäft, sind Agenturen weniger optimistisch als noch vor wenigen Monaten

Kreises gefragt: Einerseits Bestandsmitarbeiter nicht vergraulen, andererseits die Firma so aufstellen, dass die digitalen Talente ihren Wirkungskreis haben. Selbst vermeintlich selbstverständliche Aspekte wie E-Commerce oder Onlinemarketing sind der Stammbesellschaft nicht immer einfach vermittelbar.

DIE TOLERANZGRENZE IST SCHNELL ERREICHT

Es ist eine komplexe Aufgabe, etwaige Vorbehalte und Vorurteile auf beiden Seiten abzubauen. Und eine, die Zeit braucht. Am Ende sollten alle Beschäftigten erkennen, dass nur ein Miteinander weiter führt. Allein deshalb muss der Schritt hin zur neuen Digitalabteilung genau vorbereitet werden. Ohne die Unterstützung einer fähigen internen HR-Abteilung ist das kaum möglich. Andernfalls gelangt der neue, mühsam rekrutierte Mitarbeiter unter Umständen bereits nach wenigen Monaten im neuen Job zur Einsicht, dort nicht arbeiten zu können, weil ihm jeder Stein in den Weg legt.

Fortmann: „Die Schmerztoleranz bei digitalen Fach- und Führungskräften ist relativ gering, weil sie sich sicher sein können, sehr schnell einen neuen Job zu bekommen.“ Unterm Strich ist daher die Verbleibzeit bei digitalen Führungskräften im Schnitt auch sehr viel geringer als in anderen Bereichen. Für die betroffenen Unternehmen ist das besonders bitter, weil sie sich gerade in der Aufbauphase der neuen Digitalabteilung befinden und Ersatz nur sehr schwer zu bekommen ist.

Eine Entspannung auf dem Arbeitsmarkt ist indes nicht zu erwarten, denn es gibt in Deutschland nicht einmal zehn Studiengänge, die sich mit dem Thema „Digital“ als Fokus beschäftigen. Viel zu wenig, um den weiter steigenden Bedarf zu decken.

Die Neugeschäftsstimmung hat sich etwas eingetrübt, bleibt aber auf einem ordentlichen Niveau. So lautet das Ergebnis des aktuellen Pitchbarometers, an dem diesmal 109 Agenturchefs teilgenommen haben. Erneut wurden Punkte für die Antworten vergeben: 100 als optimistischer und -100 als pessimistischer Höchstwert. Daraus wurde ein Mittelwert errechnet. Demnach ist die Zufriedenheit über die bisherige wirtschaftliche Entwicklung gegenüber dem zweiten Quartal um 5 Zähler auf 34,86 gesunken. Vergleicht man den Wert mit der Situation im vergangenen Jahr (42,45), fällt der Unterschied noch deutlicher aus.

Auch der Blick in die Zukunft ist etwas weniger optimistisch als noch vor drei Monaten oder gar 2015. Das irritiert. Denn die Einschätzung hinsichtlich mög-

licher Pitcheinladungen und der Wechselbereitschaft der Kunden hat sich zuletzt nur wenig verschlechtert. Klar: 2015 lagen die Werte höher, aber dafür hat sich die Lage bei den Bestandskunden weiter verbessert. 81 Teilnehmer der Befragung gehen davon aus, dass sie von diesen mit neuen Projekten beauftragt werden – ein klarer Trend.

Die Lage ist gut. Auch der gerade erschienene Ifo-Geschäftsklima-Index zeichnet ein erfreuliches Bild. Vor diesem Hintergrund sollten Agenturen prüfen, ob nicht konsequent darauf verzichtet werden sollte, „mit kostenlosen Ideen bei potenziellen Neukunden zu punkten“, sagt Berater Heiko Burrack. Das führe nur dazu, dass der Wert von Ideen generell bei Kunden abnehme und die Bereitschaft sinke, dafür ein Honorar zu zahlen. **_ph**

KAUM GRUND ZUR KLAGE

Selbstinschätzungen von Agenturchefs im 3. Quartal 2016

1. In welchem Maße haben Sie aktuell Ihre wirtschaftlichen Ziele erreicht?

SEHR GUT	GUT	WEDER NOCH	SCHLECHT	SEHR SCHLECHT
19	50	28	12	0

2. Wie werden Sie in den nächsten sechs Monaten Ihre wirtschaftlichen Ziele erreicht haben?

SEHR GUT	GUT	WEDER NOCH	SCHLECHT	SEHR SCHLECHT
24	52	33	0	0

3. Wie schätzen Sie aktuell die Wechselbereitschaft von Kunden ein?

SEHR GUT	GUT	WEDER NOCH	NIEDRIG	SEHR NIEDRIG
19	24	52	12	2

4. Wie schätzen Sie Ihre Anzahl von Einladungen zu Pitches von Neukunden ein?

SEHR GUT	GUT	WEDER NOCH	NIEDRIG	SEHR NIEDRIG
17	30	41	17	4

5. Wie schätzen Sie aktuell die Anfragen von neuen Projekten bestehender Kunden ein?

SEHR GUT	GUT	WEDER NOCH	NIEDRIG	SEHR NIEDRIG
17	64	24	4	0

Onlinebefragung mit 109 Teilnehmern; Quelle: Burrack New Business Advice