

New Business Barometer

# Agenturen in gedämpfter Stimmung

*Die unsichere wirtschaftliche Gesamtlage erreicht die Agenturbranche: Sie blickt weniger optimistisch auf die aktuelle sowie die künftig erwartete Situation. Das ist ein Kernergebnis des aktuellen New Business Barometers, das wir vierteljährlich in Kooperation mit der Frankfurter Beratung NB Advice erheben.*

Im Zeitraum vom 27. August bis zum 21. September 2012 haben wir – zum nunmehr neunten Mal – das New Business-Barometer durchgeführt. Besonders interessiert hat uns diesmal die Antwort auf die Frage, ob die derzeitigen Unsicherheiten in der Gesamtwirtschaft auch auf die Kommunikationsbranche durchgeschlagen sind. Das Ergebnis: Zwar werden die Zeiten immer noch als gut beschrieben; aber die aktuelle Situation wird kritischer

gesehen als vor drei Monaten im damaligen Barometer.

Insgesamt nahmen an der achten Erfassung, die wir wieder gemeinsam mit der Frankfurter Beratung **Burrack NB Advice** durchgeführt haben, 106 New Business-Verantwortliche teil, die in allen denkbaren Agenturgrößen von weniger als 21 bis mehr als 100 Mitarbeitern tätig sind. Wir haben inhabergeführte Dienstleister und Networks befragt sowie unterschiedlich spezialisierte Agenturen und Marktforschungsunternehmen berücksichtigt. Die Auswertung der Antworten ergibt jeweils einen maximalen Punktwert von 100 als positivster bzw. optimistischster Wert und einen minimalen Punktwert von -100 als negativster bzw. pessimistischster Wert.

## KURIOSA AM RANDE

*Alle Teilnehmer an der Umfrage zum New Business Barometer haben die Möglichkeit, kuriose Erlebnisse zu schildern, die sie im Rahmen ihrer Neugeschäftsaktivitäten erlebt haben. Als kleine Zugabe hier eine kleine, natürlich anonymisierte Auswahl an Kommentaren:*

- *Ein Interessent, der uns vor elf Jahren (!) zu einem Pitch eingeladen hatte, meldete sich letzte Woche und meinte, er würde das Konzept von damals jetzt gerne mit uns umsetzen.*
- *Ein Großkonzern beauftragt einen Pitchberater mit der Auswahl an Agenturen, von der B2B-Spezialagentur aus Deutschland bis zur kleinen Kreativagentur aus Amsterdam. Die Anforderung sagt zum Beispiel, man müsse Bereitschaft zeigen, in der süddeutschen Provinz eine Niederlassung zu eröffnen. Ein klares Suchprofil ist nicht erkennbar. Der Pitchberater erteilt eine Empfehlung an den Konzern. Der läßt entgegen der Empfehlung andere Agenturen zum Pitch.*
- *Die Qualität der Entscheider wird seit Jahren immer geringer. Man entscheidet über Millionen-Budgets, stellt sich aber immer weniger die Frage: Wer bin ich? Was biete ich Dir an und was hast Du davon?*
- *Wir stellen einen leicht erhöhten Trend zum Insourcing fest – Unternehmen stellen wieder mehr eigene Grafiker, PR-Leute oder Onliner ein.*
- *Einladung zum Pitch über einen Zwei-Millionen-Euro-Etat, ohne dass der Kunde Ahnung von Markenführung oder -strategie gehabt hätte.*
- *Die Marke hat ein großes Imagedefizit, und gepitcht wurde für ein neues Online-Portal. Nun ja ...*
- *Ich stelle fest, dass immer Konzepte abgefragt werden, die dann vom günstigsten Anbieter umgesetzt werden. Argumentation des Einkaufs: Eventmarketing ist eine auswechselbare Leistung wie Messebau, wo alleine der Preis entscheidet, nicht das Konzept, welches dann gerne dem Günstigsten zur Ausführung weitergegeben wird!*

## Kontinuierliche Verschlechterung seit Ende 2011

In der ersten Frage ging es auch diesmal wieder um die Einschätzung der aktuellen wirtschaftlichen Situation ("In welchem Maße haben Sie aktuell Ihre wirtschaftlichen Ziele erreicht?"). Im Vergleich zur vorherigen Erhebung vor drei Monaten haben wir eine Verschlechterung um knapp fünf Punkte gemessen und erreichen nur noch 35,6 Zähler. Damit ergibt sich seit der 6. Erhebung vom Dezember 2011 – damals lag der Wert noch bei 50 Punkten – eine kontinuierliche Verschlechterung der wirtschaftlichen Performance der Agenturen. Nur einmal in den nunmehr neun Befragungsrunden seit Herbst 2010 lag dieser Wert noch niedriger als aktuell.

Ein ähnlich trübes Bild ergeben die Antworten auf die zweite Frage ("Wie werden Sie in sechs Monaten Ihre wirtschaftlichen Ziele erreicht haben?"): Auch hier hat sich die Prognose im Vergleich zur letzten Erhebung nochmals verschlechtert. Mit nun 35,60 Punkten kommen wir hier auf vier Zähler weniger als bei der 8. Erhebung im Sommer dieses Jahres. Vor einem Jahr erreichten wir immerhin noch 41,18 Punkte. Insgesamt war der diesmal ermittelte Wert so niedrig wie noch nie zuvor seit Einführung des New Business Barometers vor zwei Jahren.

## Einladungen zu Screenings nehmen zu

Die dritte Barometer-Frage betrifft traditionell den momentanen Wechselwillen der Kunden ("Wie schätzen Sie aktuell die Wechselbereitschaft von Kunden ein?"). Hier erreichen wir dieses Mal mit 8,96 Punkten einen Wert, der deutlich über der letzten Erhebung liegt – vor drei Monaten kamen wir nur auf 5,77 Punkte. Zum Vergleich: Vor

sechs Monaten erreichten wir den bisher geringsten Punktestand von 4,59 Zählern.

Auch bei der Frage nach den Einladungen zu Screenings hat sich die Stimmung deutlich verbessert. ("Wie schätzen Sie Ihre Anzahl von Einladungen zu Screenings (Longlist) von Neukunden ein?"): Mit 17,92 Punkten erreichen wir mehr als sechs Punkte mehr als bei der vorangegangenen Befragung. Zum Vergleich: Vor einem Jahr waren es aber noch 21,57 Punkte – der bisherige Spitzenwert seit Einführung des New Business Barometers.

### Weniger Anfragen von Bestandskunden

Bei der Frage nach den Pitch-Einladungen erzielen wir dieses Mal ebenfalls ein signifikant besseres Ergebnis ("Wie schätzen Sie Ihre Anzahl von Einladungen zu Pitches (Shortlist) von Neukunden ein?"). Haben wir hier bei der letzten Erhebung 7,69 Punkte gezählt, erreichen wir jetzt 14,15 Punkte. Zum Vergleich: Vor einem Jahr kamen wir auf 8,82 Punkte.

Bei den Anfragen von bestehenden Kunden hat sich die Situation hingegen deutlich verschlechtert. ("Wie schätzen Sie aktuell die Anfragen von neuen Projekten bestehender Kunden ein?"). Wir zählen jetzt mehr als zehn Punkte weniger als bei der letzten Erhebung und kommen auf 27,36 Punkte – ein Wert, der in der Geschichte des New Business Barometers noch nie so niedrig war.

### Viel Schatten, aber auch etwas Licht

Erstellt man aus den verschiedenen Ergebnissen der aktuellen Untersuchung ein Gesamtbild, so muss man sagen, dass sich die grundsätzliche Stimmung deutlich verschlechtert hat. Dies gilt sowohl für die momentane Situation als auch für die erwartete Zielerreichung in sechs Monaten. Dem positiv entgegen steht aber eine höhere Wechselbereitschaft der Kunden: Es gibt inzwischen mehr Einladungen zu Screenings und zu Pitches.

Doch trotz dieser vorsichtig optimistisch stimmenden Signale: Die neuen Projekte von bestehenden Kunden wurden noch nie als so gering wahrgenommen wie in der aktuellen Erhebung. Und gerade diese Entwicklung scheint sich stimmungs-dämpfend auf die gesamte Lage auszuwirken. (tor)

## 9. NEW BUSINESS BAROMETER SEPTEMBER 2012

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

sehr gut	25
gut	48
unentschieden	16
schlecht	15
sehr schlecht	2

Ø 9. Runde (nach Punkten von -100 bis +100): 35,60 | 8. 39,90 | 7. 48,17 | 6. 50,00 | 5. 35,29 | 4. 51,44 | 3. 41,83 | 2. 36,94 | 1. 35,65

Frage 2: Wie werden Sie in sechs Monaten Ihre wirtschaftlichen Ziele erreicht haben?

sehr gut	15
gut	56
unentschieden	24
schlecht	10
sehr schlecht	1

Ø 9. Runde: 42,59 | 8. 43,27 | 7. 49,54 | 6. 48,13 | 5. 41,18 | 4. 48,61 | 3. 48,56 | 2. 47,75 | 1. 42,59

Frage 3: Wie schätzen Sie aktuell die Wechselbereitschaft von Kunden ein?

sehr hoch	8
hoch	25
unentschieden	54
niedrig	19
sehr niedrig	0

Ø 9. Runde: 8,96 | 8. 5,77 | 7. 4,59 | 6. 6,07 | 5. 5,88 | 4. 6,02 | 3. 13,94 | 2. 10,81 | 1. 19,91

Frage 4: Wie schätzen Sie Ihre Anzahl von Einladungen zu Screenings (Longlist) von Neukunden ein?

sehr hoch	9
hoch	37
unentschieden	44
niedrig	15
sehr niedrig	1

Ø 9. Runde: 17,92 | 8. 11,54 | 7. 11,01 | 6. 20,09 | 5. 21,57 | 4. 18,06 | 3. 15,38 | 2. 13,06 | 1. 2,78

Frage 5: Wie schätzen Sie Ihre Anzahl von Einladungen zu Pitches (Shortlist) von Neukunden ein?

sehr gut	7
gut	34
unentschieden	49
schlecht	14
schlecht sehr	2

Ø 9. Runde: 14,15 | 8. 7,69 | 7. 9,63 | 6. 19,16 | 5. 8,82 | 4. 15,74 | 3. 12,98 | 2. 15,32 | 1. -2,31

Frage 6: Wie schätzen Sie aktuell die Anfragen von neuen Projekten bestehender Kunden ein?

sehr hoch	19
hoch	37
unentschieden	35
niedrig	13
sehr niedrig	2

Ø 9. Runde: 27,36 | 8. 38,92 | 7. 39,91 | 6. 40,19 | 5. 28,43 | 4. 39,81 | 3. 40,38 | 2. 35,14 | 1. 38,43

n = 106, © 2011 new business