

Wohnungsbaugesellschaft Howoge sucht Leitagentur

Die Berliner Wohnungsbaugesellschaft **Howoge** streckt ihre Fühler nach Agenturen aus. Gesucht wird per Ausschreibung die künftige Leitagentur, die in den Bereichen Werbung, Public Relations und Customer-Relationship für die landeseigene Wohnungsbaugesellschaft tätig wird. Geplant ist der Relaunch aller On- und Offline-Kommunikationsmittel. Neben Empfehlungen zur externen Kommunikation werden auch Maßnahmevorschläge zur internen Kommunikation erwartet.

"Im Ergebnis muss die Leitagentur einen Maßnahmenplan und ausschreibungsfähige Leistungsverzeichnisse für den Relaunch der einzelnen Kommunikationskanäle vorlegen, die insgesamt ein in Struktur, Wording und Anmutung plausibles integratives Crossmedia-Konzept ergeben", heißt es in der Ausschreibung.

Vergeben werden soll zunächst ein zwölfmonatiger Rahmenvertrag. Es besteht die Option, dass die Zusammenarbeit zweimal um jeweils ein Jahr verlängert wird. Interessenten, die sich an dem Verfahren beteiligen wollen, finden die Unterlagen unter dem Link www.howoge.de/ausschreibungen. Schlusstermin für die Abgabe ist der 22.3.2011.

Eine Leitagentur gibt es bisher bei der Howoge nicht. Aufträge wurden bislang von mehreren Agenturen auf Projektbasis realisiert. Das soll sich nun ändern. Die Wohnungs-

baugesellschaft erhält zum 1. April 2011 zudem zwei neue Chefinnen. Als Geschäftsführerin Immobilien wird künftig **Stefanie Frensch** fungieren. Sie ist derzeit Partnerin bei der Ernst & Young Estate GmbH. Kaufmännische Geschäftsführerin wird **Sophia Eltrop**, die bisher in den Diensten der Flughafen Berlin Schönefeld GmbH steht.

Die Vorgänger der beiden Geschäftsführerinnen wurden im vergangenen Jahr gefeuert und bescherten der Howoge Negativ-Schlagzeilen in der Presse. Eine Prüfung bei der Wohnungsbaugesellschaft ergab, dass beim Unternehmen auf Ausschreibungen verzichtet wurde, obwohl der Schwellenwert von rund 200.000 Euro überschritten wurde. Zu den Profiteuren gehörte auch eine Firma eines ehemaligen SPD-Abgeordneten, der nach Bekanntgabe der Affäre aus seiner Fraktion austrat.

Damit ist der Fall aber nicht abgehakt. Die Opposition im Berliner Landesparlament hatte vor wenigen Wochen einen Antrag zur Einsetzung eines Untersuchungsausschusses im Abgeordnetenhaus eingebracht. CDU, Grüne und FDP wollen nun die "Hintergründe der Vergabepaxis" aufklären. Der Abschlußbericht soll unmittelbar vor den Wahlen zum Berliner Abgeordnetenhaus im September präsentiert werden. (mk)

New Business Barometer

Bestätigt sich der Optimismus aus 2010?

Das dritte 'New Business Barometer' steht ins Haus. In den kommenden Tagen wird es erhoben, mittels einer Umfrage unter den einschlägig Verantwortlichen aus Agenturen im deutschsprachigen Raum, durch die wir herausfinden wollen, wie die tatsächliche Stimmung im Hinblick auf neue Kunden bzw. Neugeschäft ist.

Durchgeführt werden Umfrage und Auswertung von der Frankfurter Beratung **Heiko Burrack NB-Advice** in Zusammenarbeit mit 'new business'. Die Teilnahme ist für alle offen und kinderleicht: Nur sechs Fragen sind online mit einem Kreuz zu beantworten unter www.burrack.de/28-0-NB+Barometer.htm. Wer mitmacht, erhält die Ergebnisse noch vor der exklusiven Veröffentlichung in diesem Magazin.

Der Startschuss zur aktuellen Erhebung, der ersten in diesem Jahr, fiel vergangene Woche auf 'new-business.de'. Das besondere Interesse wird sich diesmal auf die Frage richten, inwieweit die optimistischen Erwartungen aus dem letzten Quartal 2010 bezüglich der Neugeschäftsentwicklung in diesem Jahr durch harte Fakten bestätigt werden können.

Die positiven wirtschaftlichen Aussichten für 2011 bei den werbenden Unternehmen sollten sich laut einer Umfrage der OWM, Organisation Werbungtreibende im Markenverband,

auch im Werbemarkt niederschlagen. 56 Prozent der Befragten erwarteten eine Steigerung der Ausgaben, nur 29 Prozent ein stagnierendes Volumen und nur noch 14 Prozent rechneten mit sinkenden Werbeinvestitionen.

Der positive Trend hatte sich, wiederum laut OWM, bereits 2010 bemerkbar gemacht, als immerhin 49 Prozent der Befragten ihre Werbeausgaben erhöht hatten.

Was davon tatsächlich bis heute bei den Agenturen im deutschsprachigen Raum angekommen ist – an Anfragen und Aufträgen, von bestehenden wie auch von neuen Kunden – wollen wir nicht zuletzt auch von unseren Lesern in eben jenen Agenturen wissen. Daher bitten wir um rege Teilnahme. Die Ergebnisse werden wir exklusiv in unserer übernächsten Ausgabe veröffentlichen (ET 14.3.2011).



New Business Barometer

Mehr gute Stimmung als Einladungen zu Pitches

Von Ende Februar bis Anfang März haben wir zum dritten Mal mit dem Frankfurter Berater Heiko Burrack NB Advice das 'New Business Barometer' durchgeführt. Besonders spannend war diesmal die Frage, ob die gesamtwirtschaftliche Lage vollständig bei den Agenturen angekommen ist. Das Ergebnis: Angekommen ist die gute Stimmung, doch die tatsächlichen Einladungen an Pitches schwächeln noch.

Bei der ersten Erhebung des Barometers vor ca. einem halben Jahr hatten die Befragten die Situation deswegen besonders positiv eingeschätzt, weil die Anzahl der Aufträge von bestehenden Kunden stark zugenommen hatte. Einladungen sowohl zu Screenings als auch zu Pitches von Neukunden waren im Vergleich dazu allerdings sehr gering. Bei der zweiten Erhebung gaben die Befragten schon an, wieder öfter auf der Long- und Shortlist von Pitches zu stehen, dennoch gab es weiterhin Luft nach oben.

An der jetzt abgeschlossenen dritten Erfassung nahmen insgesamt 104 New Business-Verantwortliche teil, die in allen Agenturgrößen – von weniger als 21 bis mehr als 100 Mitarbeitern – tätig sind. Wir haben inhabergeführte Dienstleister und Networks befragt sowie unterschied-

lich spezialisierte Agenturen berücksichtigt. Die Antworten erreichten uns in der Zeit vom 22.02.2011 bis zum 09.03. 2011. Die Teilnehmer haben dazu online sechs Fragen beantwortet.

Die Auswertung der Antworten orientiert sich jeweils an maximal erreichbaren 100 Punkten als positivstem Wert bzw. an -100 Punkten als Minimalgrenze nach unten.

Ziele erreicht, Aussichten verbessert

Die erste Frage zielt auch diesmal auf die Einschätzung der aktuellen wirtschaftlichen Situation ("In welchem Maße haben Sie aktuell Ihre wirtschaftlichen Ziele erreicht?"). Mit +41,83 Punkten ist das aktuelle Ergebnis um ca. fünf Punkte besser als beim vorigen Durchgang im Dezember 2010 (+36,94 Punkte). Hatten wir bei der ersten Erhebung vor sechs Monaten +36,65 Punkte erreicht, so wurde der eindeutig positive Wert von damals nochmals verbessert.

Betrachtet man die Aussichten für die nächsten sechs Monate und damit den Ausblick in das zweite Halbjahr 2011, so findet man auch hier keine Veränderung des positiven Trends ("Wie werden Sie in den ersten 6 Monaten 2011 Ihre wirtschaftlichen Ziele erreicht haben?"). Die Stimmung bei der letzten Erhebung war mit +47,75 Punkten schon gut, mit +48,56 Punkten ist sie aktuell etwa gleich geblieben. Bei der ersten Erhebung vor sechs Monaten waren dagegen nur +35,65 Punkte erreicht worden.

Wechselbereitschaft volatil, Screenings ansteigend

Die dritte Frage betrifft die momentane Wechselbereitschaft ("Wie schätzen Sie aktuell die Wechselbereitschaft von Kunden ein?"). Hier hat sich der Wert mit +13,94 Punkten im Vergleich zur letzten Erhebung wieder leicht verbessert (Dezember 2010: +10,81 Punkte), reicht aber noch nicht an den bisherigen besten Wert der 1. Erhebung von +19,91 Punkten heran.

Die gefühlte Wechselbereitschaft bleibt zwar nominell im positiven Bereich, hat aber noch deutlich Luft nach oben.

Bei der Frage nach Einladungen zu Screenings waren wir bei der ersten Erhebung vor sechs Monaten im gerade noch positiven Bereich mit +2,78 Punkten gestartet ("Wie schätzen Sie Ihre Anzahl von Einladungen zu Screenings (Longlist) von Neukunden ein?"). Dieser Wert ist im Dezember auf +13,06 Punkte gestiegen und hat jetzt nochmals um eine Nuance zugelegt (+15,38 Punkte).

Etwas schwächer stellt sich die Entwicklung bei den Einladungen zu Pitches dar ("Wie schätzen Sie Ihre Anzahl von Einladungen zu Pitches (Shortlist) von Neukunden ein?"). Während dieser Wert bei der ersten Erhebung mit -2,31 Punkten noch negativ war, lag er bei der zweiten Runde schon bei +15,32 Punkten und hat sich nun mit +12,98 Punkten allerdings wieder leicht verschlechtert.



Wieder mehr Geschäft von bestehenden Kunden

Deutlich positiver werden die Anfragen von bestehenden Kunden eingestuft ("Wie schätzen Sie aktuell die Anfragen von neuen Projekten bestehender Kunden ein?"). Hier erreichen wir bei der aktuellen Befragung einen Wert von +40,38 Punkten, der sich zwar seit der Erhebung im Dezember verbessert hat (+35,14 Punkte), aber nicht wesentlich von der ersten Befragung abweicht, als +38,43 Punkte erreicht worden waren.

Während sich bei der 1. Erhebung im September 2010 die gute wirtschaftliche Situation der Agenturen und auch die Aussichten für das folgende Halbjahr im Wesentlichen einem Plus an Projekten bei bestehenden Kunden verdanken, werden mittlerweile die Einladungen zu Screenings und Pitches besser beurteilt. Hier hat sich aber keine grundsätzliche Veränderung zur 2. Befragung im Dezember ergeben und die ermittelten Zahlen erklären nicht vollständig die positive eingeschätzte wirtschaftliche Situation. Das heißt, dass offenbar immer noch zusätzliche Aufträge bestehender Kunden ein treibender Faktor sind.

Im Gespräch mit den Agenturen wird allerdings immer wieder betont, dass der Kostendruck zugenommen hat. Kunden haben aus der Krise gelernt, dass Agentur-Honorare verhandelbar sind und sie nutzen dies.

Die Neugeschäftsstimmung der Agenturen hat sich besonders im Vergleich zur ersten Erhebung vor sechs Monaten deutlich aufgehellt, doch der Weg zum uneingeschränkten Optimismus in allen abgefragten Bereichen ist noch weit. In drei Monaten, bei der nächsten Erhebung sehen wir weiter.

3. NEW BUSINESS BAROMETER MÄRZ 2011 (in Punkten von max. 100)

Frage 1: In welchem Maße haben Sie aktuell Ihre wirtschaftlichen Ziele erreicht?	
sehr gut	25
gut	46
unentschieden	26
schlecht	5
sehr schlecht	2
3. Runde: 41,83 2. Runde: 36,94 1. Runde: 35,65	
Frage 2: Wie werden Sie in 6 Monaten Ihre wirtschaftlichen Ziele erreicht haben?	
sehr gut	26
gut	56
unentschieden	17
schlecht	3
sehr schlecht	2
3. Runde: 48,56 2. Runde: 47,75 1. Runde: 42,59	
Frage 3: Wie schätzen Sie aktuell die Wechselbereitschaft von Kunden ein?	
sehr hoch	6
hoch	36
unentschieden	47
niedrig	11
sehr niedrig	4
3. Runde: 13,94 2. Runde: 10,81 1. Runde: 19,91	
Frage 4: Wie schätzen Sie Ihre Anzahl von Einladungen zu Screenings (Longlist) von Neukunden ein?	
sehr hoch	15
hoch	29
unentschieden	40
niedrig	13
sehr niedrig	7
3. Runde: 15,38 2. Runde: 13,06 1. Runde: 2,78	
Frage 5: Wie schätzen Sie Ihre Anzahl von Einladungen zu Pitches (Shortlist) von Neukunden ein?	
sehr gut	7
gut	42
unentschieden	34
schlecht	13
schlecht sehr	8
3. Runde: 12,98 2. Runde: 15,32 1. Runde: -2,31	
Frage 6: Wie schätzen Sie aktuell die Anfragen von neuen Projekten bestehender Kunden ein?	
sehr hoch	19
hoch	52
unentschieden	28
niedrig	4
sehr niedrig	1
3. Runde: 40,38 2. Runde: 35,14 1. Runde: 38,43	
n = 104, © new business 2011	