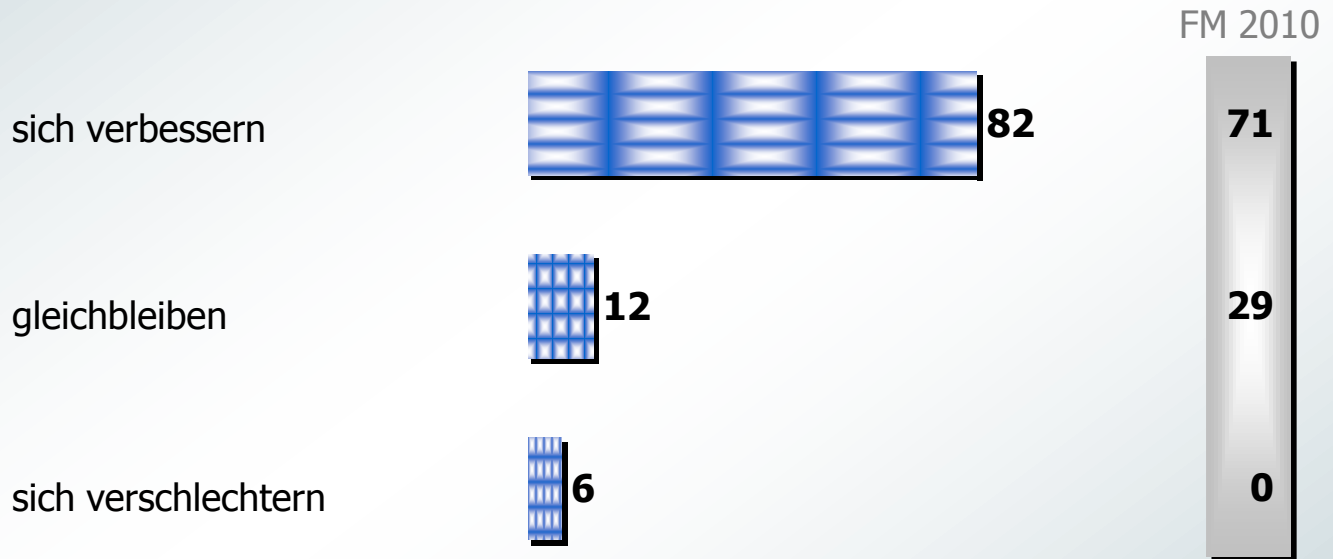


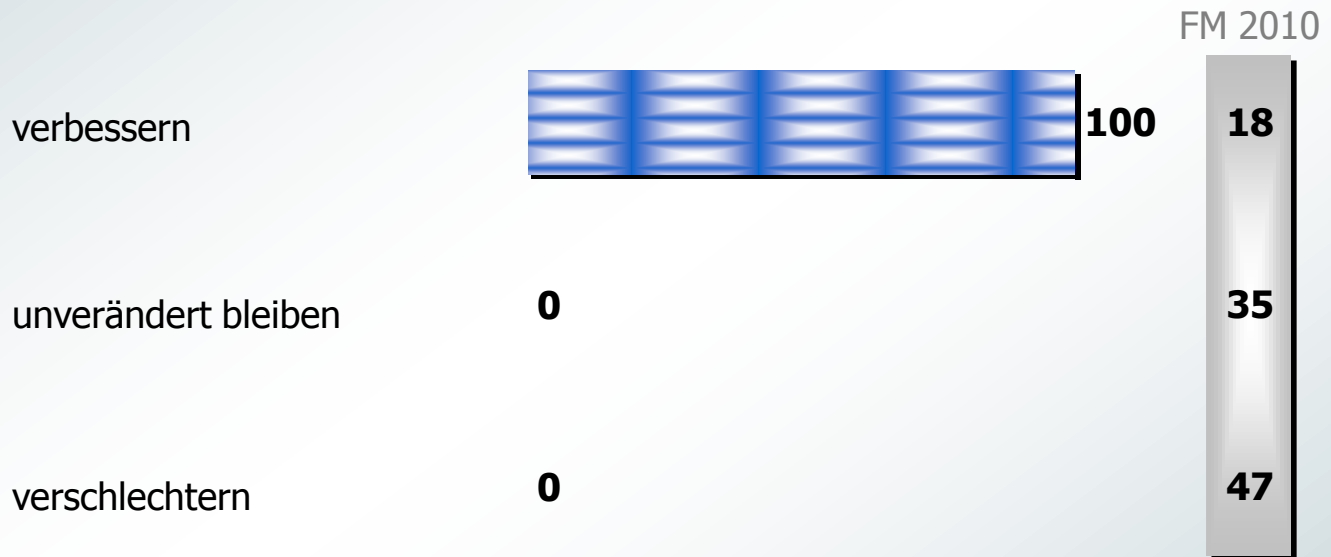
# OMG Frühjahrsmonitor 2011

<b>Methode</b>	Online-Befragung anhand eines vollstrukturierten Fragebogens, der den Befragten über einen persönlichen Link zugänglich war
<b>Stichprobe</b>	An der Befragung teilgenommen haben Mitglieder der OMG. Die Gesamtstichprobe der Media-Agenturen beträgt N=17, wenn nicht anders vermerkt, ist das Gesamt die Basis für die Auswertungen
<b>Feldarbeit</b>	Die Daten wurden im April 2011 erhoben
<b>Graphische Darstellung</b>	Ausgewiesen werden - aus Gründen der Vergleichbarkeit mit den Vorgängerstudien - die Ergebnisse in %, obgleich dies auf der äußerst geringen Basis von 17 Fragebogen nach den Regeln der empirischen Forschung nicht üblich ist
<b>Konzeption &amp; Durchführung</b>	Czaia Marktforschung GmbH, Bremen
<b>Erhebungsbereiche</b>	siehe Fragenkatalog im Anhang

## Die gesamtwirtschaftliche Entwicklung wird ...



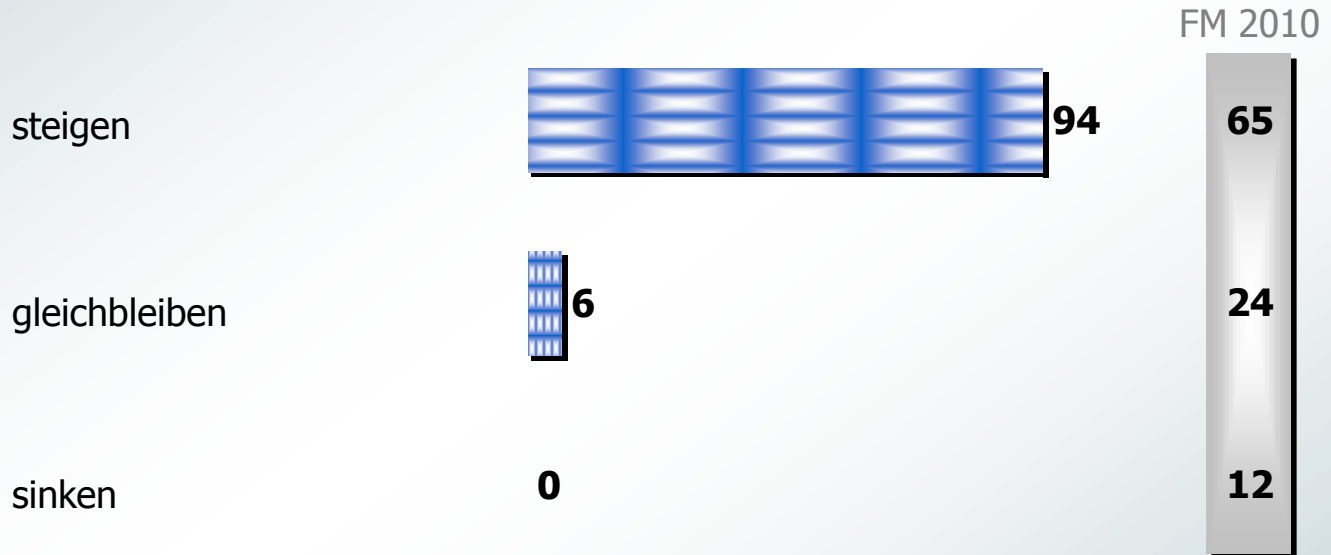
## Die Lage am Arbeitsmarkt wird sich dadurch ...



# Einschätzung: Brutto-Werbeaufwendungen für 2011

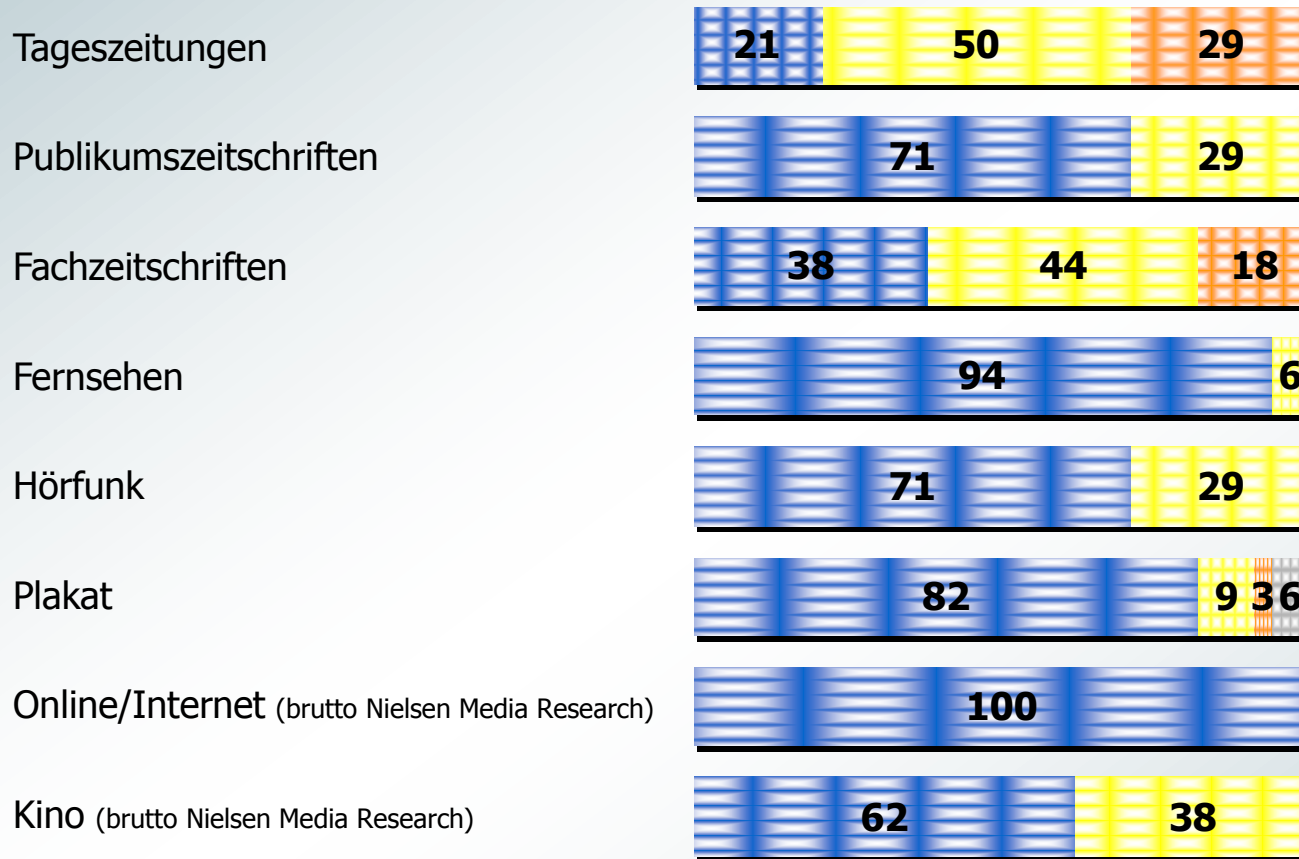
im Vergleich zu 2010 in %

## Brutto-Werbeaufwendungen werden ...



# Brutto-Werbeaufwendungen der Mediengattungen für 2011

im Vergleich zu 2010 in %



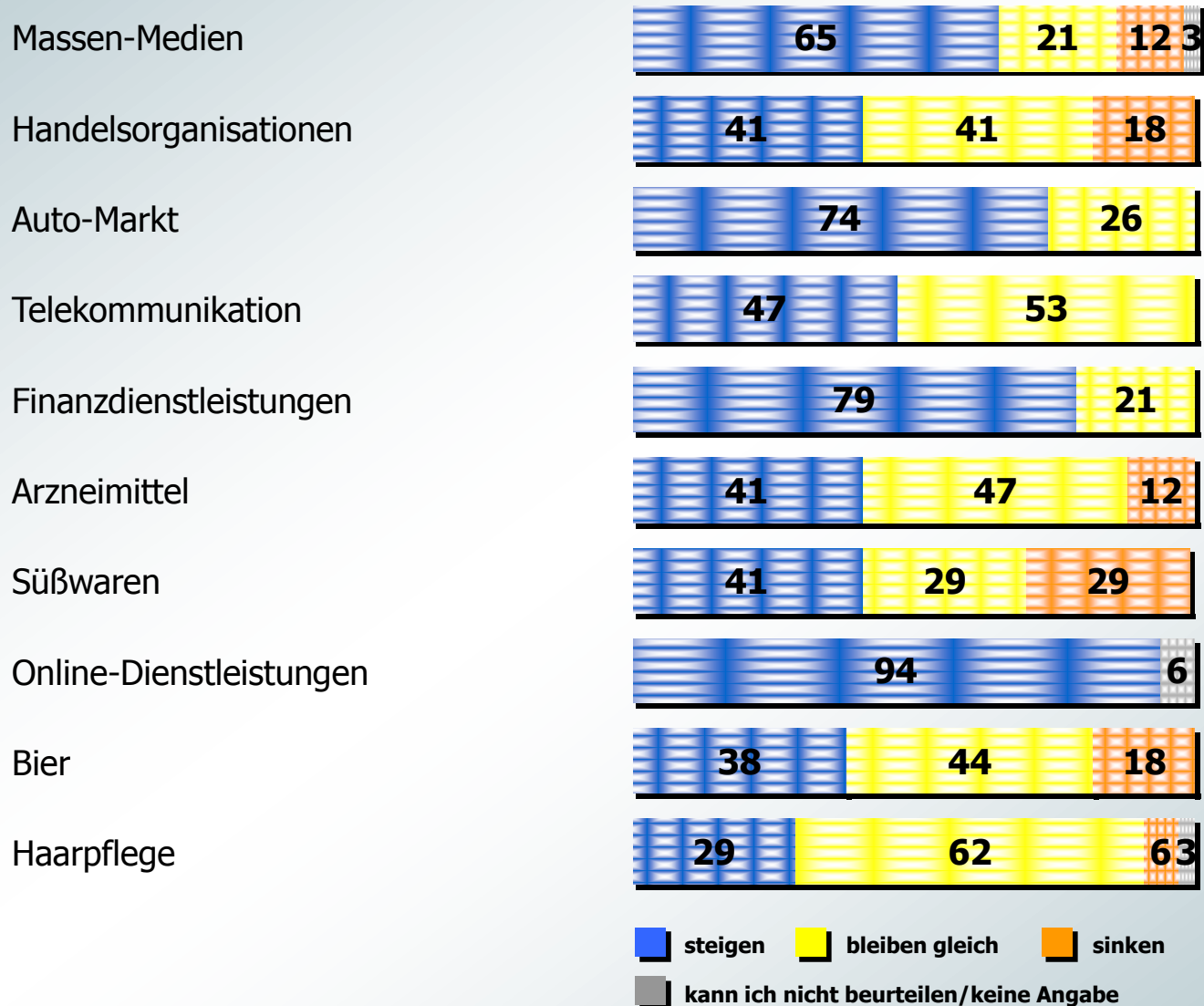
■ steigen   
 ■ bleiben gleich   
 ■ sinken  
■ kann ich nicht beurteilen/keine Angabe

# Brutto-Werbeaufwendungen der Produktbereiche für 2011

im Vergleich zu 2010 in %



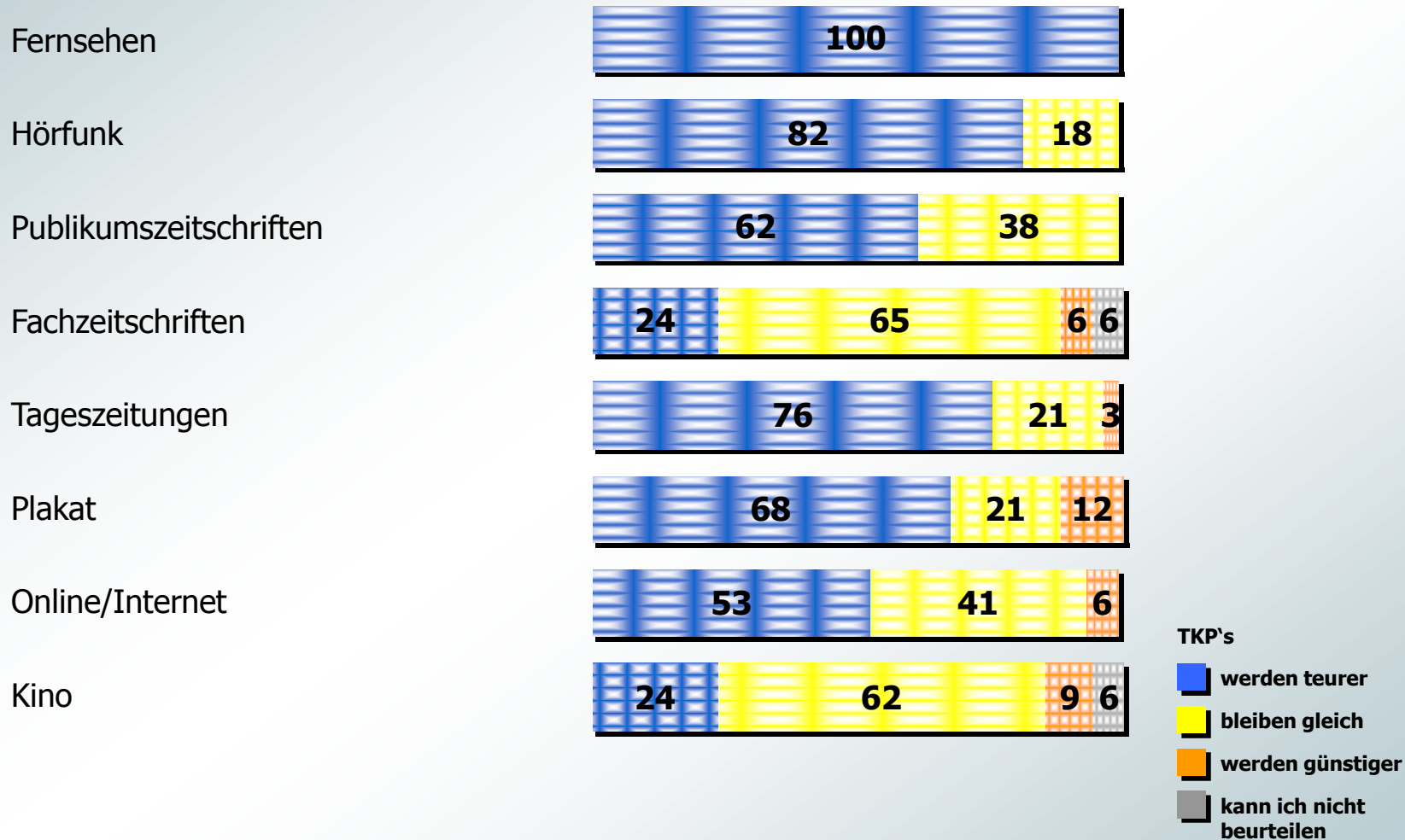
Frühjahrsmonitor 2011



**Frage 4:** Und wie schätzen Sie die Gesamtentwicklung der **Brutto-Werbeaufwendungen** für die nachstehenden, nach Nielsen-Systematik aufgeführten **Produktbereiche für das Jahr 2011 im Vergleich zu 2010** ein?

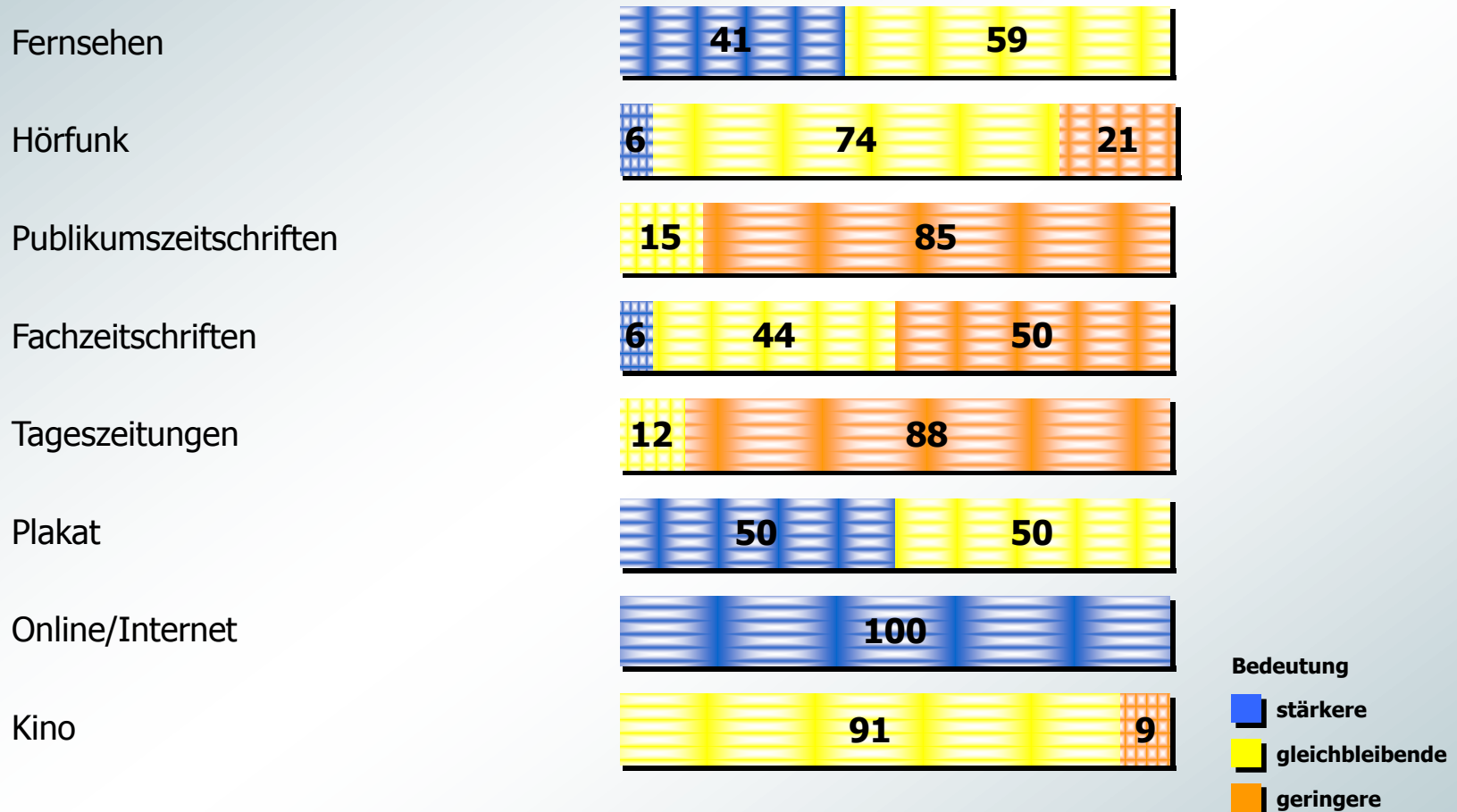
# Veränderung der TKP's der Mediengattungen 2011

im Vergleich zu 2010 in %



# Werbemarkt-Entwicklung der Mediengattungen

in den nächsten 5 Jahren in %



**Frage 6:** Wie wird sich der **deutsche Werbemarkt** in den einzelnen Mediengattungen **in den nächsten fünf Jahren** entwickeln? Welchen Mediengattungen wird eine stärkere, welchen eine gleichbleibende und welchen eine geringere Bedeutung zukommen?

# Veränderungen im Geschäftsgebaren

der vergangenen 12 Monate in %

Der Termindruck seitens der Kunden



Die Anzahl der Budget-Änderungen



Die Häufigkeit der Neuplanung



Die Zahl der Audits



Die Zahl der nachträglichen Briefing-Änderungen



Der Druck auf die Honorare durch die Kunden



Die Häufigkeit der Storni



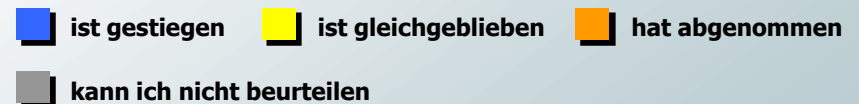
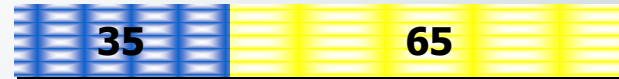
Zusätzliche Leistungen ohne Zusatzhonorar



Die Anzahl Pitches



Transparenz der Geldströme



**Frage 7:** Hier sind einige Aussagen zum **Geschäftsgebaren der Agentur-Kunden** aufgeführt. Bitte beantworten Sie jede Aussage entsprechend **Ihrer Erfahrungen** in den vergangenen 12 Monaten.

# Veränderungen im Geschäftsgebaren (Fortsetzung)

der vergangenen 12 Monate in %

Zusätzliche Leistungen mit Zusatzhonorar



Bilaterale Vereinbarungen



Die Häufigkeit der Beauftragung ohne vorherigen Vertragsabschluss



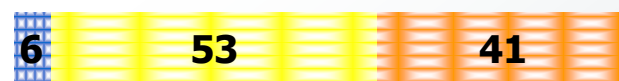
Die Zahlungsmoral der Kunden



Formulierungen aus dem OWM-Mustervertrag



Die Qualität der Briefings



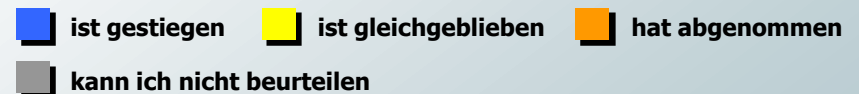
Die Häufigkeit von Veränderungen in den Abrechnungs-Procedere



Das Media Know-how des Kunden

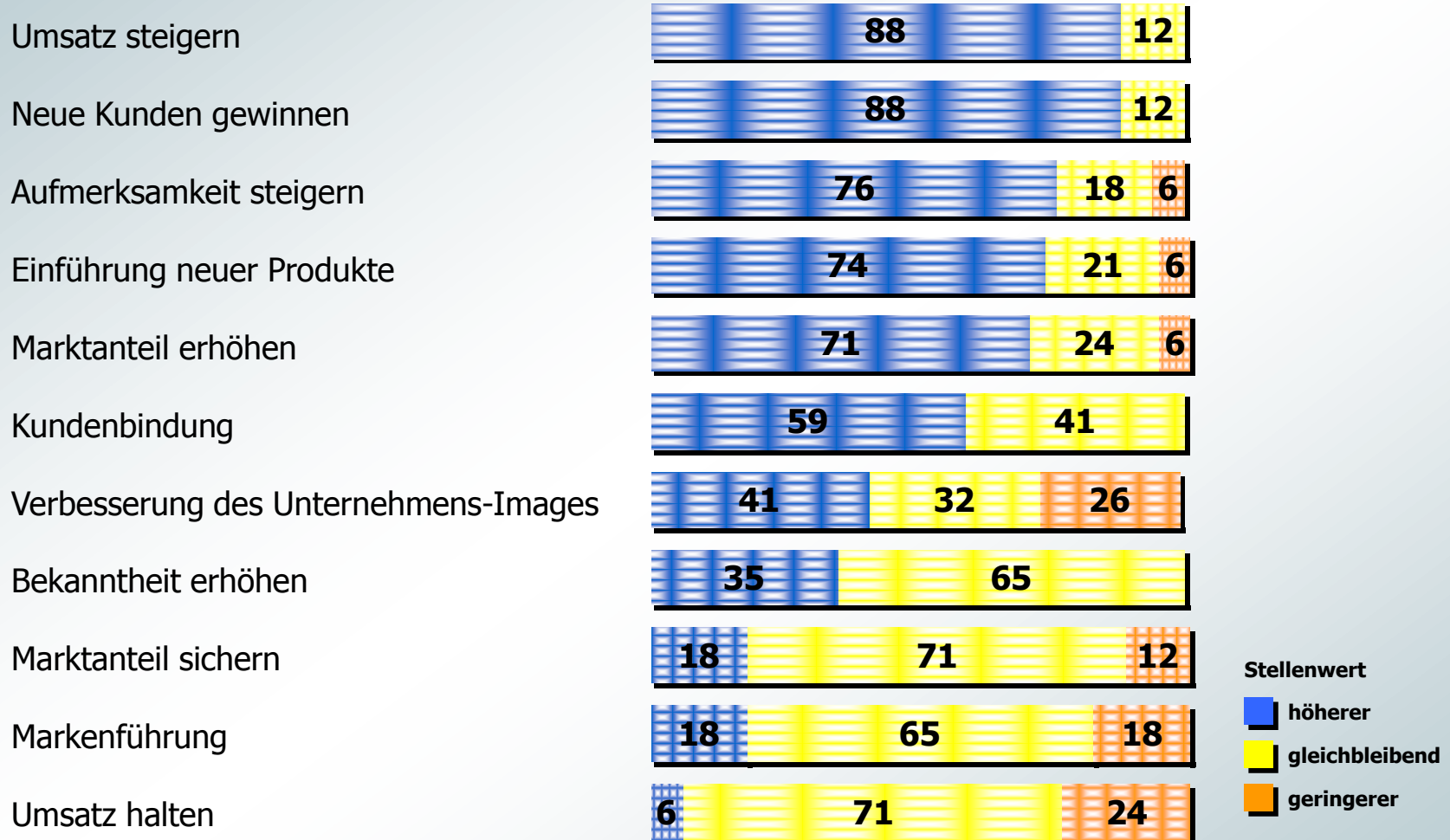


Die Insolvenz der Kunden



# Stellenwert von Kommunikationsaufgaben in 2011

im Vergleich zu 2010 in %



**Frage 8:** Welchen der unten aufgeführten **Kommunikationsaufgaben** werden Ihre Kunden in **2011** einen höheren, welchen einen gleichbleibenden und welchen einen geringeren Stellenwert zumessen als im vergangenen Jahr?

# Entwicklung der Vergütungsformen

in den nächsten Jahren in %

Erfolgsabhängige Vergütung auf Basis der Werbewirkung



Projekthonorar



Leistungsbeurteilung des Kunden



Stundensätze mit Gewinnaufschlag



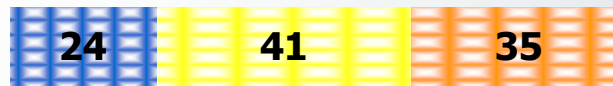
Erfolgsabhängige Vergütung auf Basis der Absatzentwicklung



Pauschal-Honorar (Flat Rate)



Partizipation an Einkaufsvorteilen



Provisionsanteil



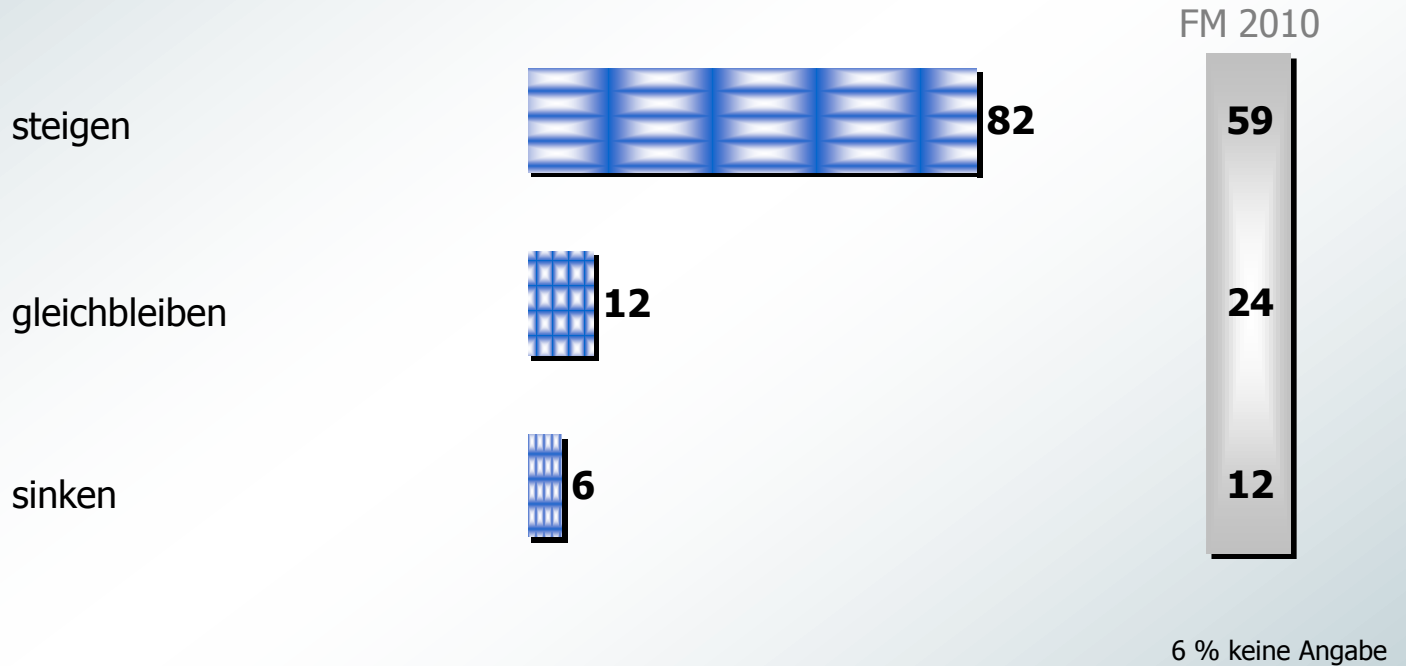
wird zunehmen   wird gleichbleiben   wird abnehmen  
 kann ich nicht beurteilen/keine Angabe

**Frage 9:** Noch eine Frage zur Agentur-Vergütung.

Welche der folgenden **Vergütungsformen** werden in den nächsten Jahren Ihrer Ansicht nach zunehmen, welche gleichbleiben und welche abnehmen?

# Fragen zur Agentur

## Der Umsatz der eigenen Agentur wird ...

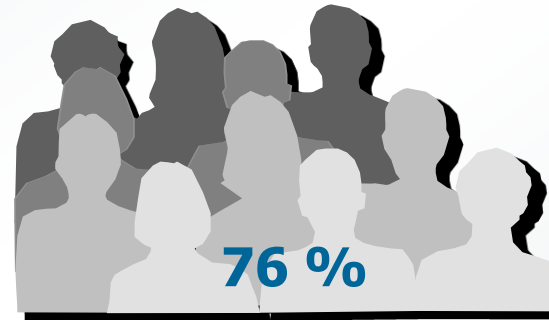


**Frage 10:** Nun einige Fragen zu Ihrer Agentur.

Wie schätzen Sie die **Umsatzentwicklung Ihrer Agentur** für das gesamte Jahr **2011 gegenüber 2010** ein?  
Rechnen Sie mit einem steigenden, gleichbleibenden oder sinkenden Umsatz?

# War es nötig, die Personaldisposition anzupassen?

**Es war für unsere Agentur aufgrund des bisherigen Geschäftsverlaufes notwendig, die Personaldisposition anzupassen**

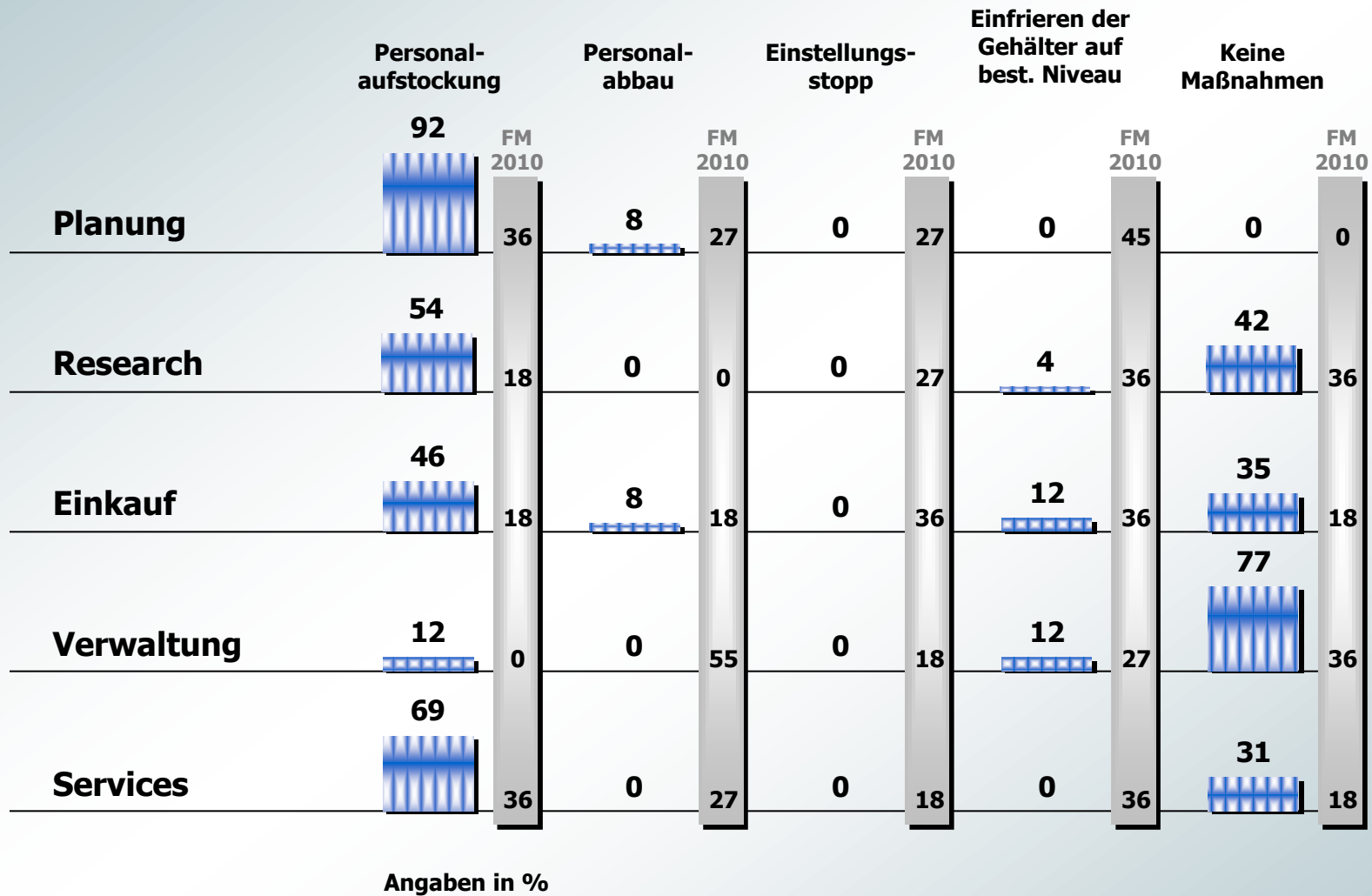


FM 2010

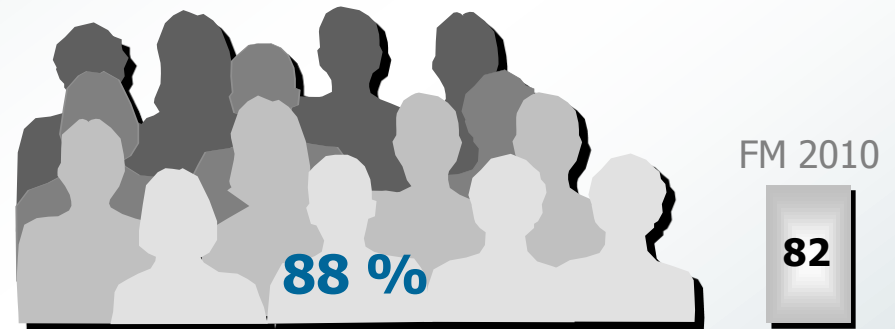


# Reaktion auf die aktuelle Geschäftsentwicklung

Filter: Personaldisposition wurde angepasst (n=13 = 100%)



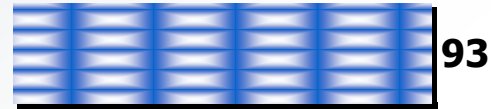
**In der Agentur wird ausgebildet:**



# Ausbildungsmöglichkeiten (Mehrfachnennungen)

Filter: Agentur bildet aus ( $n=15 = 100\%$ )

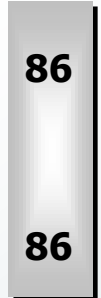
für Trainees vorhanden



für Auszubildende vorhanden

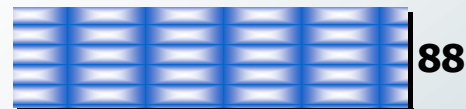


FM 2010



## Praktikumsplätze

Praktikumsplätze werden  
angeboten

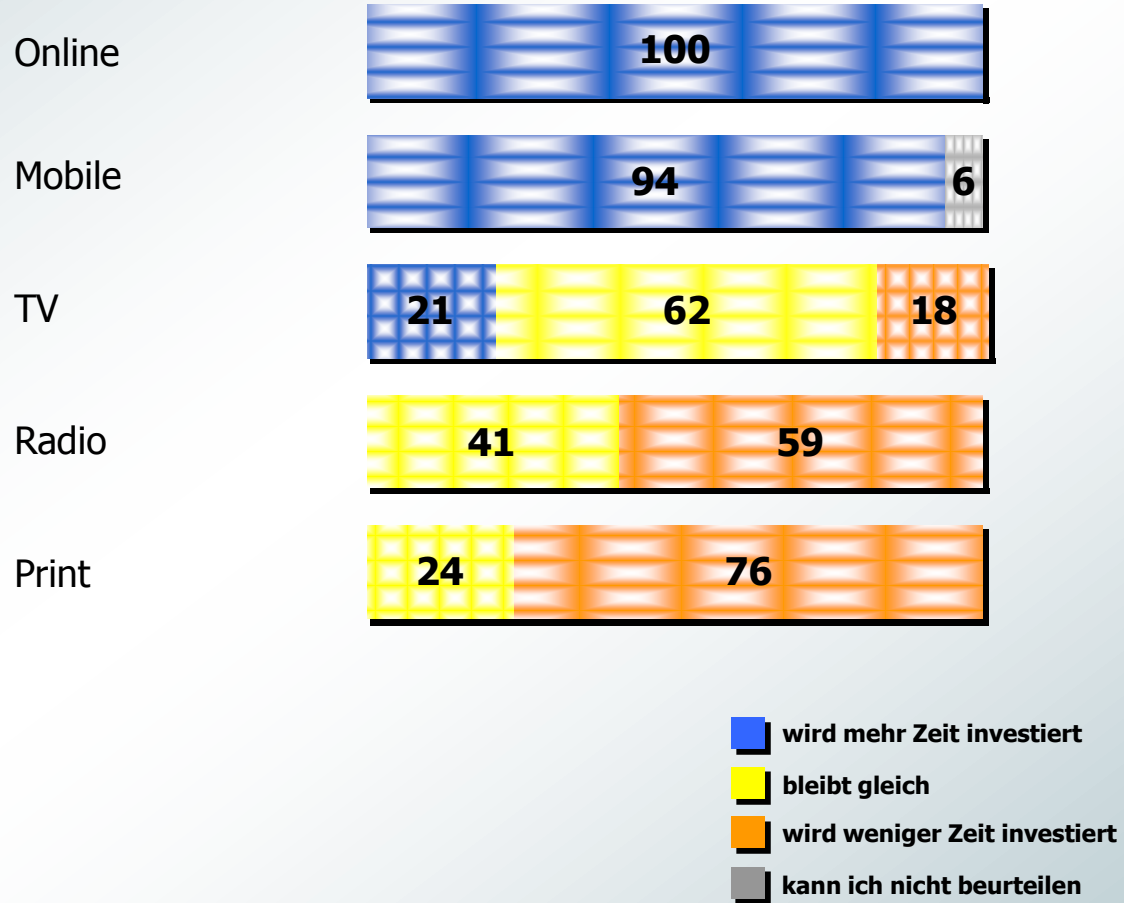


Angaben in %

**Frage 14:** Für welche Bereiche bietet Ihre Agentur **Ausbildungsplätze** an?

**Frage 15:** Bietet Ihre Agentur **Praktikums-Plätze** an?

# Nutzungsverhalten der Bevölkerung bei den Mediengattungen in den nächsten 5 Jahren in %



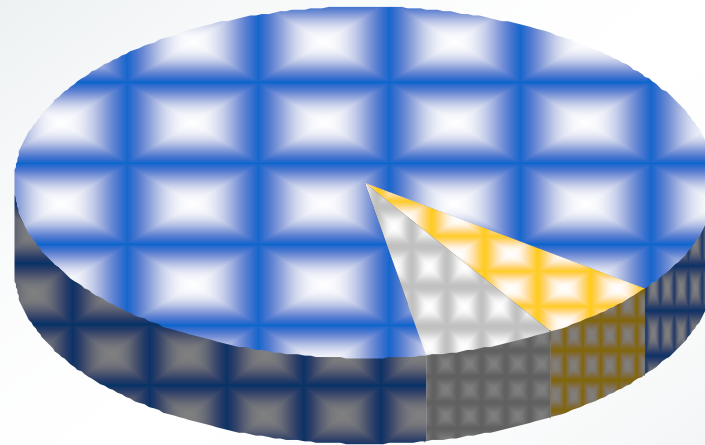
**Frage 16:** Zurzeit findet eine Hinwendung zur digitalen Welt statt.

Wie wird sich in den **nächsten 5 Jahren das Nutzungsverhalten** der Bevölkerung bei den jeweiligen Mediengattungen ändern? Bitte geben Sie an, ob Ihrer Ansicht nach die Bevölkerung in den kommenden 5 Jahren mehr, gleich viel oder weniger Zeit für die Nutzung des jeweiligen Mediums investieren wird.

# Internet und neue Medien

Etablierter  
Kommunikationskanal

**88 %**



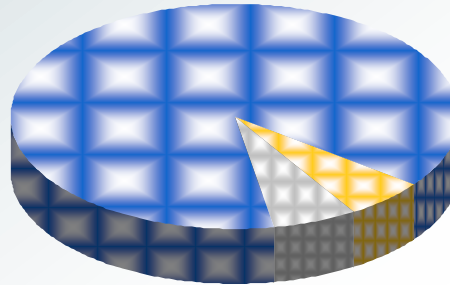
keine Angabe  
6 %

Mode-Erscheinung

**6 %**

# Langfristige Durchsetzung des ‚i-Pad‘

Ja **88** %

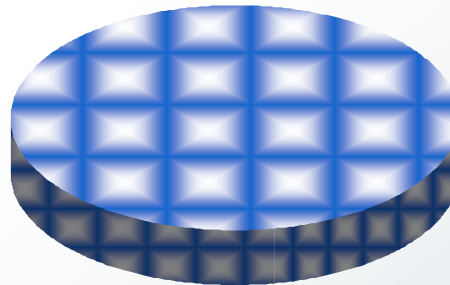


Nein **6** %

Kann ich nicht beurteilen 6 %

# Langfristige Durchsetzung des ‚IP-TV‘ bzw. ‚Hybrid-TV‘

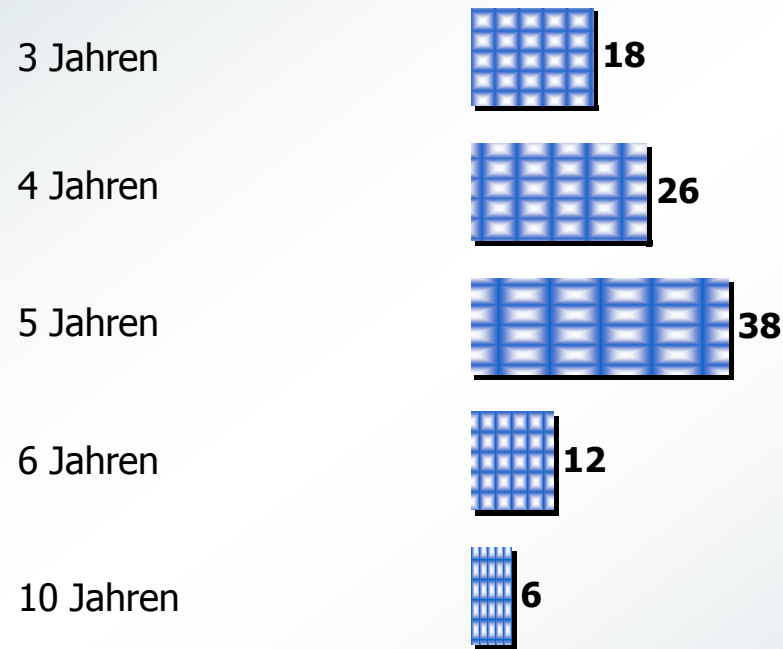
Ja **100** %



**Frage 18:** Wird sich Ihrer Ansicht nach das ‚i-Pad‘ langfristig durchsetzen?

**Frage 19:** Wie stufen Sie die Entwicklung von IP-TV bzw. Hybrid-TV ein? Wird sich diese neue Fernseh-Technologie generell durchsetzen?

## IP-TV/Hybrid-TV wird sich durchsetzen in ...



Angaben in %

**Frage 20:** Wann wird sich IP-TV bzw. Hybrid-TV Ihrer Meinung nach durchsetzen? Bitte geben Sie an, in wie viel Jahren das etwa der Fall sein wird.