



ORGANISATION DER MEDIA-AGENTUREN

## PRESSEINFORMATION

### OMG Frühjahrsmonitor 2011:

- **94 Prozent der OMG-Mitglieder rechnen mit steigenden Werbeaufwendungen. Online und TV profitieren am stärksten**
- **Größte Investitionssteigerungen werden von Online- und Finanzdienstleistern sowie der Automobilbranche erwartet**
- **Umsatzsteigerung, Markenbekanntheit und Neukundengewinnung sind die wichtigsten Kommunikationsaufgaben in 2011**

**Frankfurt am Main, 5.05.2011.** Im Zuge des gesamtwirtschaftlichen Aufschwungs in Deutschland und der damit einhergehenden erfreulichen Lage auf dem Arbeitsmarkt stehen auch die Zeichen für einen weiteren Aufwind am Werbemarkt ausgesprochen positiv. Die Brutto-Werbeaufwendungen steigen, und mit Ausnahme der Tageszeitungen profitieren alle Mediengattungen, am stärksten jedoch Online und TV. Zu diesen Ergebnissen kommt der Frühjahrsmonitor der OMG, Organisation der Media-Agenturen im GWA. Die Branche der Online-Dienstleistungen wird, 94 Prozent der Befragten zufolge, ihre Werbeinvestitionen gegenüber dem Vorjahr am stärksten erhöhen, um neue Zielgruppen auf ihre Internetangebote zu ziehen. Steigende Werbeinvestitionen werden außerdem von Finanzdienstleistern und der Automobilbranche getätigt. Davon gehen 79 Prozent bzw. 74 Prozent der befragten Mediaagenturmanager aus. Über die Hälfte der Befragten (65 Prozent) rechnen darüber hinaus mit stärkeren Kommunikationsaktivitäten der Medienunternehmen selbst. Die Branche, die ihre Werbeinvestitionen nach Einschätzung der Befragten (29 Prozent) am stärksten senken wird, sind die Süßwarenhersteller.

Das freundliche Werbeklima hat indes nichts daran geändert, dass von Mediaagenturen weiterhin hohe Flexibilität gefragt ist. Die große Mehrheit der befragten Manager konstatiert gestiegenen Termin- und Honorardruck, häufigere Budget-Änderungen, Neuplanungen, Audits, mehr nachträgliche Briefing-Änderungen und verstärkte Forderungen nach zusätzlichen, jedoch unbezahlten Leistungen. Eine Verbesserung des Media Know-hows auf Kundenseite konnte keiner der Befragten feststellen. Auch die Qualität der Briefings hat sich leider nur für sechs Prozent der Mediamanager verbessert.

*OMG e. V. · Organisation der Media-Agenturen im GWA*

*Friedensstraße 11 · 60311 Frankfurt am Main · Telefon: 069/256008-24 · Telefax: 069/256008-17 · e-mail: werner.bitz@gwa.de*

*Geschäftsführer: Werner Bitz*



ORGANISATION DER MEDIA-AGENTUREN

Bei der Vergütung von Mediaagenturen rechnet über die Hälfte der Befragten (59 Prozent) mit einer sinkenden Vergütung auf der Basis von Provisionsanteilen. Zunehmen werden dagegen die erfolgsabhängige Vergütung auf der Basis von Werbewirkung (88 Prozent) sowie Projekthonorare (85 Prozent).

„Auch ohne plötzliche Budget-Cuts wollen Kunden heute immer kurzfristiger über ihre Kommunikationsmaßnahmen entscheiden. Mediaagenturen haben ihre Strukturen und Geschäftsabläufe darauf eingestellt“, erläutert Werner Bitz, Sprecher der OMG. „Flexibilität ist für uns keine Kür, sondern eine Pflichtübung. Sie umfasst einerseits das Leistungsspektrum, das sich in den vergangenen Jahren vervielfacht hat, und andererseits eine Diversifizierung bei den Vergütungsformen. Die Mediaagenturen sind darauf bestens eingestellt.“

Von der positiven Wirtschaftsentwicklung werden auch die Mediaagenturen profitieren. 82 Prozent der befragten Manager rechnen mit steigenden Umsätzen. In Folge der guten Auftragslage stockten fast alle ihr Personal in der Planung (92 Prozent) und den unter „Services“ zusammengefassten Bereichen (69 Prozent) auf. „Das Thema Media-Nachwuchs rückt in Zeiten wirtschaftlichen Aufschwungs noch stärker in den Fokus“, so Bitz. „Die Nachfrage nach qualifizierten Mitarbeitern übersteigt bei weitem das Angebot. Fast alle Mediaagenturen investieren deshalb in die Ausbildung. Sie bieten Ausbildungsplätze, Traineeships und Praktika in nahezu allen Agenturstandorten.“

Erstmals wurden im aktuellen OMG-Frühjahrsmonitor auch Einschätzungen zu digitalen Kommunikationskanälen abgefragt. Demnach halten 88 Prozent der befragten Agenturmanager Facebook für einen bereits etablierten Kommunikationskanal und rechnen mit einer langfristigen Durchsetzung des iPads in der Mediennutzung. Ausnahmslos alle Befragten rechnen außerdem mit einer Durchsetzung von IP-TV oder Hybrid-TV. 82 Prozent sind der Meinung, dass die neue Fernseh-technologie bis spätestens in fünf Jahren das analoge Fernsehen ersetzt haben wird. Bitz: „Über die Verschmelzung von Fernsehen und Internet wurde schon seit Jahren geredet. Jetzt wird sie Realität. Für Werbungtreibende entstehen hoch interessante Möglichkeiten, ihre Bewegtbild-Spots mit per Klick abrufbaren Detailinformationen, Feedbackfunktionen oder direkten Bestellmöglichkeiten zu hinterlegen. Die Mediaagenturen sind bestens gerüstet, Werbungtreibende zu beraten,



ORGANISATION DER MEDIA-AGENTUREN

wie sie die neuen Technologien gewinnbringend für ihre Kommunikationsziele nutzen können.“

Die vollständigen Ergebnisse des Frühjahrsmonitors 2011 können unter [www.omg-mediaagenturen.de](http://www.omg-mediaagenturen.de) kostenlos eingesehen werden.

*Der **OMG Frühjahrsmonitor** ist eine Online-Befragung der Mitglieder der OMG, Organisation der Media-Agenturen im GWA, konzipiert und durchgeführt von der Czaia Marktforschung GmbH in Bremen. Alle 17 OMG-Agenturen nahmen im April 2011 an der Erhebung teil. Die OMG-Mitgliederbefragung wird halbjährlich durchgeführt.*

#### **Über die OMG, Organisation der Media-Agenturen im GWA**

*Die Organisation der Media-Agenturen im GWA vertritt die Interessen der Media-Agenturen auf dem Werbemarkt: Gemeinsam mit Marktpartnern erarbeitet die OMG beispielsweise branchenrelevante Vereinbarungen aus dem Vertragswesen (Media-Agentur-Vertrag; Transparenz-Vereinbarung). Derzeit engagiert sich der Verband außerdem für eine höhere Akzeptanz der strategischen Beratungsleistungen der Mitgliedsagenturen bei Werbungtreibenden, auch um damit eine adäquate Form der Vergütung zu erreichen. Die in der OMG organisierten 17 Media-Agenturen repräsentieren rund 60 Prozent des über Agenturen geschalteten deutschen Mediavolumens.*

#### **Ihr Ansprechpartner:**

Werner Bitz

Sprecher der OMG

Friedensstrasse 11

60311 Frankfurt am Main

Telefon 069/25 60 08 – 24

Telefax 069/25 60 08 – 17

[werner.bitz@omg-mediaagenturen.de](mailto:werner.bitz@omg-mediaagenturen.de)