



ORGANISATION DER MEDIA-AGENTUREN

PRESSEINFORMATION

OMG Herbstmonitor 2010:

- **Alle OMG-Mitglieder rechnen mit steigenden Werbeaufwendungen. Online und TV profitieren am stärksten**
- **Größte Investitionssteigerungen werden von Online-Dienstleistern, Arzneimittel und Telekommunikation erwartet**
- **Umsatzsteigerung, Kundengewinnung und Kundenbindung sowie Marktanteilerhöhung sind die wichtigsten Kommunikationsaufgaben in 2010**

Frankfurt am Main, 04.11.2010. Auch der deutsche Werbemarkt wird sich analog der erfreulichen Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Lage in Deutschland positiv entwickeln. Dies hat auch Auswirkungen auf die Lage am Arbeitsmarkt. Zu diesen Ergebnissen kommt der Herbstmonitor der OMG, Organisation der Media-Agenturen im GWA. Deren Mitglieder rechnen unisono für dieses Jahr mit steigenden Werbeaufwendungen. Die Online-Dienstleistungen werden allen Befragten zufolge, ihre Werbeinvestitionen gegenüber dem Vorjahr erhöhen. Steigende Werbeinvestitionen werden darüber hinaus Arzneimittel und Telekommunikation verzeichnen. Davon gehen je 88 bzw. 76 Prozent der befragten Mediaagenturmanager aus. Aber auch über die Hälfte der Befragten (65%) rechnen mit stärkeren Kommunikationsaktivitäten der Massenmedien und der Finanzdienstleister.

Die Mediengattung, die nach Ansicht der Befragten am stärksten vom wachsenden Werbemarkt profitieren wird, ist das Internet. Auch Plakat wird, so die Meinung von 47 Prozent der Befragten, an den steigenden Werbeinvestitionen partizipieren. TV wird ein unterproportionales Wachstum prognostiziert; sinken werden die Investitionen in allen Print-Medien.

Rückblickend auf das Jahr 2010 hat sich im Geschäftsgebaren Agentur-/Kundenbeziehung am meisten die Häufigkeit der Neuplanungen, Anzahl der Budgetänderungen und die nachträglichen Briefingänderungen niedergeschlagen (je

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

88%) gefolgt von Druck auf die Honorare (82%) und Termindruck der Kunden (76%). Die Anzahl der Pitches ist ebenfalls gestiegen (53%) bzw. gleich geblieben (24%). Die Anzahl der Audits ist im Jahr 2010 gestiegen geben 71 Prozent bzw. gleichgeblieben 18 Prozent der Befragten an.

Nach wie vor problematisch ist das Know-how auf Kundenseite. Lediglich 6 Prozent konstatieren eine Verbesserung; bei der Qualität des Briefings wird keinerlei Verbesserung festgestellt. „Offensichtlich scheinen die Kunden vorhandene Wissensdefizite durch den Einsatz von Auditoren ausgleichen zu wollen. Völlig außer Acht bleibt allerdings die qualitative Bewertung der Audit Anbieter“ erläutert Werner Bitz, Sprecher der OMG. „Der OMG befürwortet daher alle Bestrebungen die das Media-Know-how im Markt verbessert“.

Die Vergütungsformen von Mediaagenturen verändern sich weiter; 94 Prozent erwarten eine Zunahme der Projekthonorare, 71 Prozent eine erfolgsabhängige Vergütung auf Basis der Werbewirkung und 65 Prozent auf Basis der Absatzentwicklung. „Für Vergütungsformen mit erfolgsabhängigen Komponenten sind Mediaagenturen auf Grund ihrer hohen Investitionen in Werbewerkungstools gut gerüstet“, so Werner Bitz.

Resultierend aus den positiven Signalen des Werbemarktes sehen 65 Prozent der Agenturmanager einen steigenden Agenturumsatz. Diese Einschätzung ist gegenüber dem Frühjahr noch optimistischer geworden (Frühjahr 59%). 35 Prozent sehen stagnierenden, kein Agenturmanager sinkenden Umsatz. Diese positive Entwicklung zeigt sich auch in der Personaldisposition. Agenturen investieren beim Personal vorwiegend im Bereich Planung und Einkauf und verschlanken in der Verwaltung.

Im Bereich Ausbildung bleiben die OMG-Agenturen weiterhin sehr aktiv und attraktiv. Alle Befragten gaben an, Trainees zu beschäftigen, 86 Prozent Auszubildende und 88 Prozent bieten Praktikumsplätze an.

Die vollständigen Ergebnisse des Herbstmonitors 2010 können unter www.omg-mediaagenturen.de kostenlos eingesehen werden.



ORGANISATION DER MEDIA-AGENTUREN

*Der **OMG Herbstmonitor** 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 Oktober 2010 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