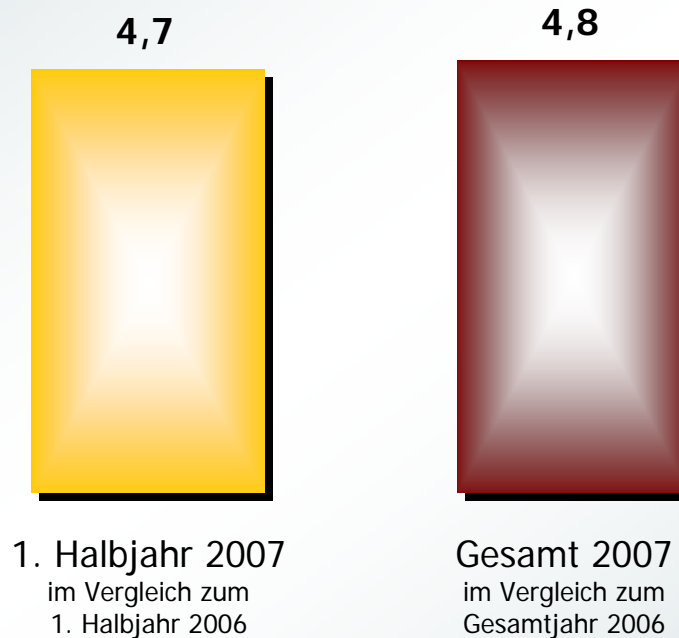


OMG Wintermonitor 2007

Methode	Online-Befragung an Hand eines teil- bzw. voll- strukturierten Fragebogens, der den Befragten über einen persönlichen Link zugänglich war
Stichprobe	An der Befragung teilgenommen haben Mitglieder der OMG. Die Gesamtstichprobe der Media-Agenturen beträgt N=17
Feldarbeit	Die Daten wurden im März 2007 erhoben
Graphische Darstellung	Ausgewiesen werden - aus Gründen der Vergleich- barkeit 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
Konzeption & Durchführung	Czaia Marktforschung GmbH, Bremen
Erhebungsbereiche	siehe Fragenkatalog im Anhang

Einschätzung: Brutto-Werbeaufwendungen

Durchschnittliche Veränderungen in %



Frage 2: Wie schätzen Sie die Entwicklung der **Brutto-Werbeaufwendungen** des Werbemarktes in den **klassischen S & P Werbemedien** (d.h. ohne Kino und Online/Internet) ein?

Bitte geben Sie Ihre Prognose für das **1. Halbjahr 2007 in % im Vergleich zum 1. Halbjahr 2006** an.

Frage 3: Und wie ist Ihre Prognose für die Entwicklung der Brutto-Werbeaufwendungen für das **gesamte Jahr 2007 im Vergleich zu 2006?**

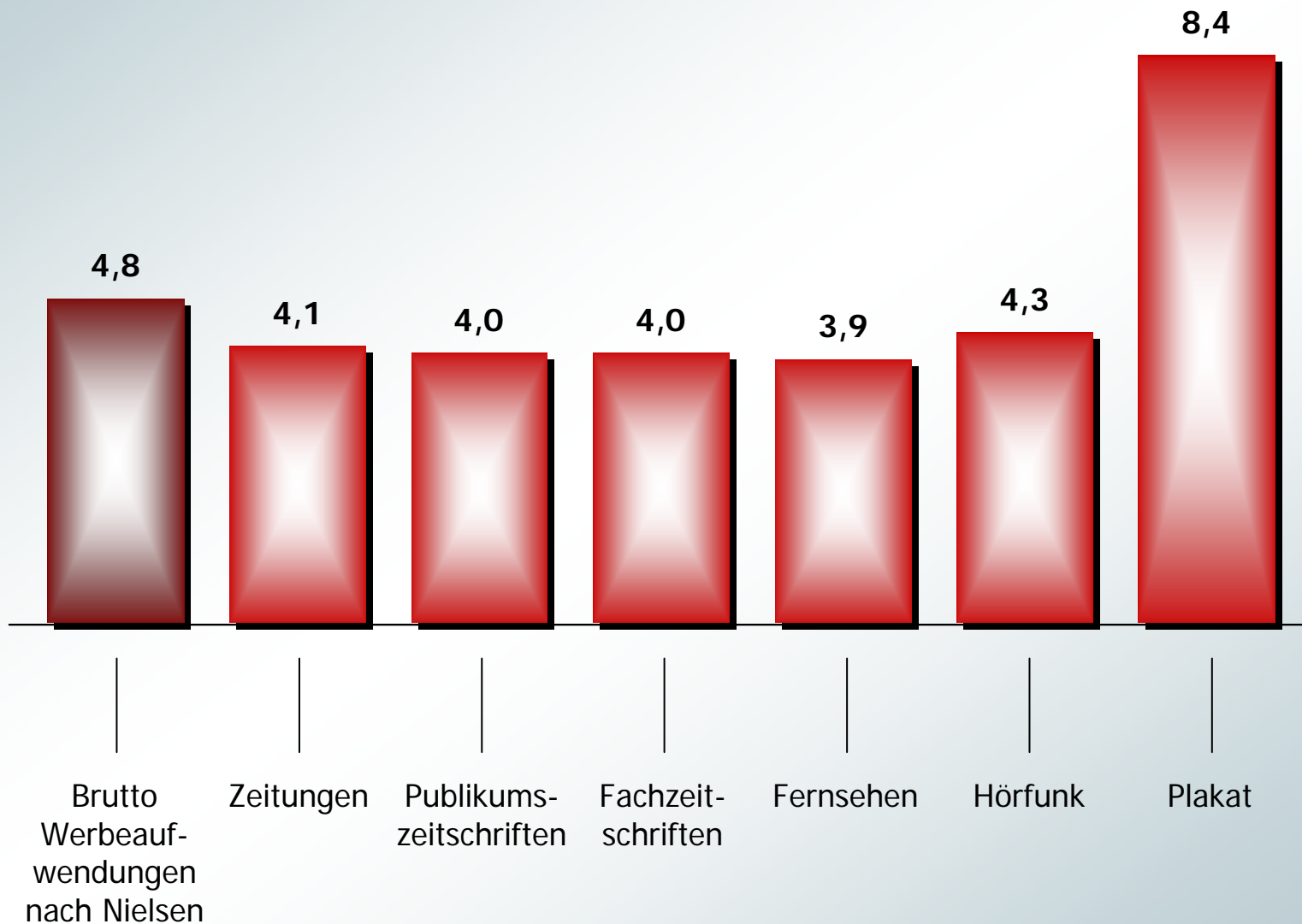
Bitte geben Sie auch hier wieder Ihre Prognose in % an.

Einschätzung: Brutto-Werbeaufwendungen Gesamt 2007

Durchschnittliche Veränderungen zu 2006 in %



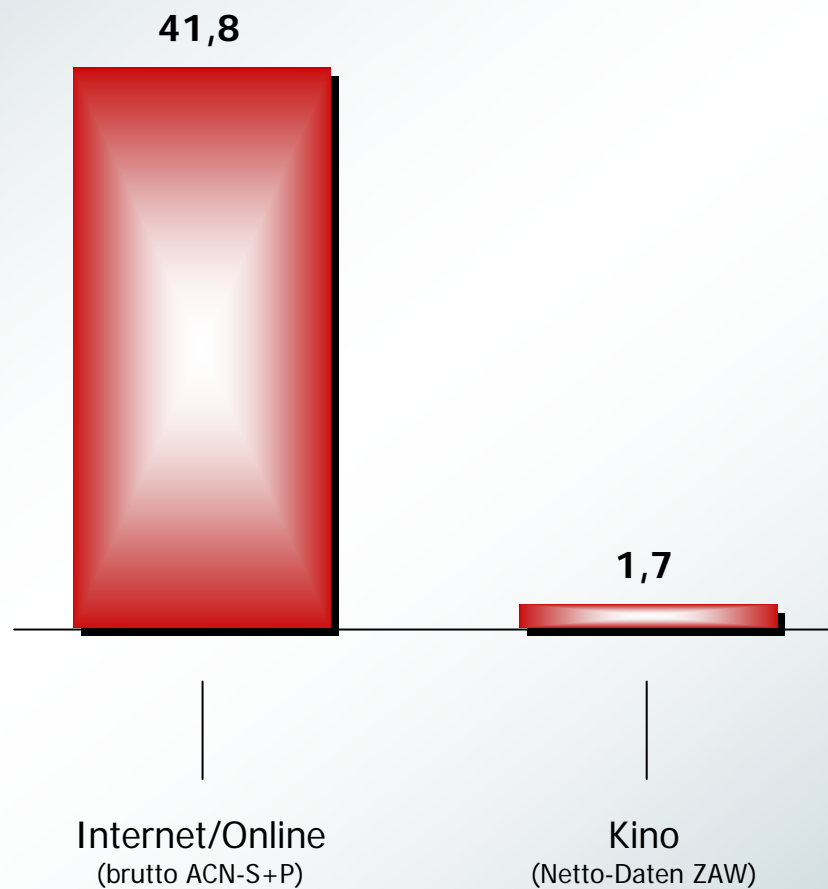
Wintermonitor 2007



Internet/Online und Kino

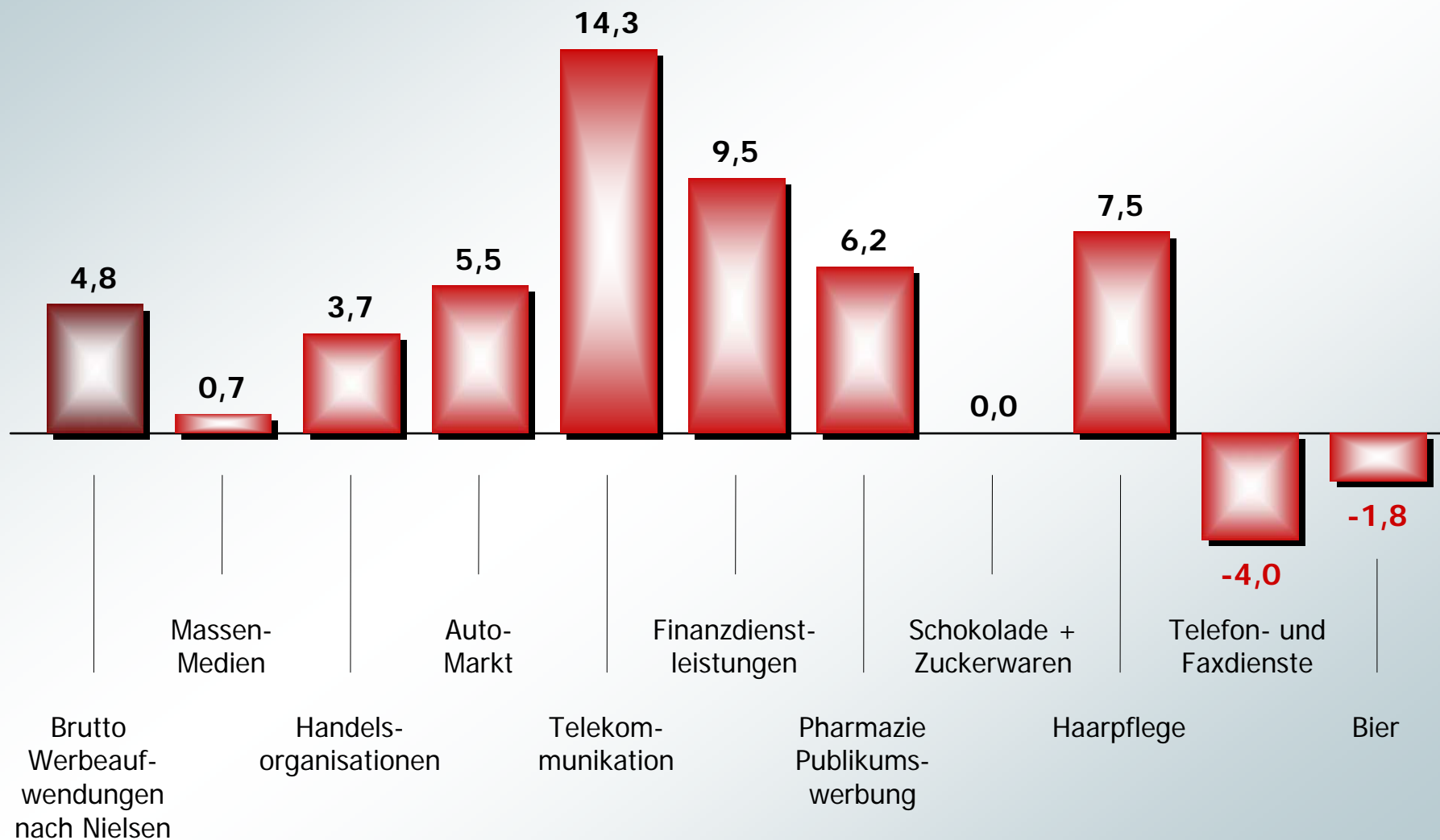
Einschätzung: Brutto-Werbeaufwendungen Gesamt 2007

Durchschnittliche Veränderungen zu 2006 in %



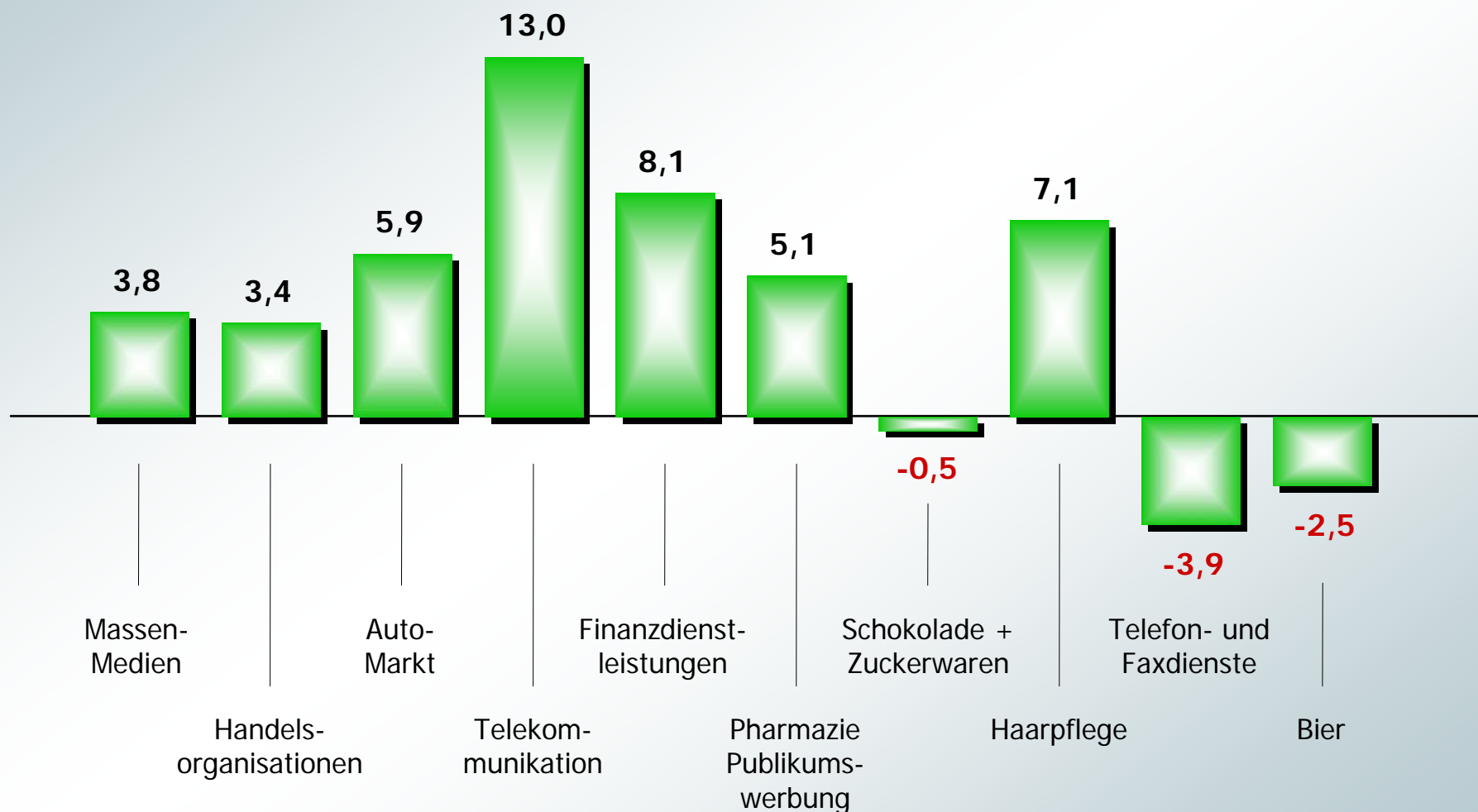
Einschätzung: Brutto-Werbeaufwendungen der Produktbereiche 2007

Durchschnittliche Veränderungen zu 2006 in %



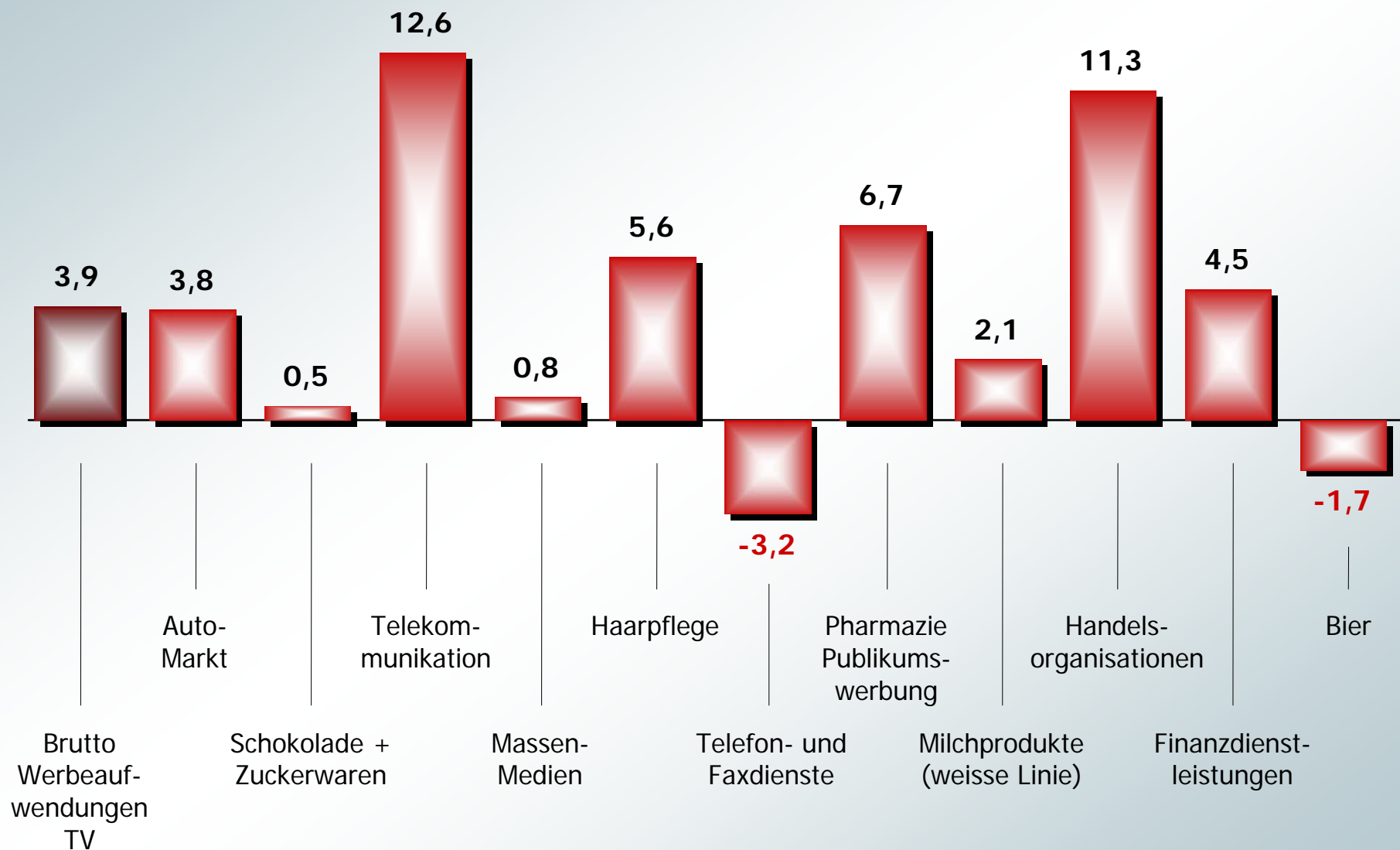
Einschätzung: Brutto-Werbeaufwendungen der Produktbereiche 1. Halbjahr 2007

Durchschnittliche Veränderungen zu 1. Halbjahr 2006 in %



Einschätzung: Brutto-Werbeaufwendungen TV 2007

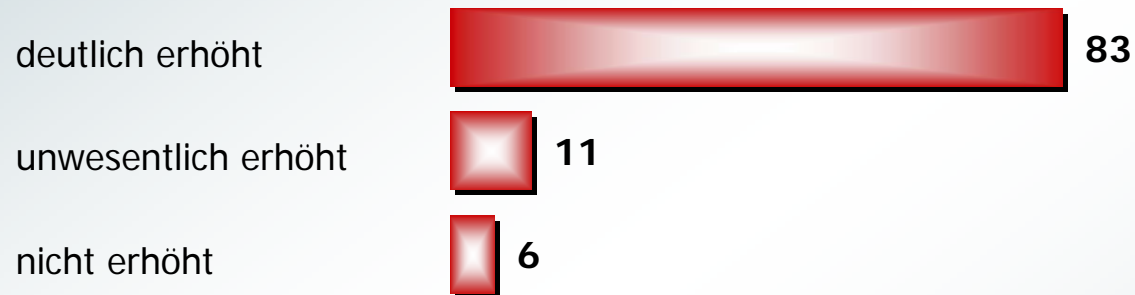
Durchschnittliche Veränderungen zu 2006 in %



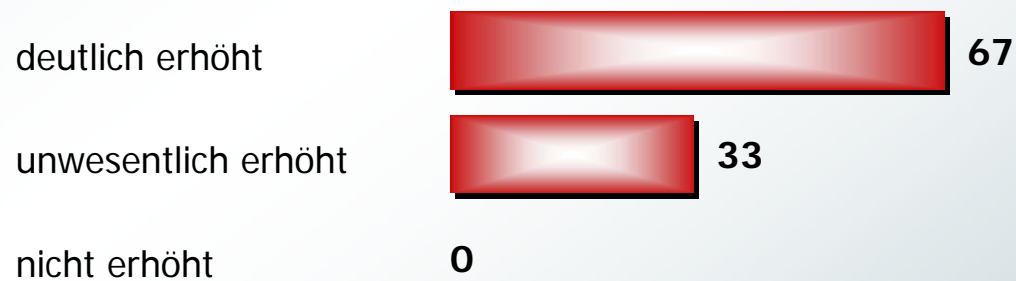
Einführung der saisonalen Preise

Veränderungen des agentur-internen Aufwands

Planung

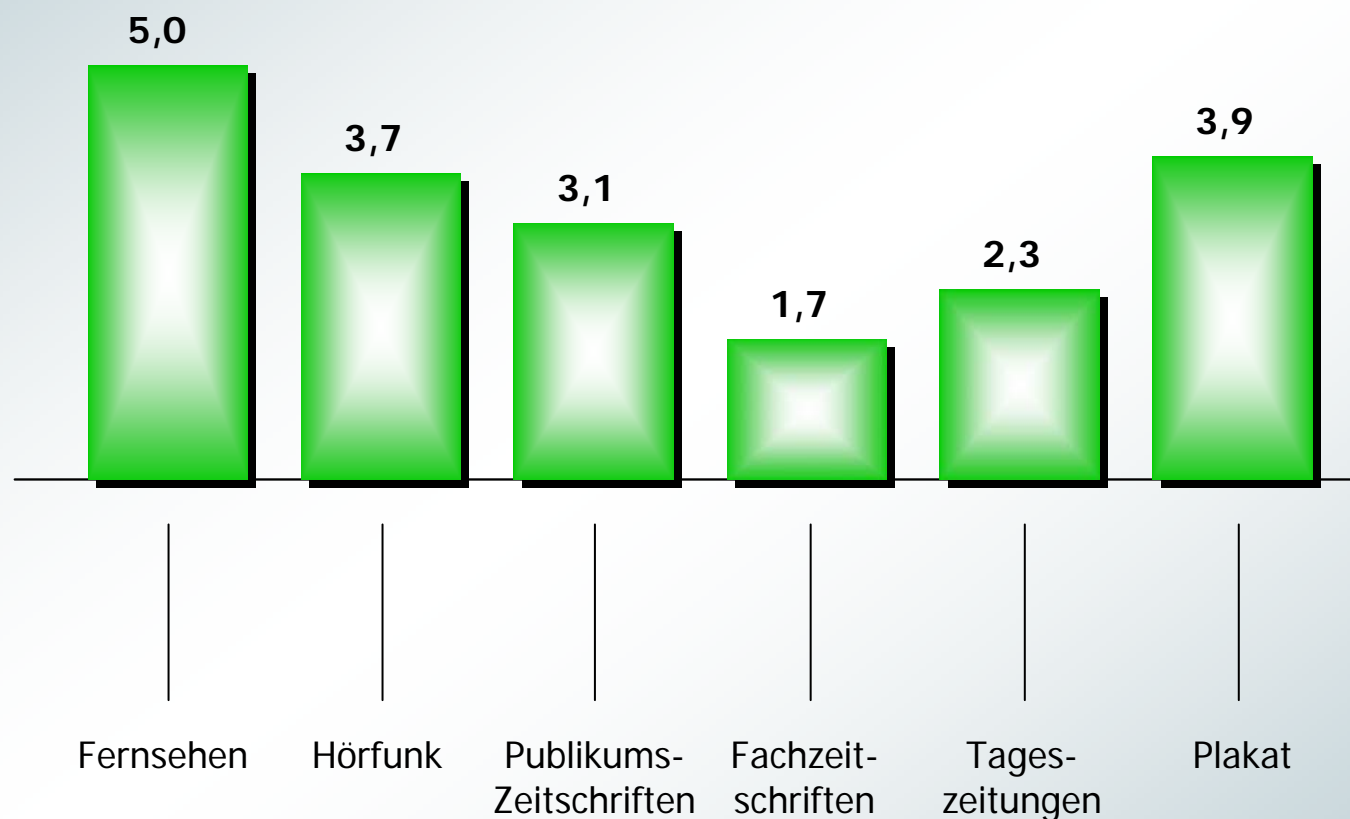


Abwicklung



Angaben in %

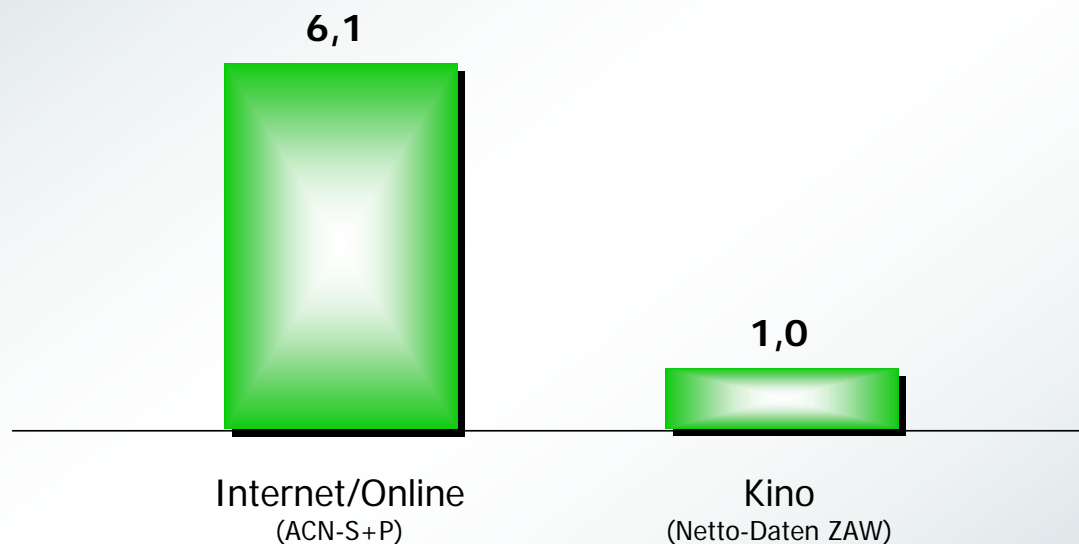
Einschätzung: Verteuerung der Mediengattungen 2007 bezogen auf TKP / Durchschnitt in %



Internet/Online und Kino

Einschätzung: Verteuerung der Mediengattungen 2007

bezogen auf TKP / Durchschnitt in %

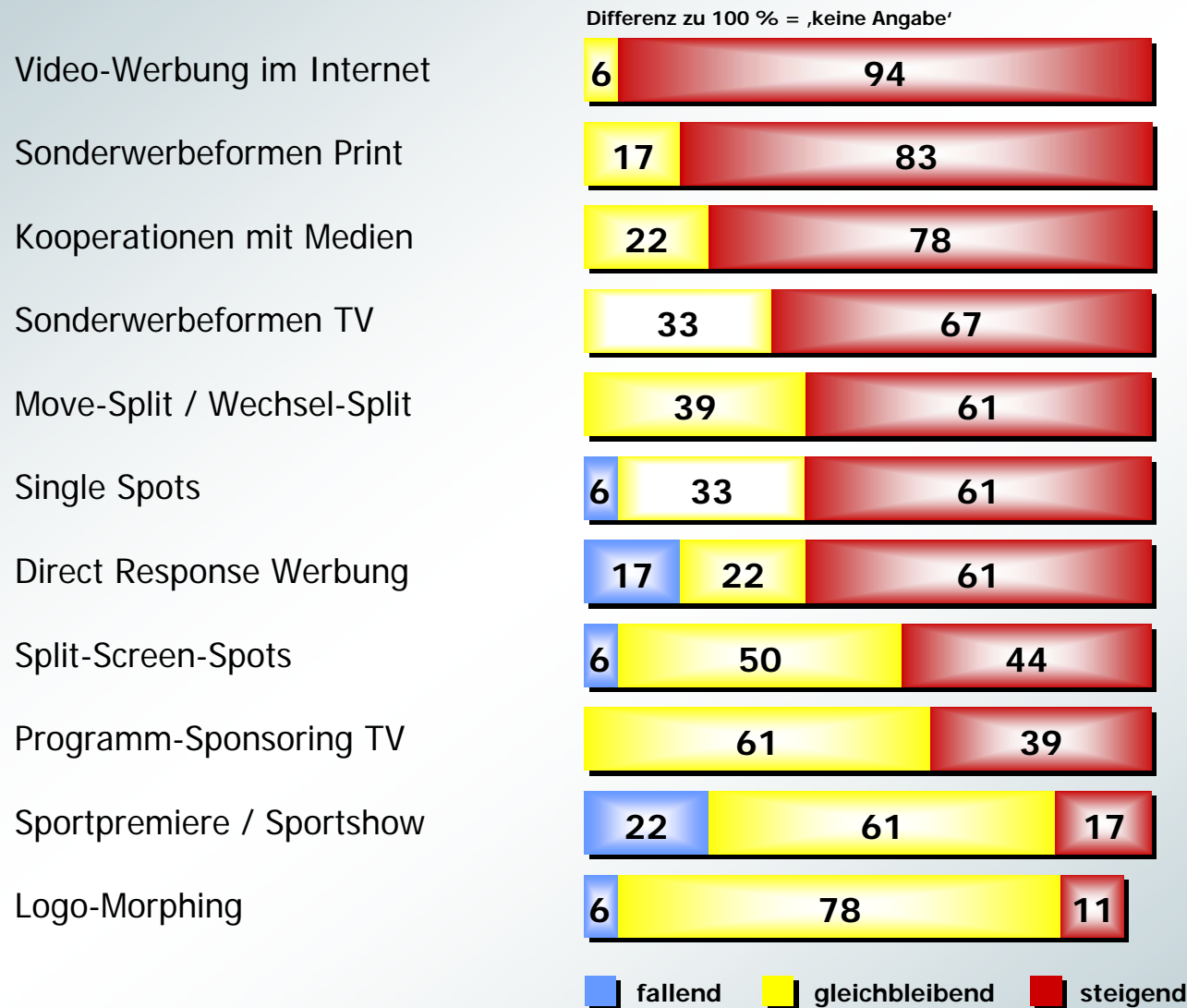


Entwicklung von Sonderwerbeformen für 2007

im Vergleich zu 2006 in %



Wintermonitor 2007

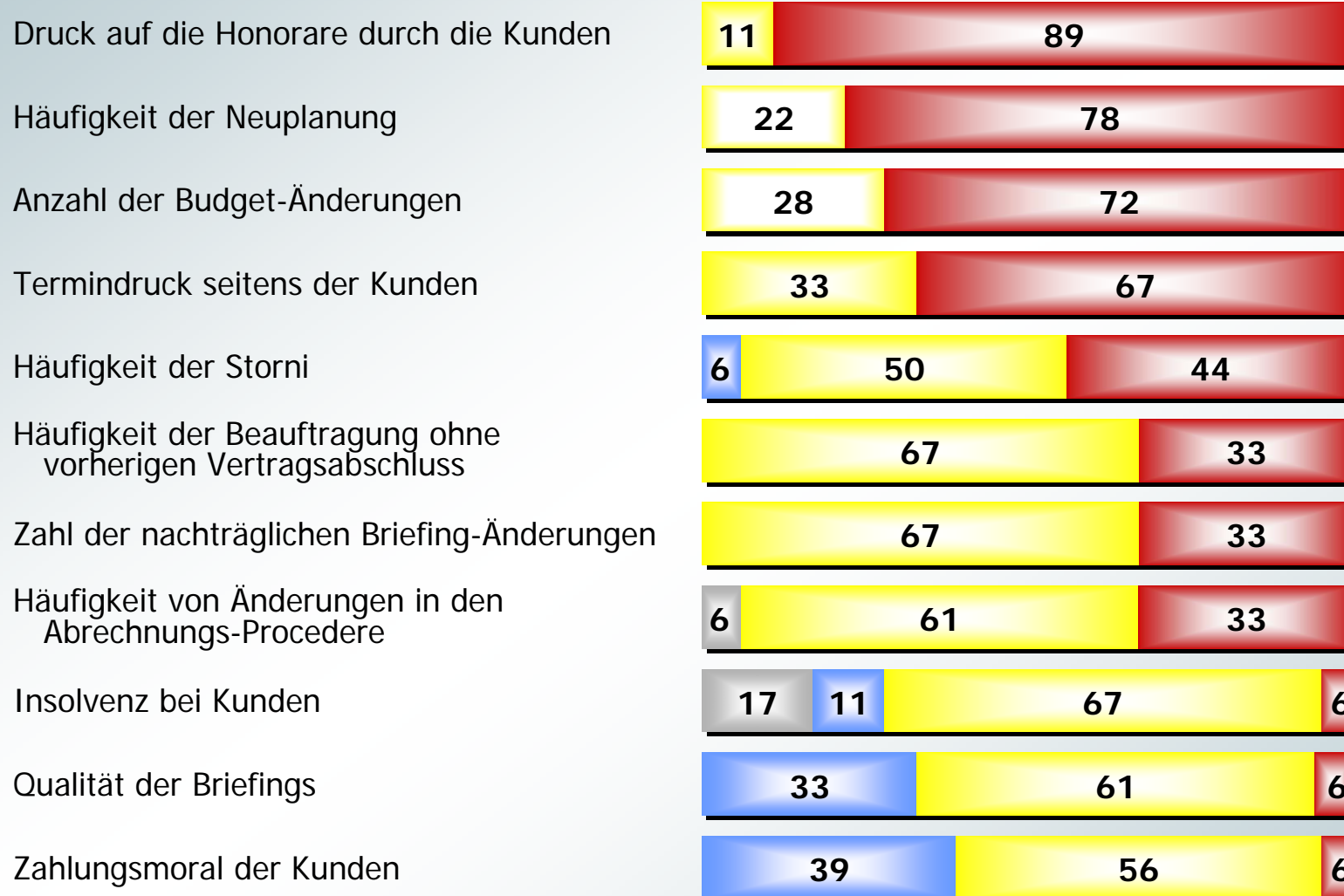


Veränderungspotential



Wintermonitor 2007

Angaben in %



kann ich nicht beurteilen
 hat abgenommen
 ist gleich geblieben
 ist gestiegen

Durchschnittliche Umsatzentwicklung der Agenturen 2007 gegenüber 2006 in %

Ø Umsatzentwicklung



2,8

Angaben in %

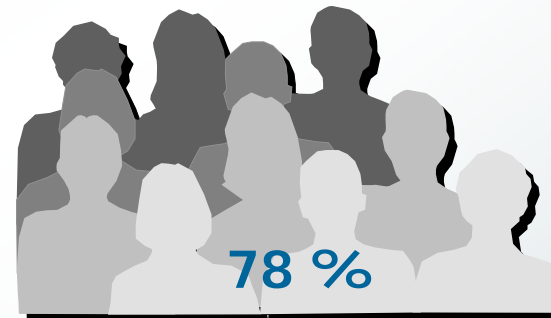
Frage 12: Nun einige Fragen zu Ihrer **eigenen Agentur**.

Wie schätzen Sie die **Umsatzentwicklung Ihrer Agentur für das gesamte Jahr 2007 gegenüber 2006** ein?

Bitte geben Sie Ihre Antwort in % an.

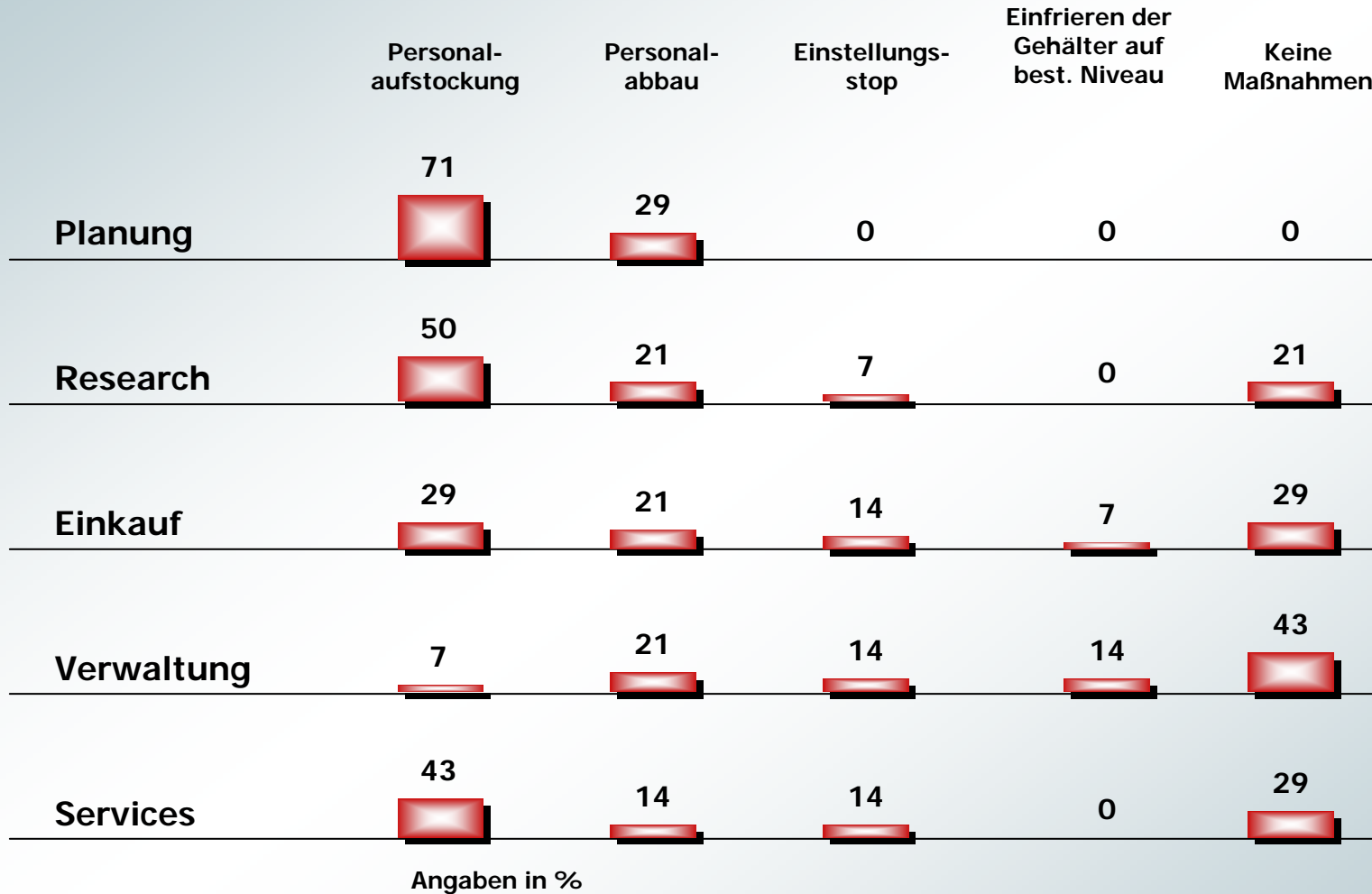
War es nötig, die Personaldisposition anzupassen?

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



Reaktion auf die aktuelle Geschäftsentwicklung

Filter: Personaldisposition angepaßt (n=11 $\hat{=}$ 100%)

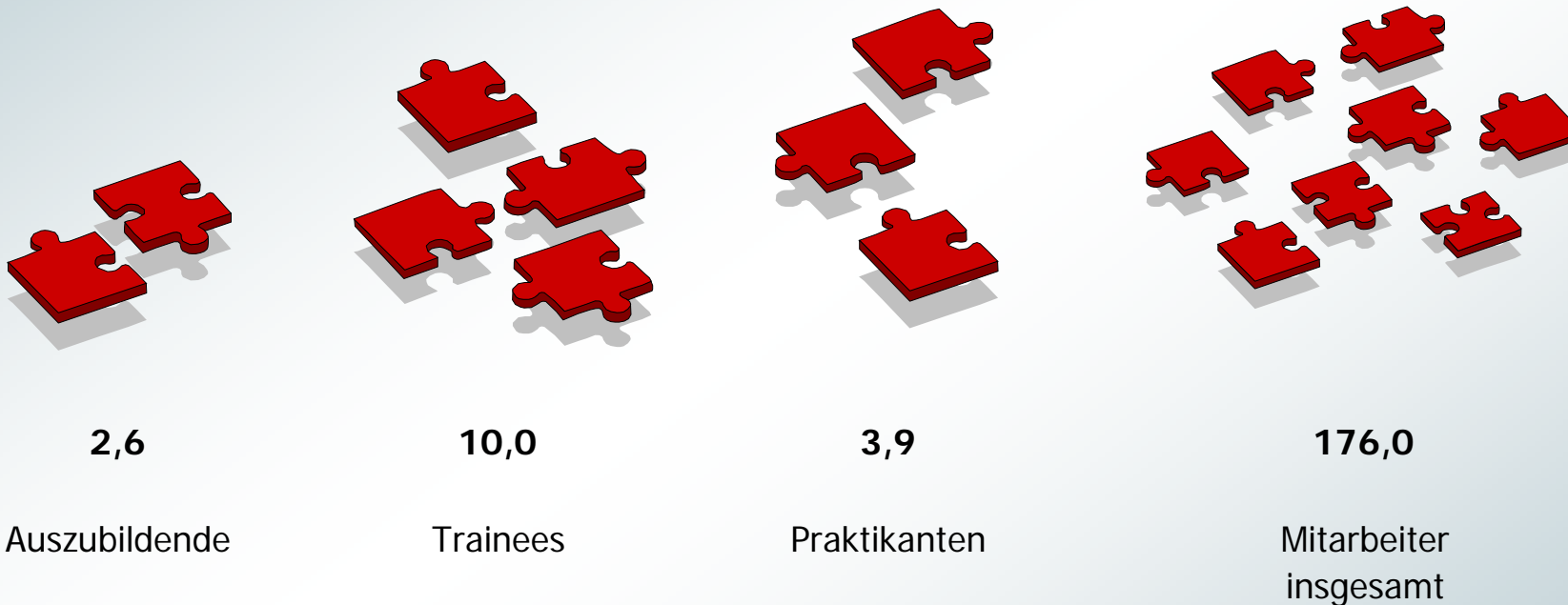


Ausbildung von Nachwuchs

In der Agentur wird ausgebildet:



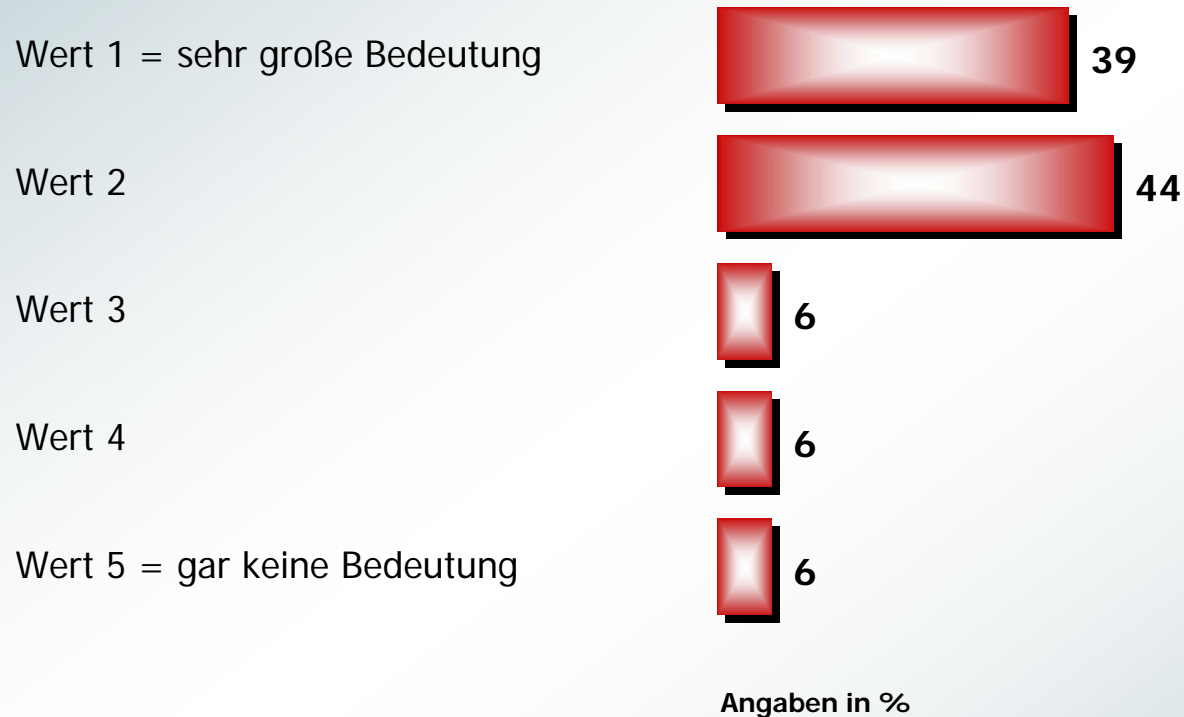
Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter der Agenturen



Frage 16: Geben Sie bitte die Anzahl der Auszubildenden, der Trainees und der Praktikanten an.

Frage 17: Wieviele **Mitarbeiter** sind **insgesamt** in Ihrer Agentur beschäftigt (incl. Sie selbst und der Auszubildenden/Trainees, aber **ohne Praktikanten**) ?

Bedeutung des Themas ‚Digitalisierung der TV-Landschaft‘ für die Kunden



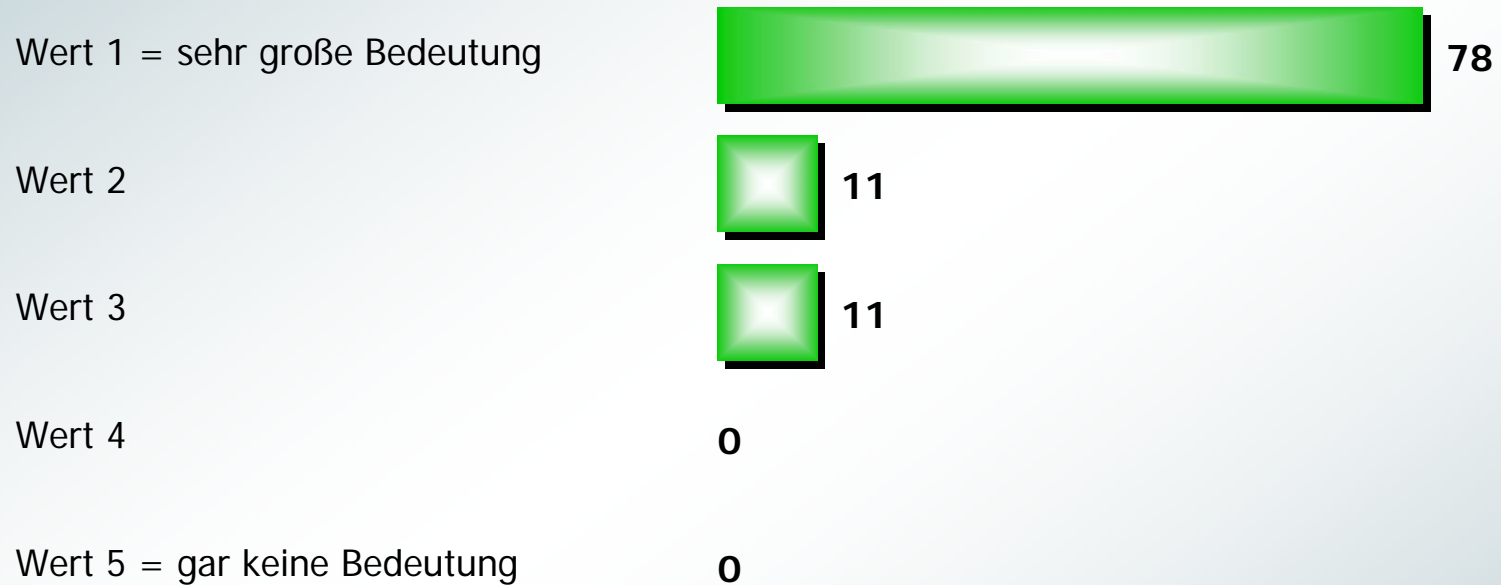
Durchschnittliche Bewertung: **1,9**

Frage 18: Nun noch einige Fragen zum Thema 'Digitalisierung der TV-Landschaft'.

Welche **Bedeutung** hat derzeit das Thema 'Digitalisierung der TV-Landschaft' für Ihre Kunden?

Bitte beurteilen Sie dies anhand einer Skala von 1 bis 5. Dabei bedeutet 1 = 'sehr große Bedeutung' und 5 = 'gar keine Bedeutung'.

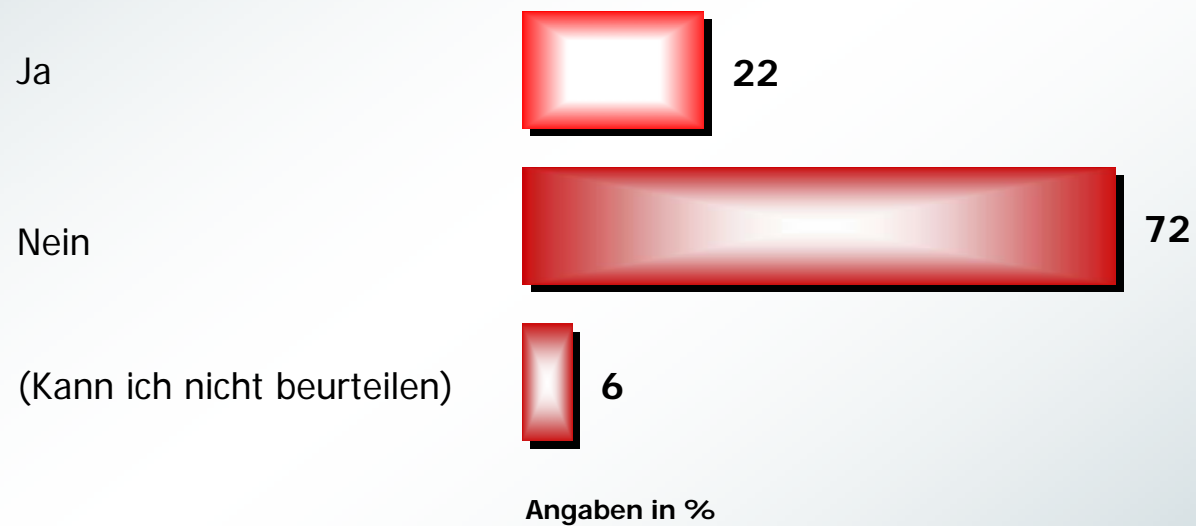
Bedeutung des Themas ‚Digitalisierung der TV-Landschaft‘ für die Kunden im Jahr 2010



Angaben in %

Durchschnittliche Bewertung: **1,3**

Kunden sind zu diesem Thema hinreichend aufgeklärt und informiert

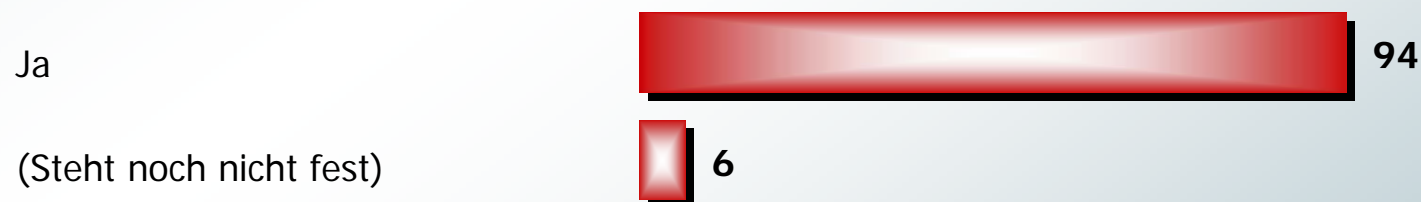


Thema ist derzeit in der Agentur angesiedelt ...

(Mehrfachnennungen möglich)



In dieses Geschäftsfeld wird zukünftig investiert



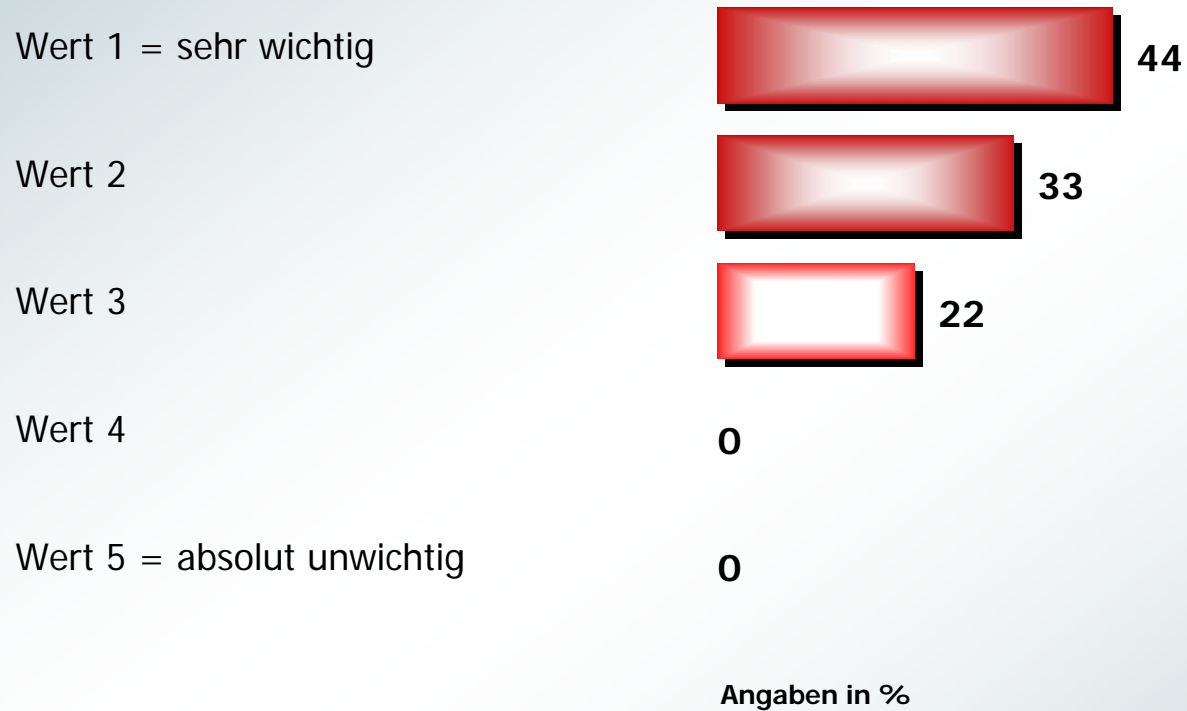
Angaben in %

Wichtigkeit von Online-Planungsdaten (Internet-Facts 2006 III) für die Agentur



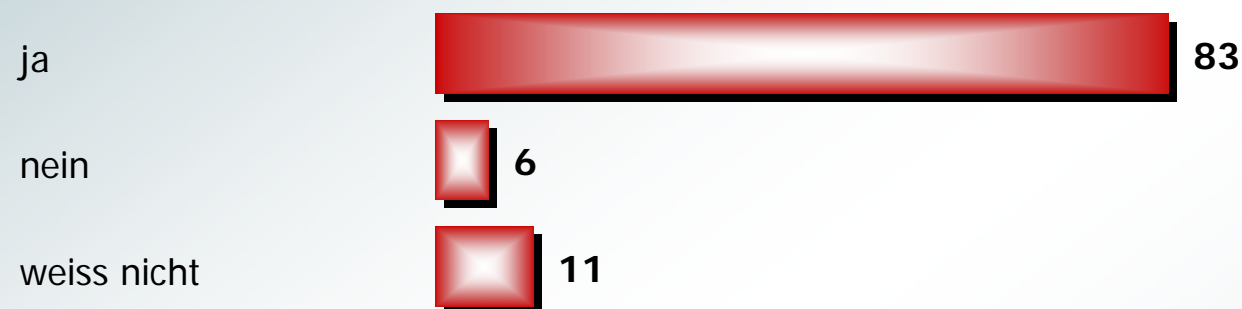
Durchschnittliche Bewertung: 1,5

Wichtigkeit der Integration von Internet-Facts in die ag.ma

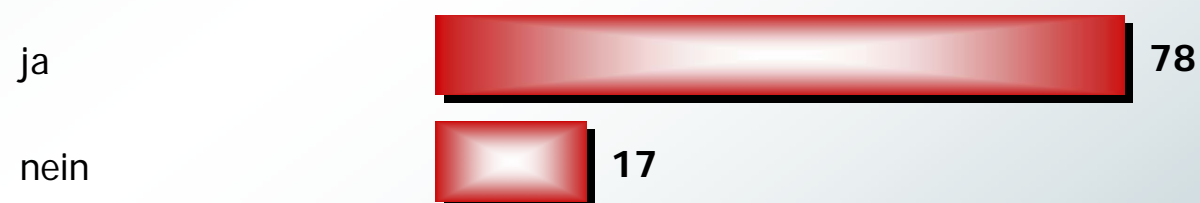


Durchschnittliche Bewertung: 1,8

Intermedia-Datei der ag.ma aus heutiger Sicht notwendig



Intermedia-Datei zukünftig notwendig



Angaben in %

Online-Planung: agenturspezifisches Bruttovolumen

Durchschnittliches
agenturspezifisches
Brutto-Volumen, das
in der Online-Planung
eingesetzt wird

