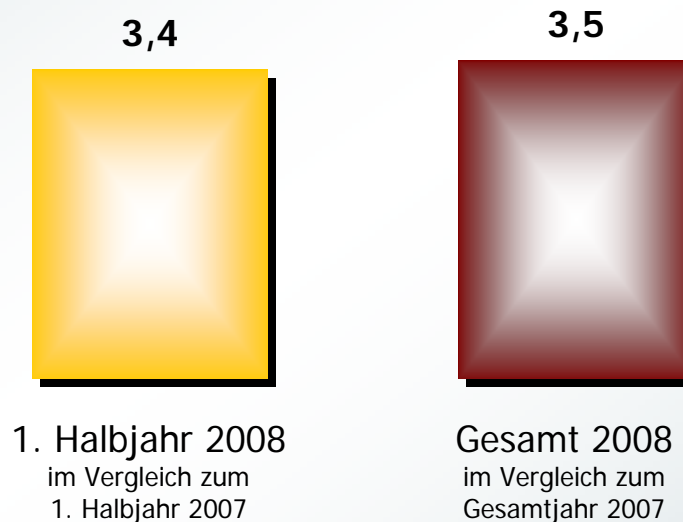


# OMG Wintermonitor 2008

<b>Methode</b>	Online-Befragung an Hand eines teil- bzw. voll- strukturierten 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
<b>Feldarbeit</b>	Die Daten wurden im Februar 2008 erhoben
<b>Graphische Darstellung</b>	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
<b>Konzeption &amp; Durchführung</b>	Czaia Marktforschung GmbH, Bremen
<b>Erhebungsbereiche</b>	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 2008 in % im Vergleich zum 1. Halbjahr 2007** an.

**Frage 3:** Und wie ist Ihre Prognose für die Entwicklung der Brutto-Werbeaufwendungen für das **gesamte Jahr 2008 im Vergleich zu 2007?**

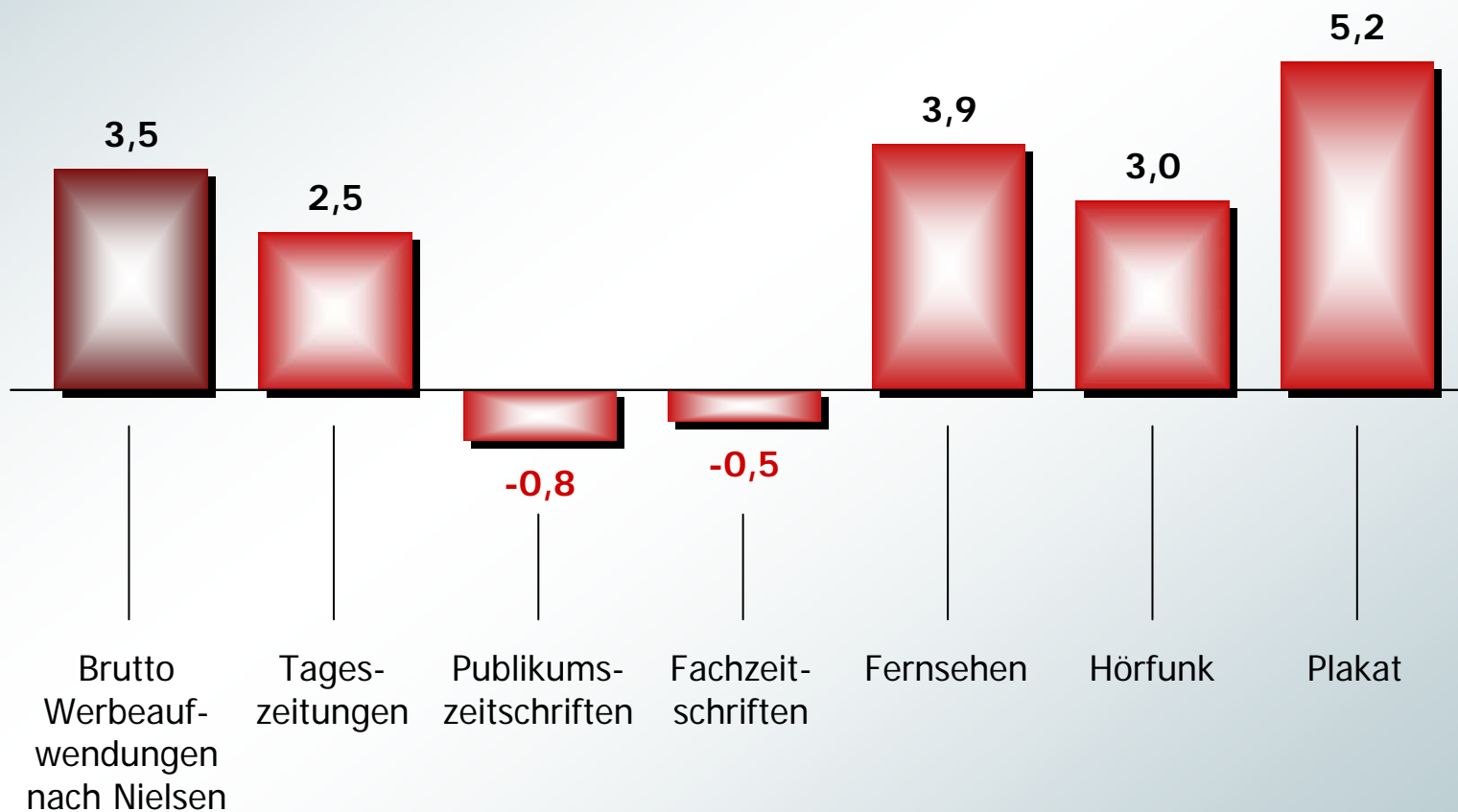
Bitte geben Sie auch hier wieder Ihre Prognose in % an.

# Einschätzung: Brutto-Werbeaufwendungen Gesamt 2008

Durchschnittliche Veränderungen zu 2007 in %



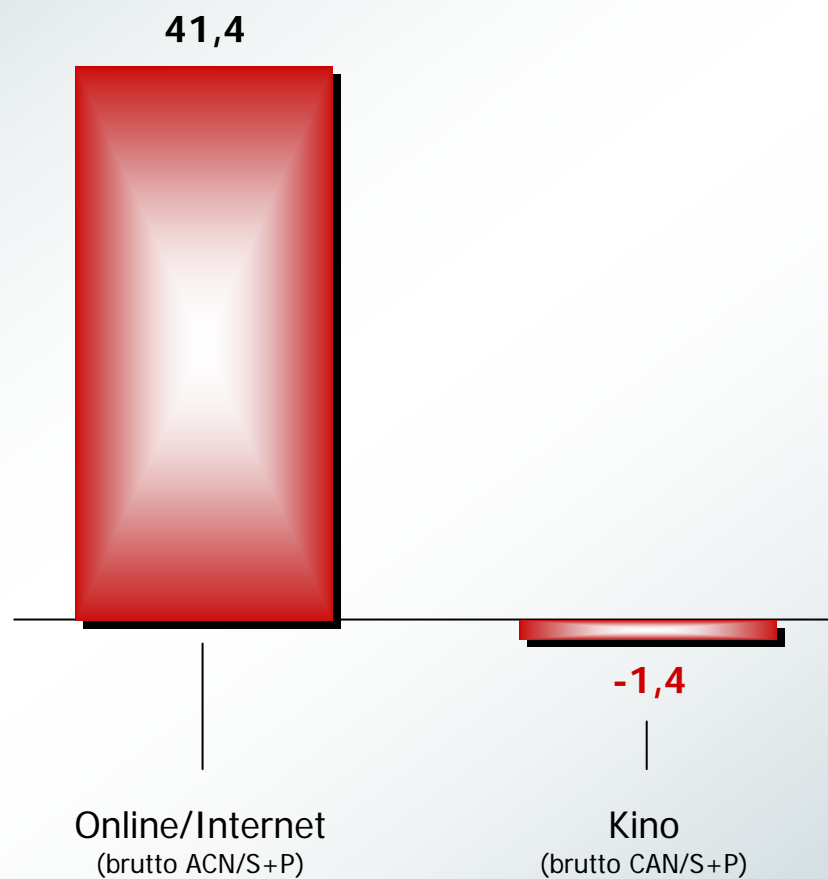
Wintermonitor 2008



## Internet/Online und Kino

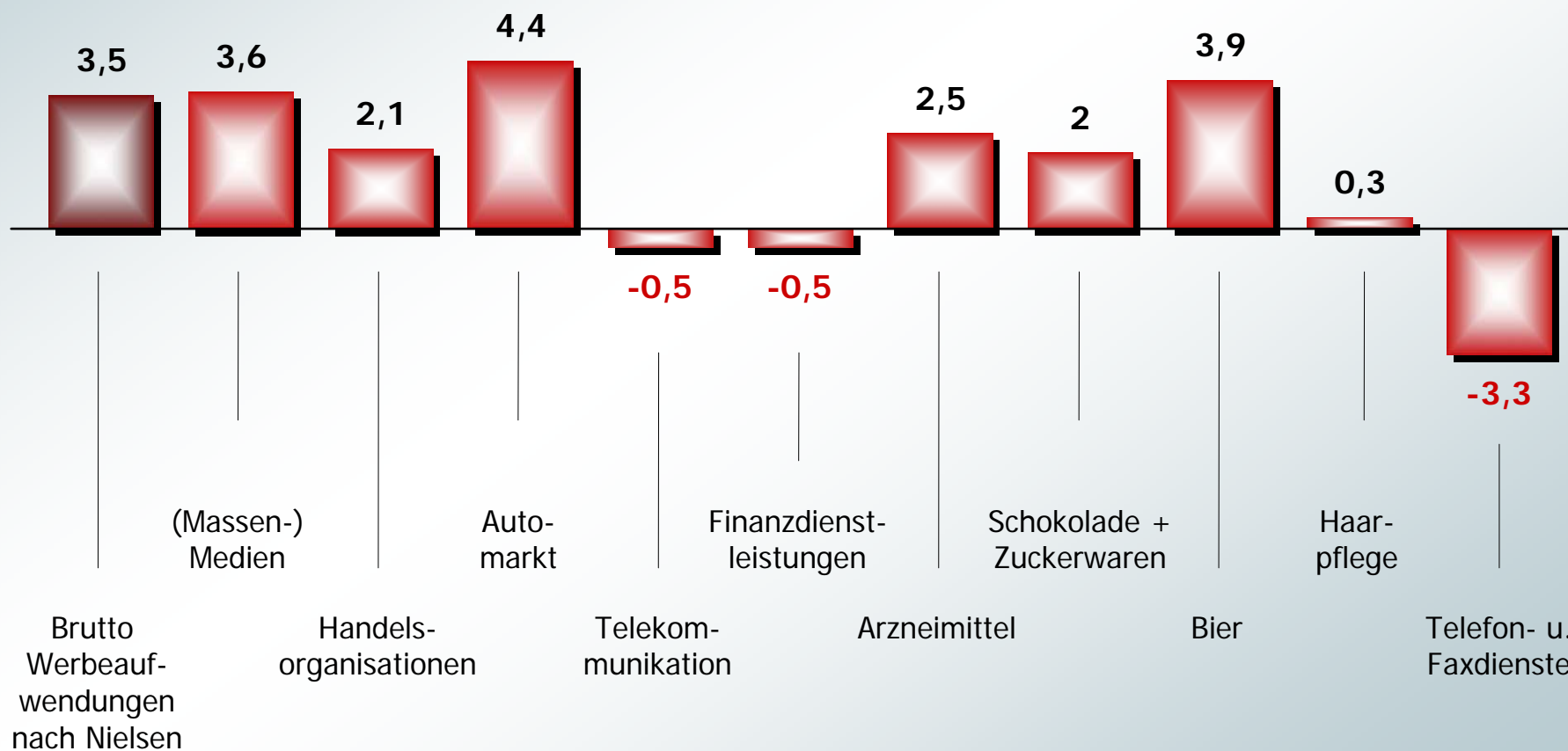
### Einschätzung: Brutto-Werbeaufwendungen Gesamt 2008

Durchschnittliche Veränderungen zu 2007 in %



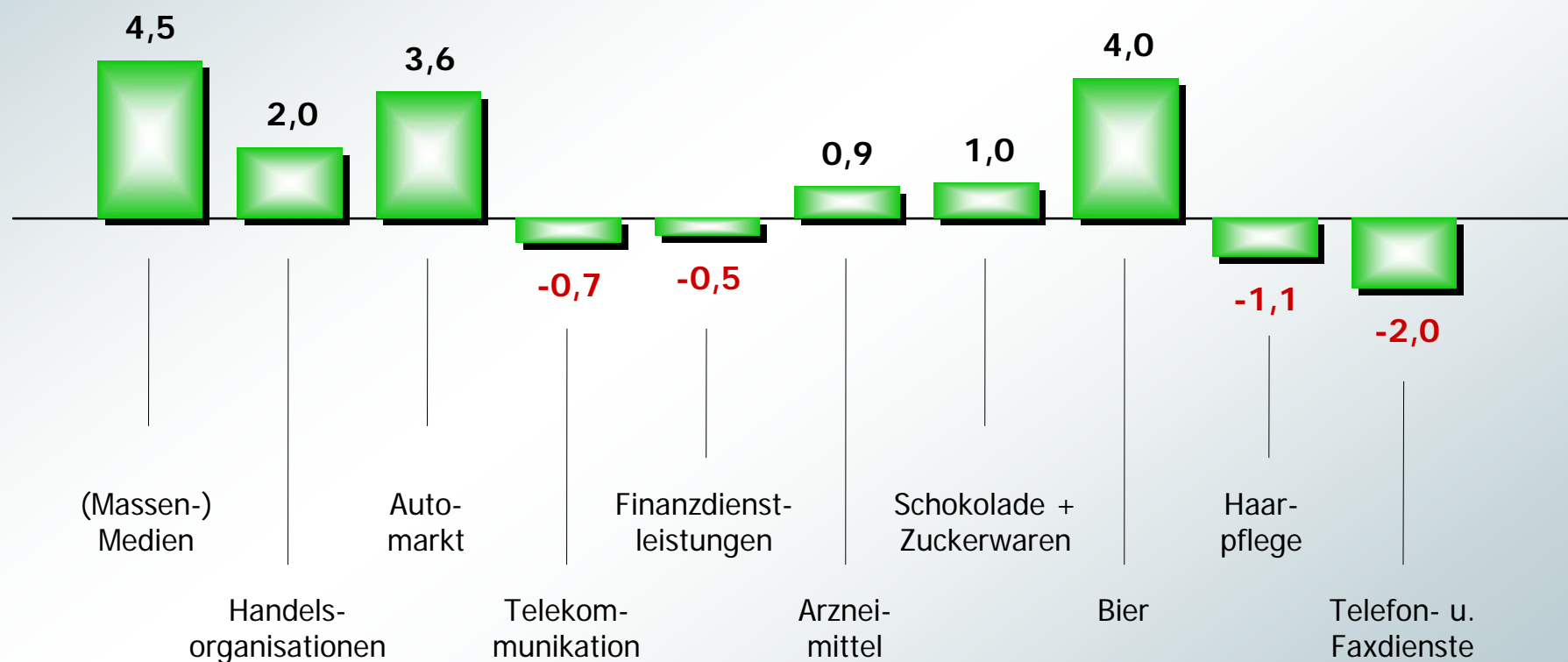
# Einschätzung: Brutto-Werbeaufwendungen der Produktbereiche 2008

Durchschnittliche Veränderungen zu 2007 in %



# Einschätzung: Brutto-Werbeaufwendungen der Produktbereiche 1. Halbjahr 2008

Durchschnittliche Veränderungen zu 1. Halbjahr 2007 in %

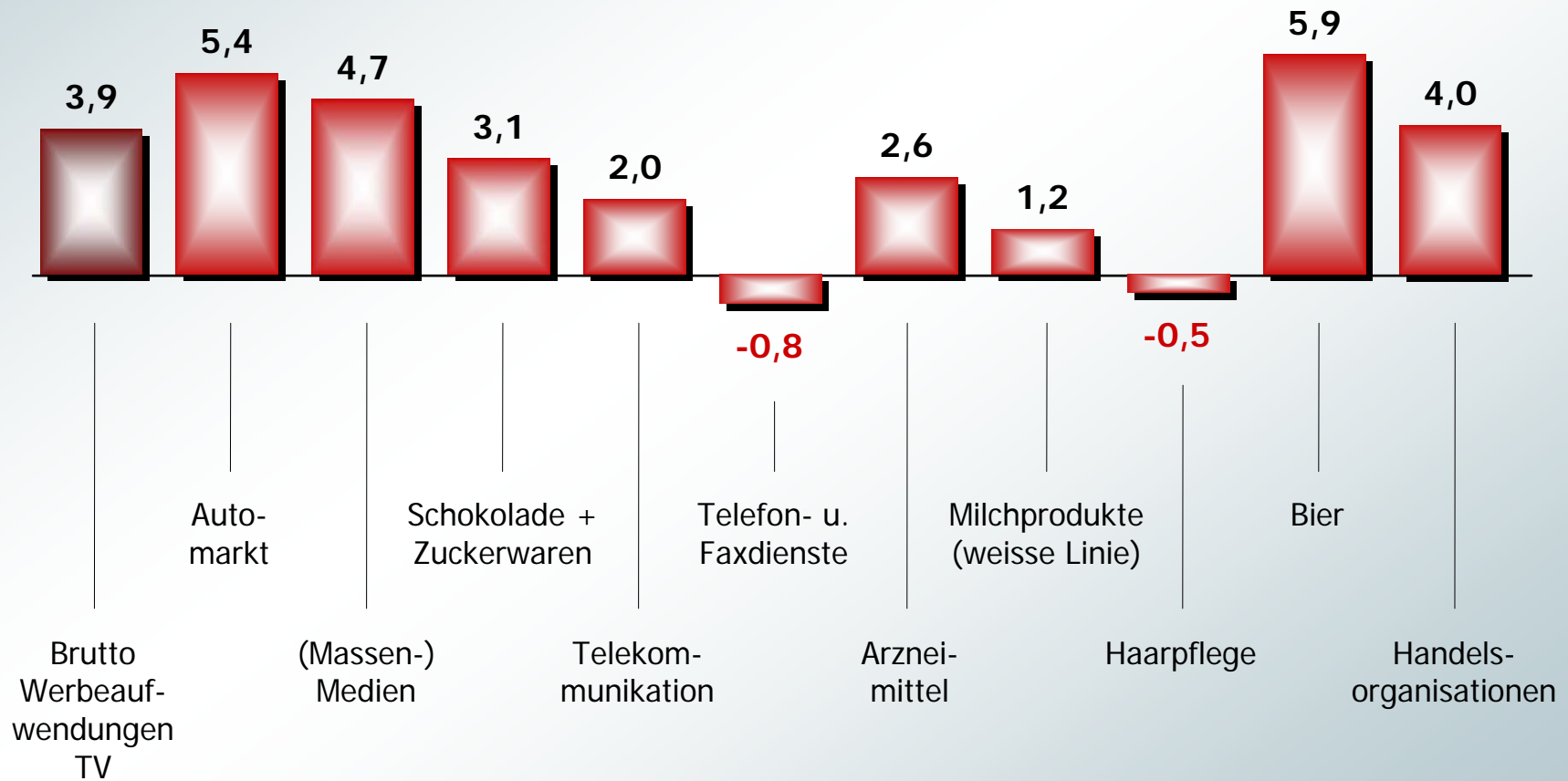


# Einschätzung: Brutto-Werbeaufwendungen TV 2008

Durchschnittliche Veränderungen zu 2007 in %

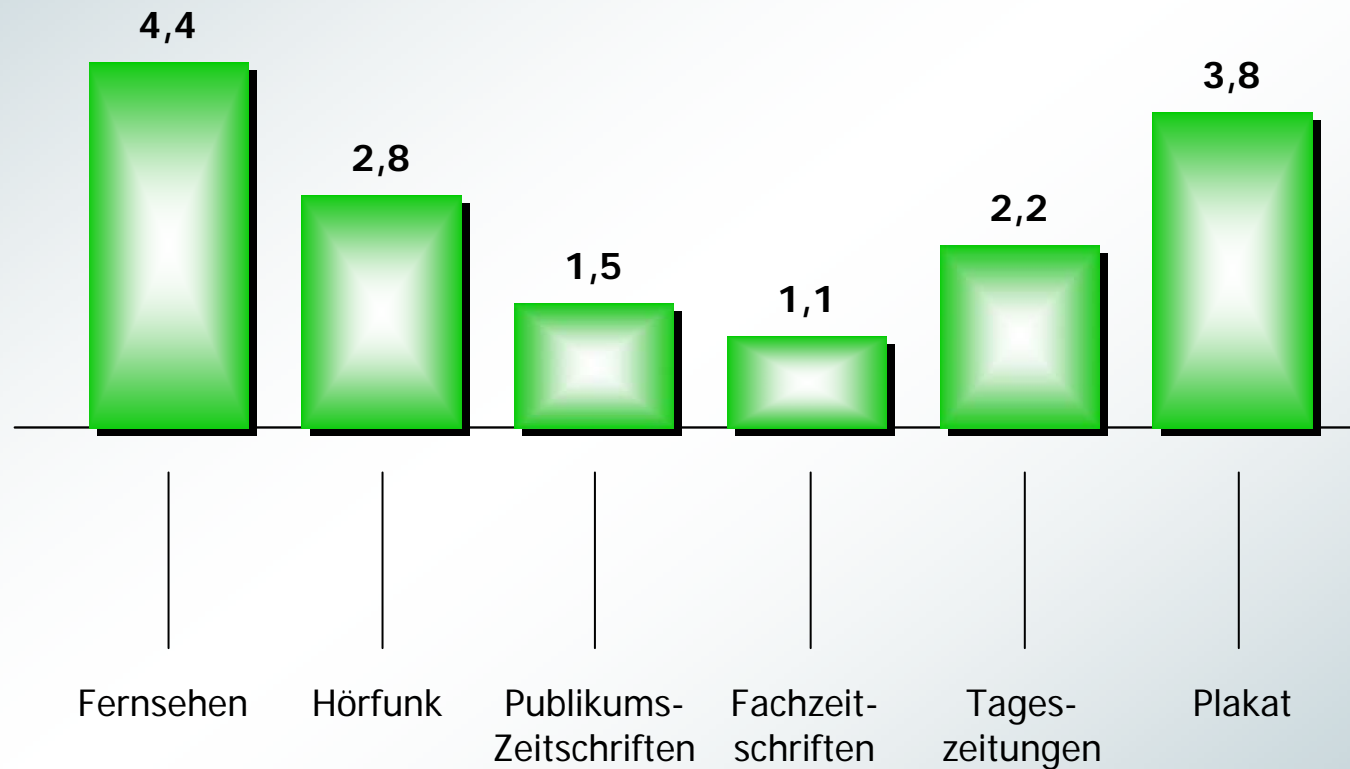


Wintermonitor 2008



# Einschätzung: Verteuerung der Mediengattungen 2008

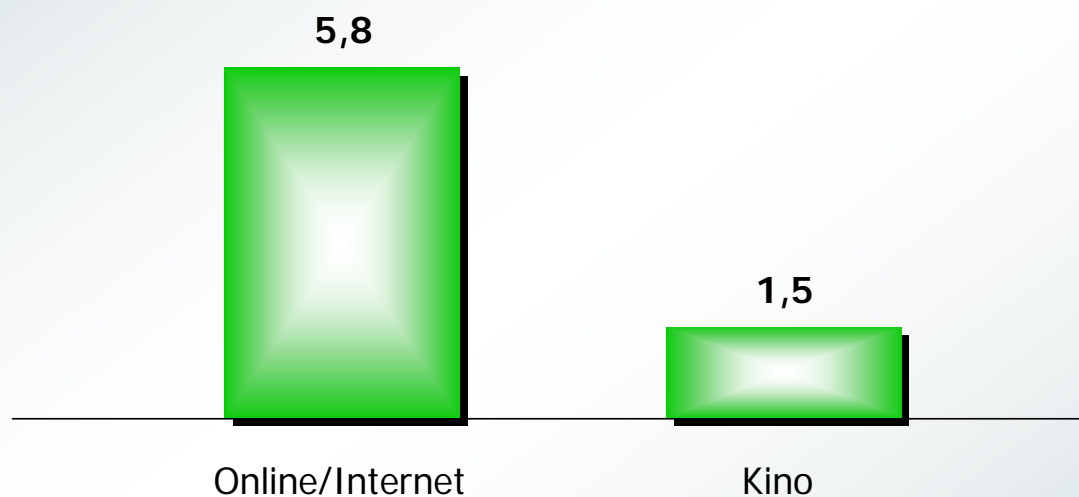
bezogen auf TKP / Durchschnitt in %



## Internet/Online und Kino

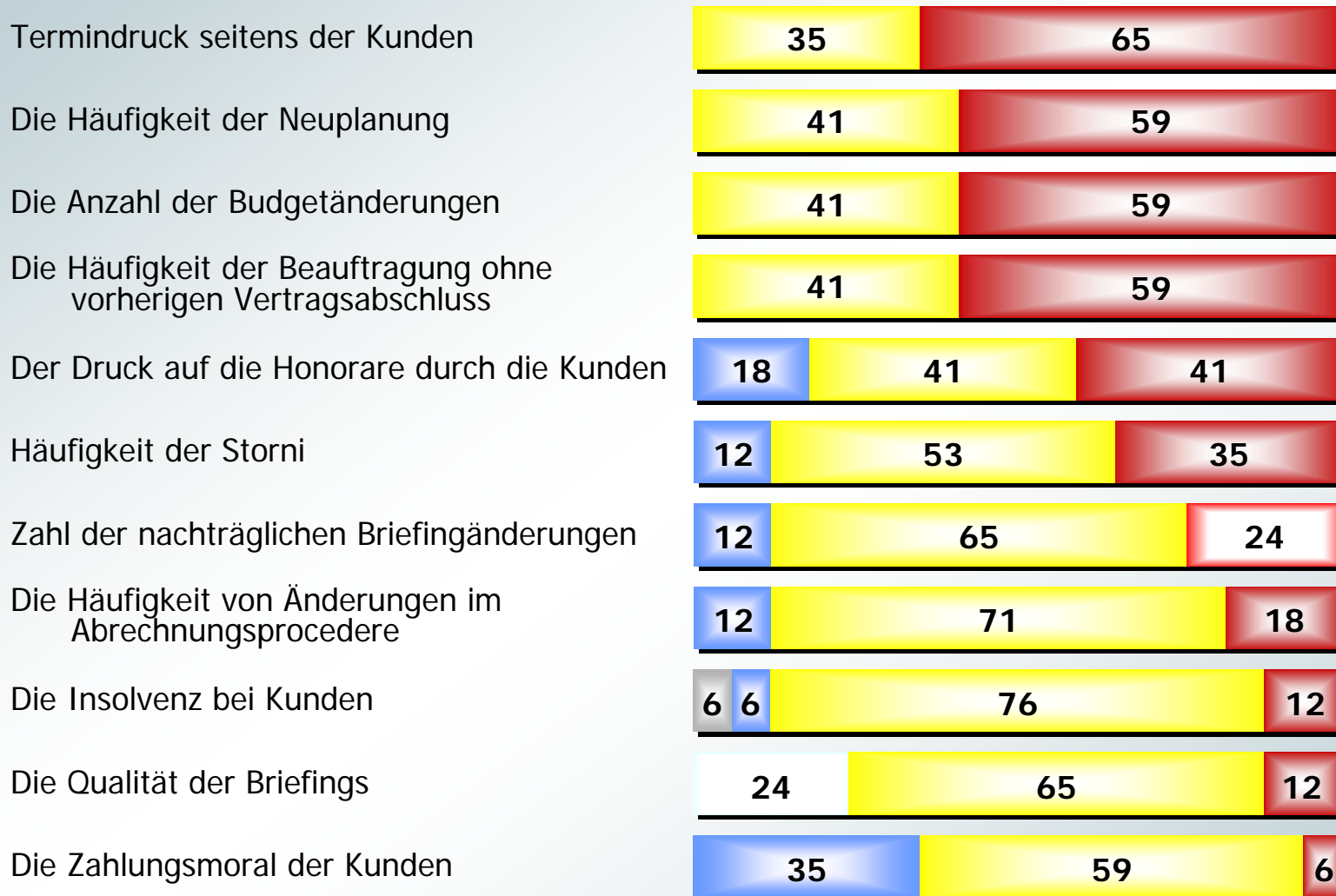
### Einschätzung: Verteuerung der Mediengattungen 2008

bezogen auf TKP / Durchschnitt in %



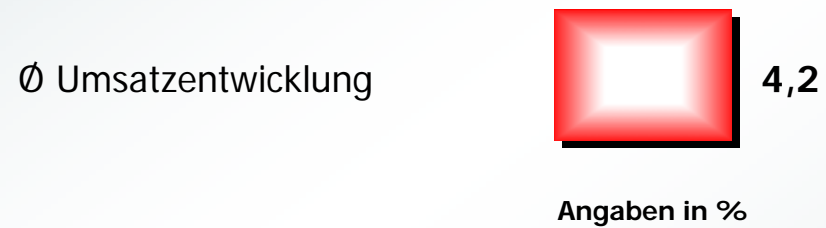
# Veränderungspotential

Angaben in %



kann ich nicht beurteilen
  hat abgenommen
  ist gleich geblieben
  ist gestiegen

# Durchschnittliche Umsatzentwicklung der Agenturen 2008 gegenüber 2007 in %

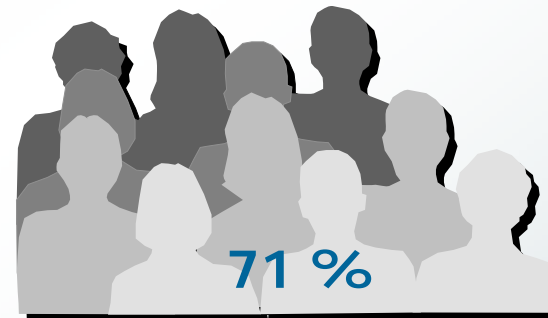


**Frage 10:** Nun einige Fragen zu Ihrer **eigenen Agentur**.

Wie schätzen Sie die **Umsatzentwicklung Ihrer Agentur für das gesamte Jahr 2008 gegenüber 2007** 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

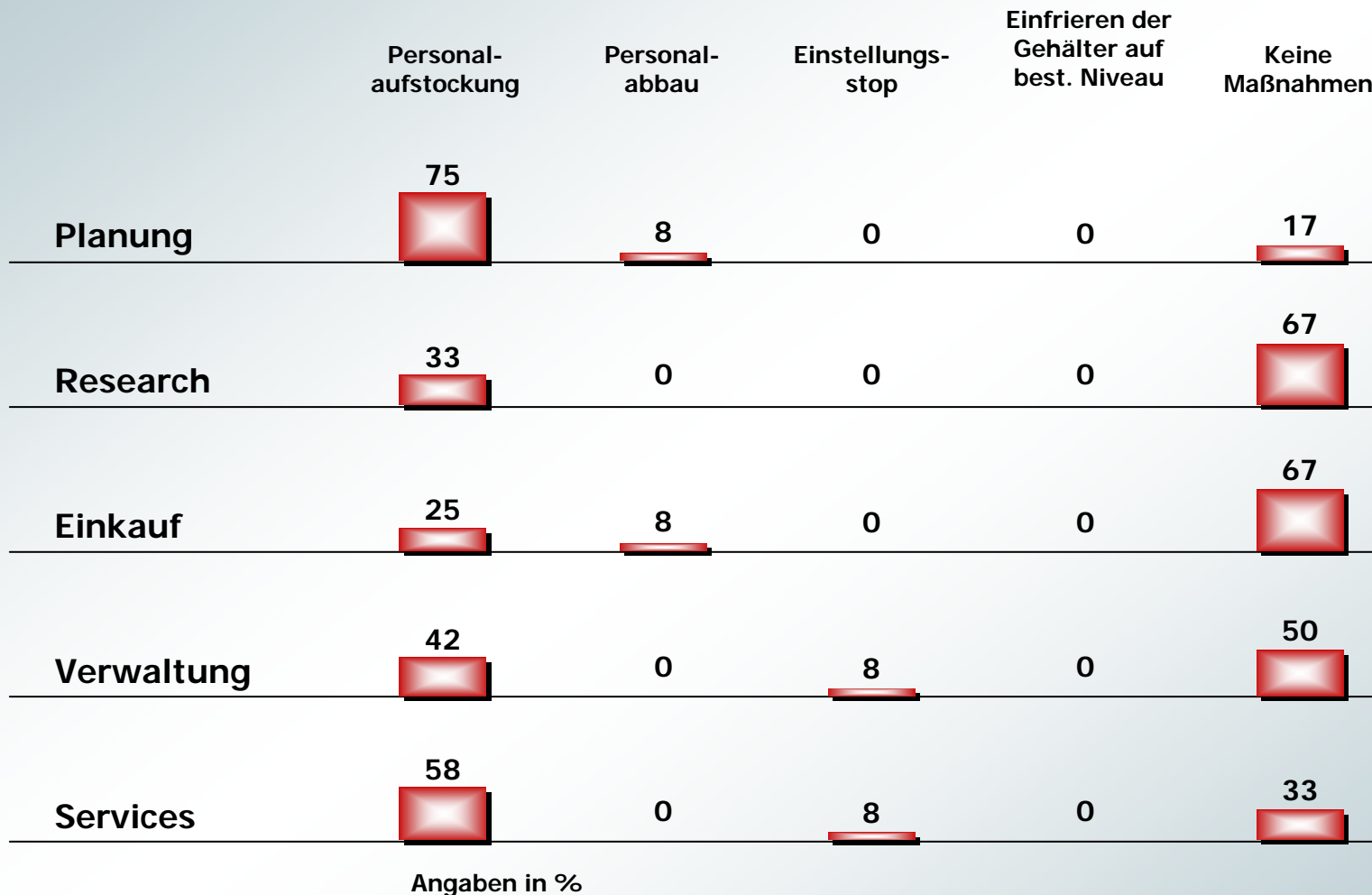


# Reaktion auf die aktuelle Geschäftsentwicklung

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

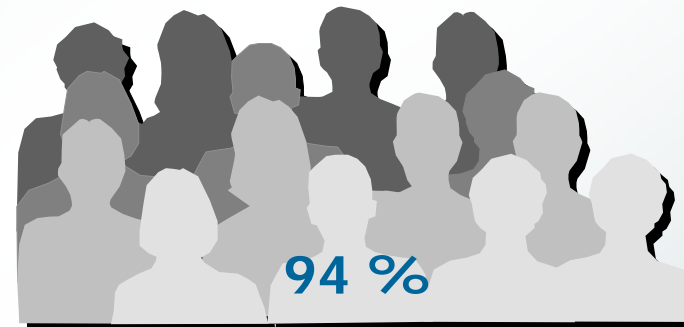


Wintermonitor 2008

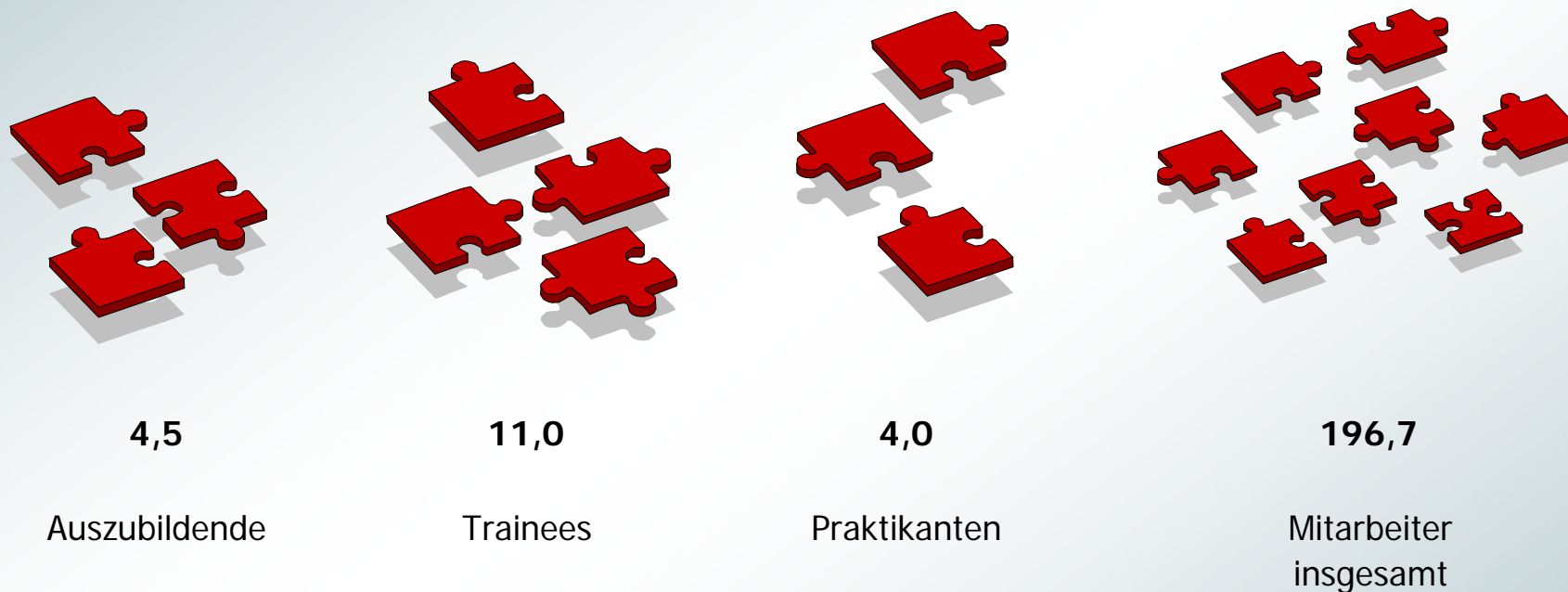


# Ausbildung von Nachwuchs

In der Agentur wird ausgebildet:



# Durchschnittliche Anzahl Mitarbeiter der Agenturen



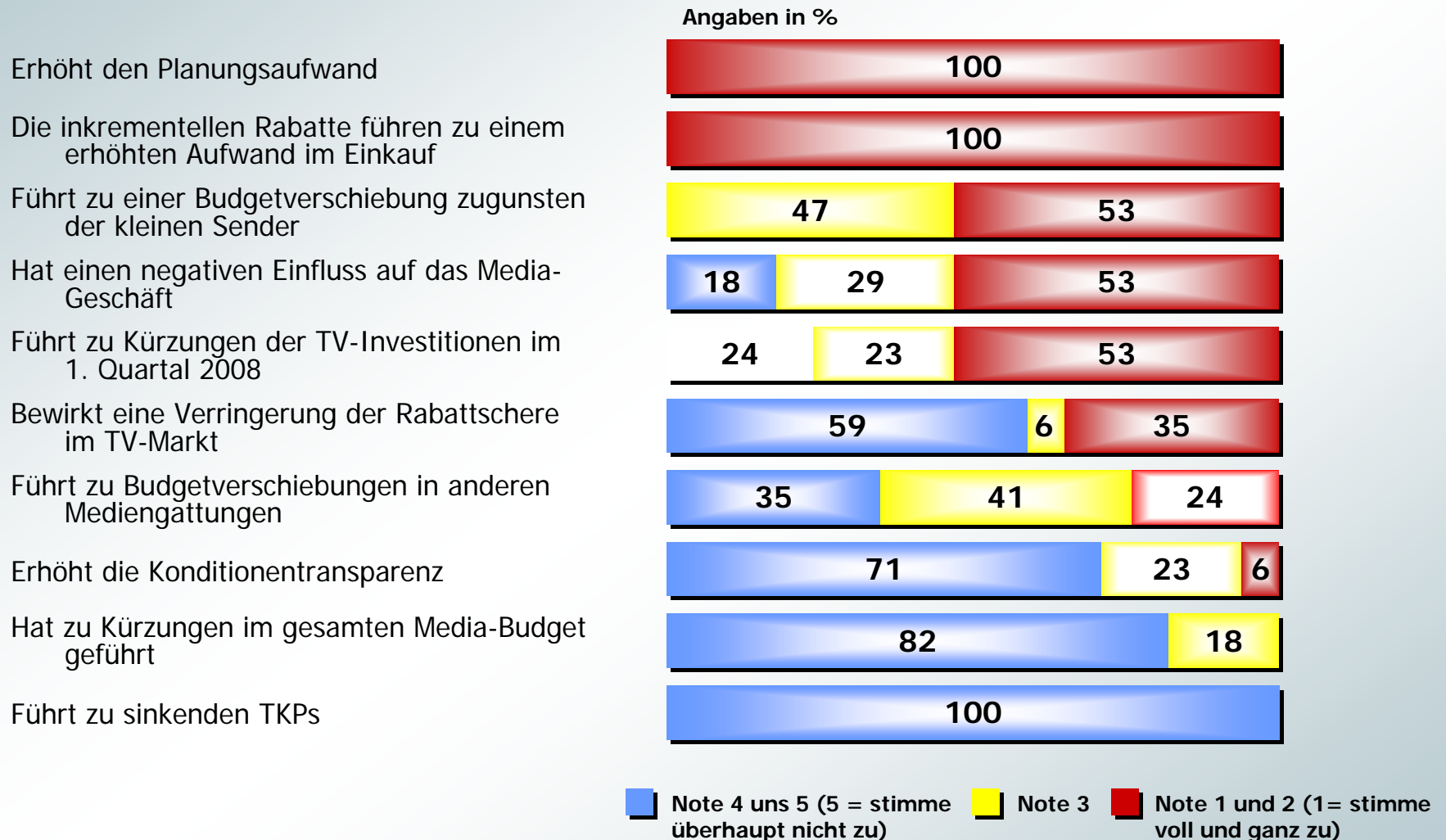
**Frage 14:** Geben Sie bitte die Anzahl der Auszubildenden, der Trainees und der Praktikanten an.

**Frage 15:** Wieviele **Mitarbeiter** sind **insgesamt** in Ihrer Agentur beschäftigt. Rechnen Sie bitte sich selbst und die Auszubildenden mit.

# Beurteilung der neuen TV-Vermarktungsmodelle



Wintermonitor 2008



**Frage 16:** Nun zu einem anderem Thema.

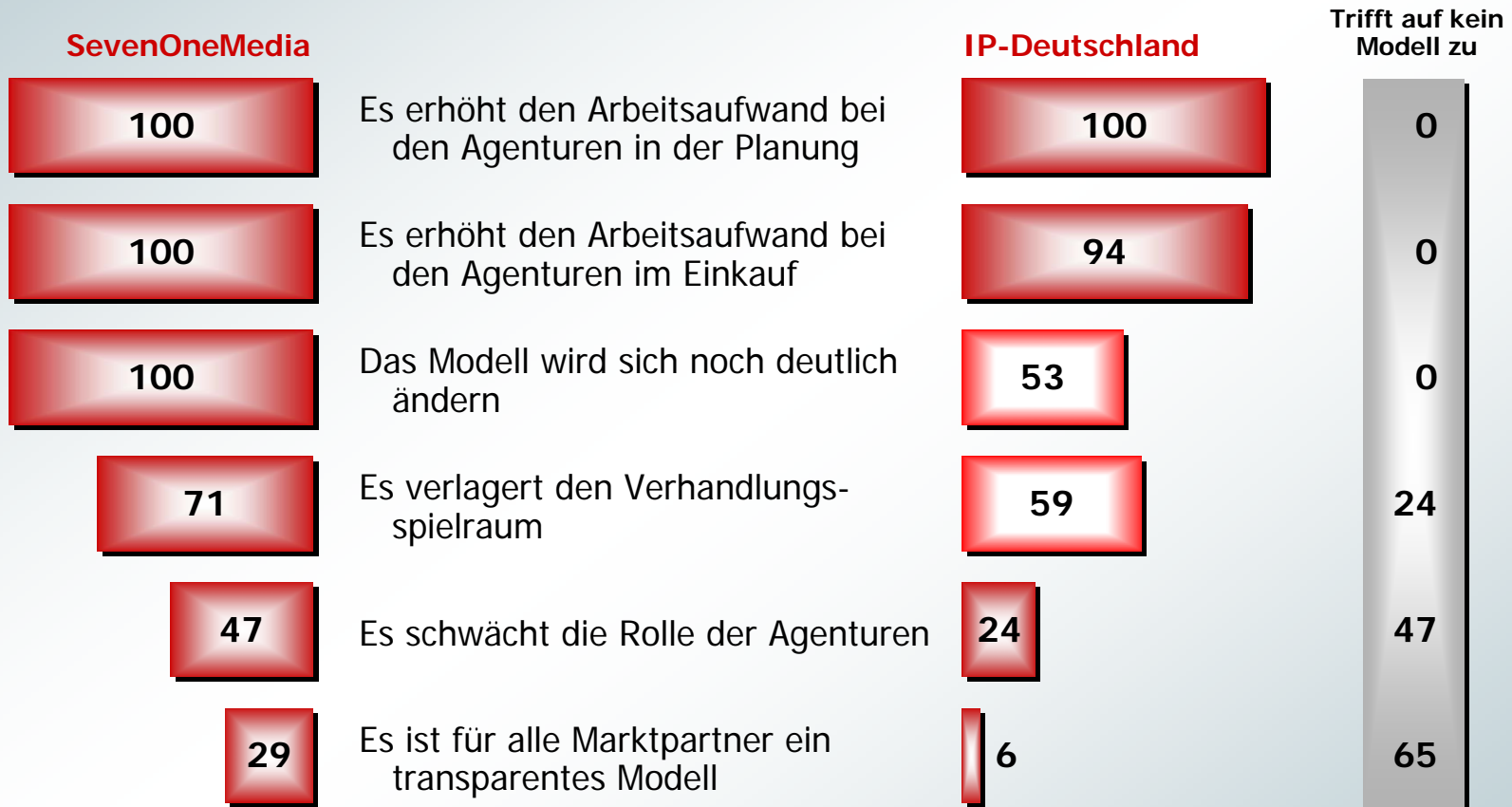
Die TV-Vermarkter IP-Deutschland und Sevenonemedia mussten im vergangenen Jahr auf Druck des Kartellamtes ihre Vermarktungsmodelle ändern. Bitte beurteilen Sie die neuen Modelle anhand einiger Aussagen. Dabei bedeutet Note 1 = 'stimme voll und ganz zu' und Note 5 = 'stimme überhaupt nicht zu'. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihr Urteil abstufen.

# Vergleich der neuen TV-Vermarktungsmodelle

Aussage trifft zu auf ...



Wintermonitor 2008



Angaben in %

**Frage 17:** Bitte vergleichen Sie jetzt die beiden neue Vermarktungsmodelle von IP und Sevenonemedia anhand nachfolgender Aussagen. Dabei kann eine Aussage sowohl auf beide Vermarktungsmodelle, auf nur ein Modell oder auf keines der beiden Modelle zutreffen.

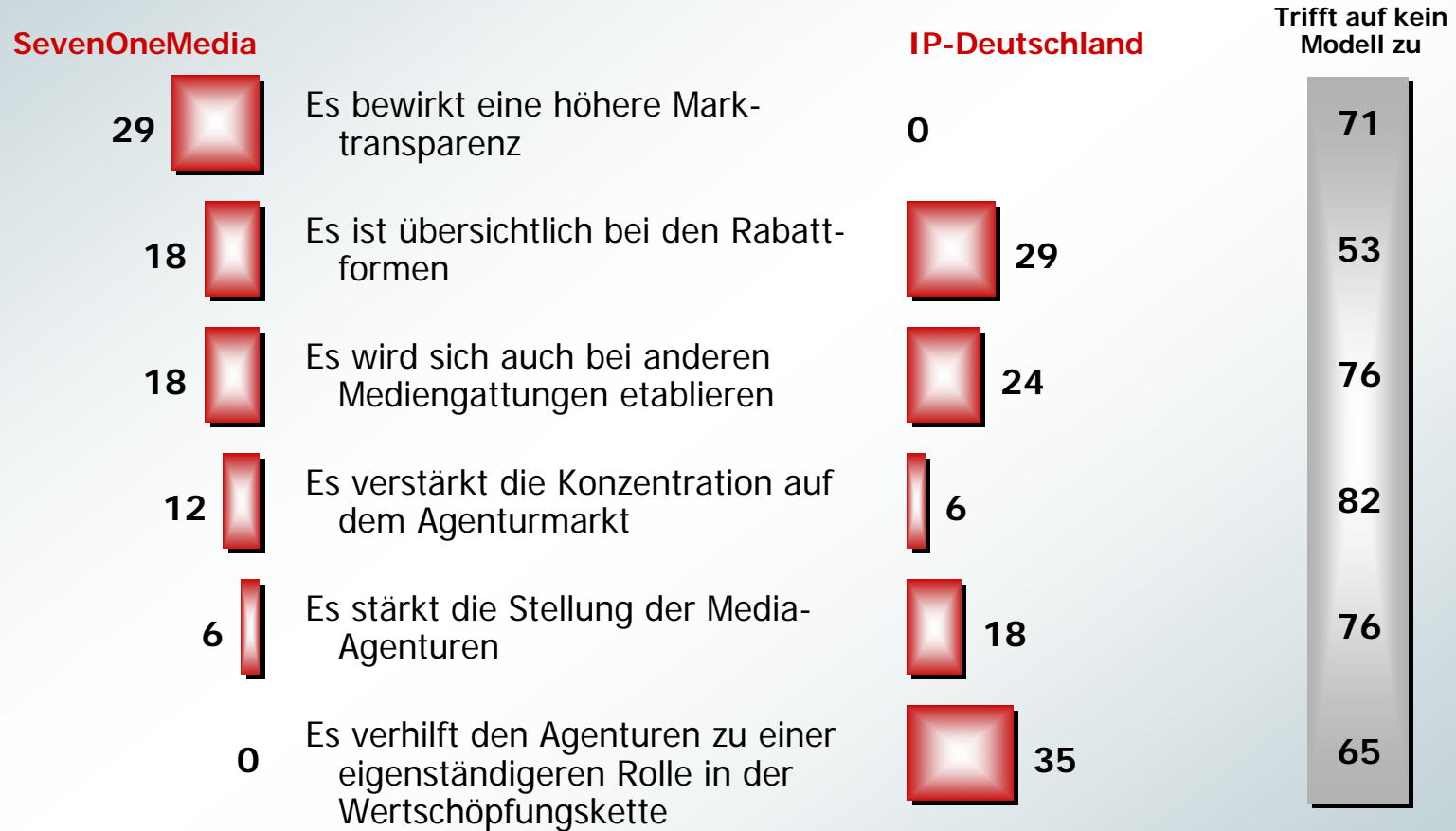
# Vergleich der neuen TV-Vermarktungsmodelle

Aussage trifft zu auf ...

(Fortsetzung)



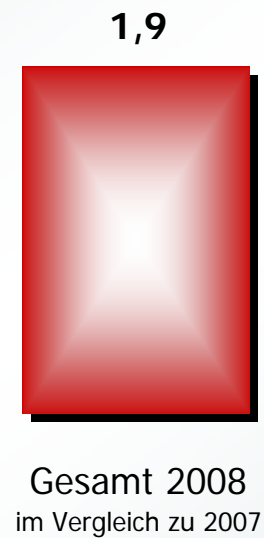
Wintermonitor 2008



Angaben in %

**Frage 17:** Bitte vergleichen Sie jetzt die beiden neue Vermarktungsmodelle von IP und Sevenonemedia anhand nachfolgender Aussagen. Dabei kann eine Aussage sowohl auf beide Vermarktungsmodelle, auf nur ein Modell oder auf keines der beiden Modelle zutreffen.

# Einschätzung: Gesamtwirtschaftliche Wachstumsrate der BRD im Vergleich zu 2007



**Frage 18:** Zum Schluss noch eine Frage zur gesamtwirtschaftlichen Konjunktur.

Wie ist Ihre persönliche Meinung, welche gesamtwirtschaftliche Wachstumsrate erwarten Sie für die Bundesrepublik Deutschland in 2008 im Vergleich 2007?