Leseprobe
Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘
können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

Studie: Abrechnung & Pricing in Agenturen

INHALT

VORWORT 5

METHODIK & BEFRAGTE

MANAGEMENT SUMMARY

ERGEBNISSE

ABRECHNUNGSMODELLE

STATEMENTS

DIE ROLLE DER EINKÄUFER

ANPASSUNG VON STUNDENSÄTZEN

STUNDENSÄTZE 32

APPENDIX 47

Leseprobe
Die vollständige Studie
‚Abrechnung & Pricing in Agenturen‘
können Sie hier bestellen.

#01
VORWORT

new
business
Market Insights

Die Pricing- und Abrechnungsstrategien der Agenturen

Bei so mancher Agentur beginnt die kreative Überzeugungsarbeit potenzieller Auftraggeber bereits bei der eigenen Preisliste: ‚Zehn Ideen in drei Wochen zum Festpreis von 10.000 Euro', ‚Bezahlung nur, wenn die Kreation auch einen Mehrwert erzielen konnten', ‚work for equity' oder ‚Zahlen Sie, was es Ihnen wert ist'.

Die Abrechnungs- und Pricing-Strategien gehören wie das Leistungsportfolio zu den …

Erfolgsabhängige Modelle sind noch die Ausnahme

Jede Agentur-Kunden-Beziehung wird von unterschiedlichen Parametern geprägt und variiert über die Zeit. Leistungsumfänge oder investierte Kapazitäten verändern sich, entsprechend häufig – mehr als ein Drittel… .

Leseprobe

Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**'
können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#02
METHODIK & BEFRAGTE

new
business
Market Insights

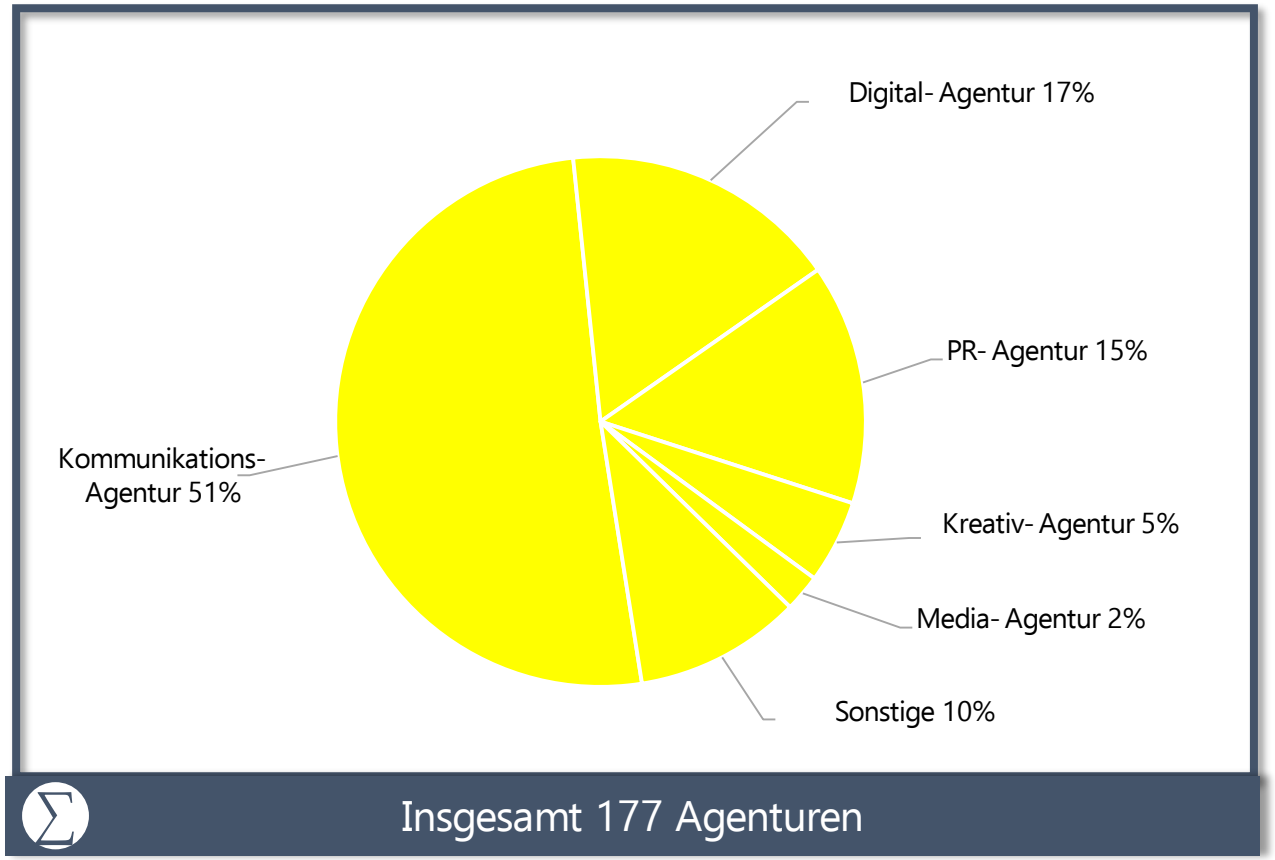
#02 METHODIK & BEFRAGTE

Methode:	Computergestützte Online-Interviews (CAWI)
Anzahl Befragte:	177 Geschäftsführer und Neugeschäfts-Verantwortliche in Agenturen
Agenturen:	Mit Sitz und Standorten in Deutschland
Teilnahmemöglichkeit:	Ausschließlich über persönliche Einladung mit individuellem Link
Befragungszeitraum:	26. Juni bis 14. Juli 2019
Durchführendes Institut:	GESS Gesellschaft für Software in der Sozialforschung mbH

new business Market Insights

#02 METHODIK & BEFRAGTE

Befragte Agenturen nach operativer Ausrichtung



Quelle: GESS & new business

Auswahlkriterien zur Befragungseinladung waren unter anderem Mitgliedschaften in Branchenverbänden (u.a. GWA, GPRA, BVDW, CMF, DDV) sowie die Listung in einschlägigen Rankings nach Disziplin und Führungstyp.

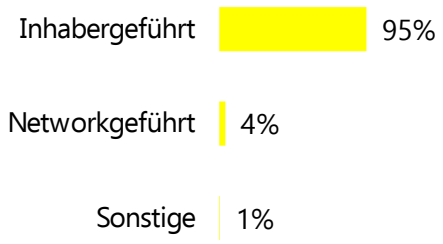
Gut die Hälfte der 177 befragten Agentur-Entscheider stammen aus einer Kommunikations- Agentur / Werbe- Agentur. Es folgen Digital- Agenturen (17 Prozent) und PR- Agenturen (15 Prozent).

Unter den „Sonstigen" befinden sich Agenturen für Kreation, Werbemittel, Design, CRM und Content.

new business Market Insights

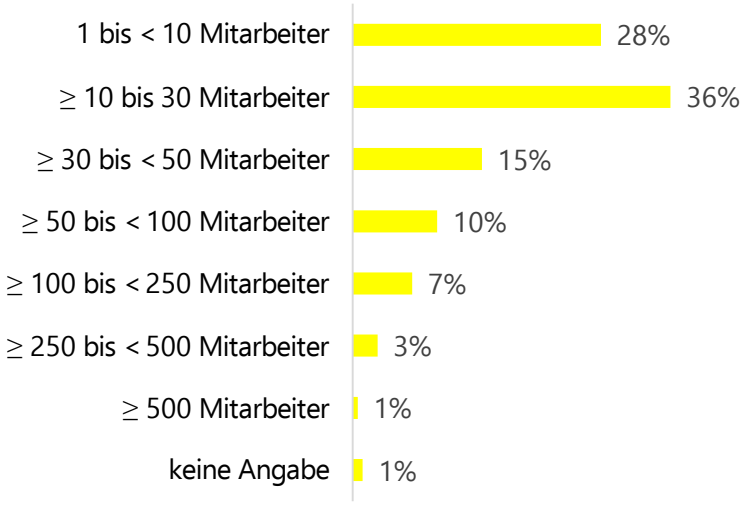
#02 METHODIK & BEFRAGTE

Befragte Agenturen nach
Führungstyp



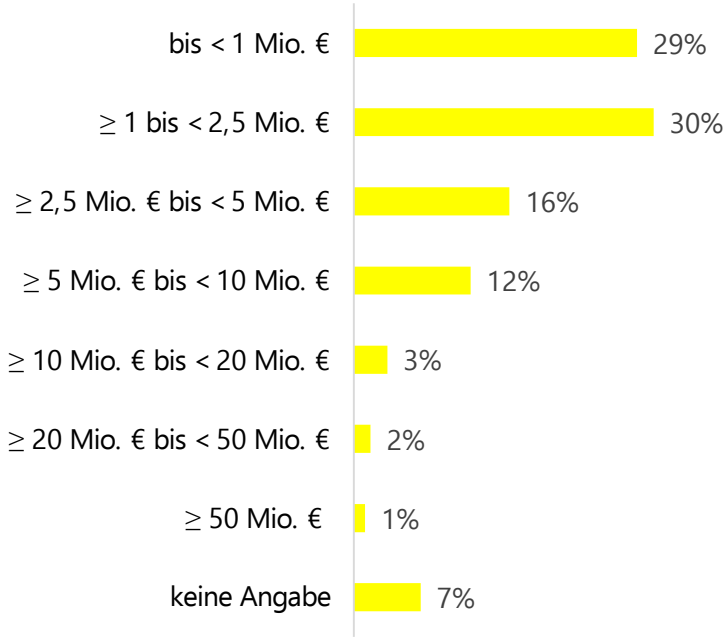
Die Befragten Agenturentscheider stammen zum Großteil aus einer inhabergeführten Agentur

Befragte Agenturen nach
Anzahl Mitarbeiter



Fast zwei Drittel (64 Prozent) der Teilnehmer stammt aus einer Agentur mit bis zu 30 Mitarbeitern

Befragte Agenturen nach
Honorarumsatz



Mehr als drei Viertel der befragten Agentur- Manager erreichen einen jährlichen Honorarumsatz von weniger als fünf Millionen Euro

Quelle: GESS & new business

new business Market Insights

#03
MANAGEMENT SUMMARY

new
business
Market Insights

#03 MANAGEMENT SUMMARY

Die Frage nach der eigenen Veränderung ist ständiger Begleiter der Kommunikationsszene. Interne und externe Faktoren sind stetige Anstoßgeber für Agenturen, sich kontinuierlich anzupassen und zukunftsfähig aufzustellen. Um konkrete Insights zu den Veränderungsprozessen innerhalb der Agenturlandschaft zu erhalten, hat 'new business' gemeinsam mit dem Marktforschungsinstitut GESS **177** deutsche Agentur-Entscheider zu ihren Abrechnungsmodellen und Stundensätzen befragt.

Bei der Mehrheit der befragten Agenturen dominiert die Abrechnungsform nach

Leseprobe

Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘ können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#04
ERGEBNISSE – ABRECHNUNG & PRICING

new business
Market Insights

#04 ERGEBNISSE – ABRECHNUNGSMODELLE

Welche Abrechnungsmodelle kommen in Ihrer Agentur zum Einsatz?
(Zustimmung in Prozent)

Sonstige, offene Nennungen:

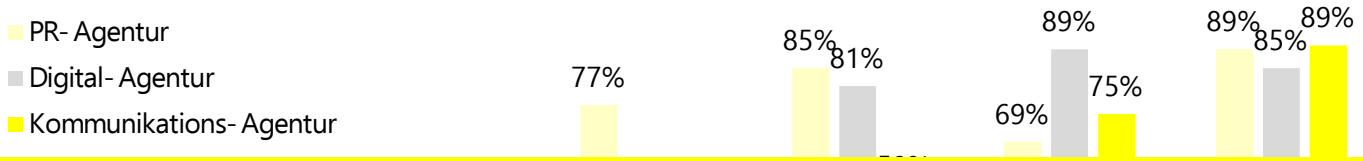
Leseprobe

Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘ können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#04 ERGEBNISSE – ABRECHNUNGSMODELLE

Welche Abrechnungsmodelle kommen in Ihrer Agentur zum Einsatz?
(Zustimmung in Prozent, nach Agenturtyp)



Unterschiede in der operativen Agenturausrichtung: Die Abrechnung über einen fixen Retainer kommt bei PR- und…

Leseprobe

Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘ können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#04 ERGEBNISSE – ABRECHNUNGSMODELLE

Welche Abrechnungsmodelle kommen in Ihrer Agentur zum Einsatz?
(Zustimmung in Prozent, nach Agenturführung)

Im Vergleich zwischen den Agentur- Führungstypen macht sich die Größe

Leseprobe

Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘ können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#04 ERGEBNISSE – ABRECHNUNGSMODELLE

Welche Abrechnungsmodelle kommen in Ihrer Agentur zum Einsatz?
(Zustimmung in Prozent, nach Agenturgröße)

Umso größer, desto variabler: Mit steigendem Agentur- Umsatz nehmen auch die in der Praxis eingesetzten Vergütungsmodelle zu.

Leseprobe

Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘ können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#04 STATEMENTS – ABRECHNUNGSMODELLE I

“ Wir merken, dass grundsätzlich Flexibilität angesagt ist, weil der Leistungsumfang oft zum Start eines Projektes oder einer Zusammenarbeit noch nicht in Gänze klar ist. Wir sorgen deshalb in allen Projektphasen für einen sehr transparenten Budgetstatus. Mit

“ Die Abrechnungsform nach Leistungshonorar und Pauschalverrechnung dominiert die Vergütungspraxis der befragten Agenturen. Mischformen wie etwa die

Leseprobe

Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘ können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#04 ERGEBNISSE – AUSSAGEN ZU ABRECHNUNG & PRICING

Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (1/2)
(Zustimmung Top2 in Prozent, Gesamt)

			Summe Top2*
Der Bereich Beratung & Strategie wird für unsere Agentur zukünftig noch wichtiger.	40%	39%	**79%**

Die Agenturmanager sehen zukünftig eine stärkere Nachfrage

Leseprobe

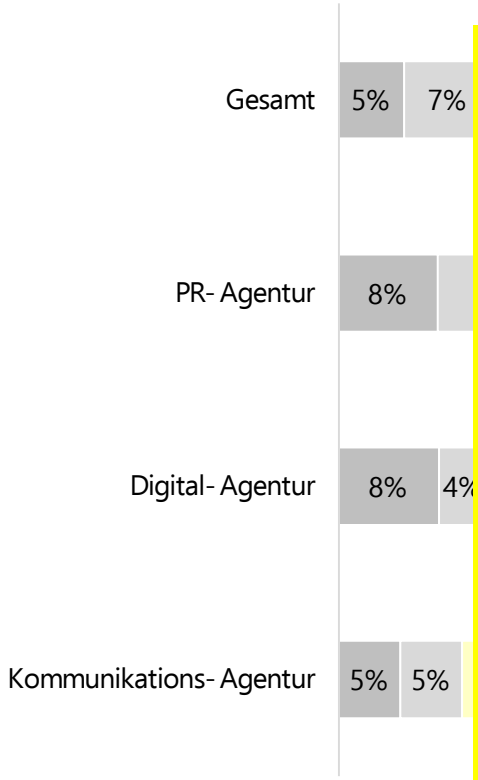
Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘ können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#04 ERGEBNISSE – EINKAUFSABTEILUNG

In wie viel Prozent der stattfindenden Verhandlungen ist die Einkaufsabteilung des Kunden involviert?
(Zustimmung in Prozent*, nach Agenturtyp)

Im Durchschnitt über alle Befragten



Quelle: GESS & new business; Mehrfachnennungen möglich
*Erfragt wurde die Zustimmung auf einer 5er- Skala (1 = 0 Prozent; b

Leseprobe
Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘ können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#04 ERGEBNISSE – EINKAUFSABTEILUNG

Wie wichtig ist die Einkaufsabteilung bei den Vertragsverhandlungen?
(Mittelwert Zustimmung*, nach Agenturgröße)

Gesamt

10 Mio. € bis unter 20 Mio. €

Ist der Kunde erst einmal gewonnen, gilt es im nächsten Schritt…

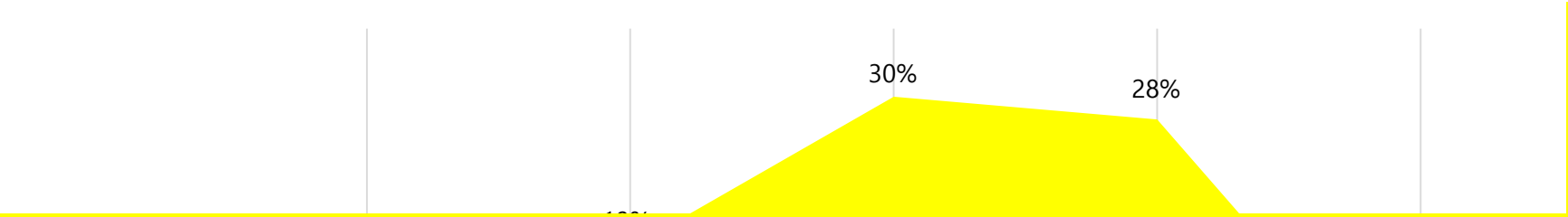
Leseprobe
Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘
können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#04 ERGEBNISSE – STUNDENSÄTZE

In welchen Intervallen werden die Stundensätze in Ihrer Agentur überprüft und ggf. angepasst?
(Mittelwert Zustimmung Gesamt)

Gut ein Drittel der befragten Agenturentscheider überprüft



Leseprobe

Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘ können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#04 STATEMENTS – PREISANPASSUNGEN

Flutlicht

“

Selbstverständlich überprüfen wir unsere Honorare und Stundensätze regelmäßig im Zuge der Evaluation unseres Serviceportfolios. Bei Anpassungen gehen wir sehr behutsam vor, insbesondere was unsere Kernstundensätze betrifft. Ein Augenmerk legen wir auf die transparente und für alle … .

“

Gut die Hälfte der befragten Agenturen passt ihre Stundensätze jedes oder jedes zweite Jahr an; einige

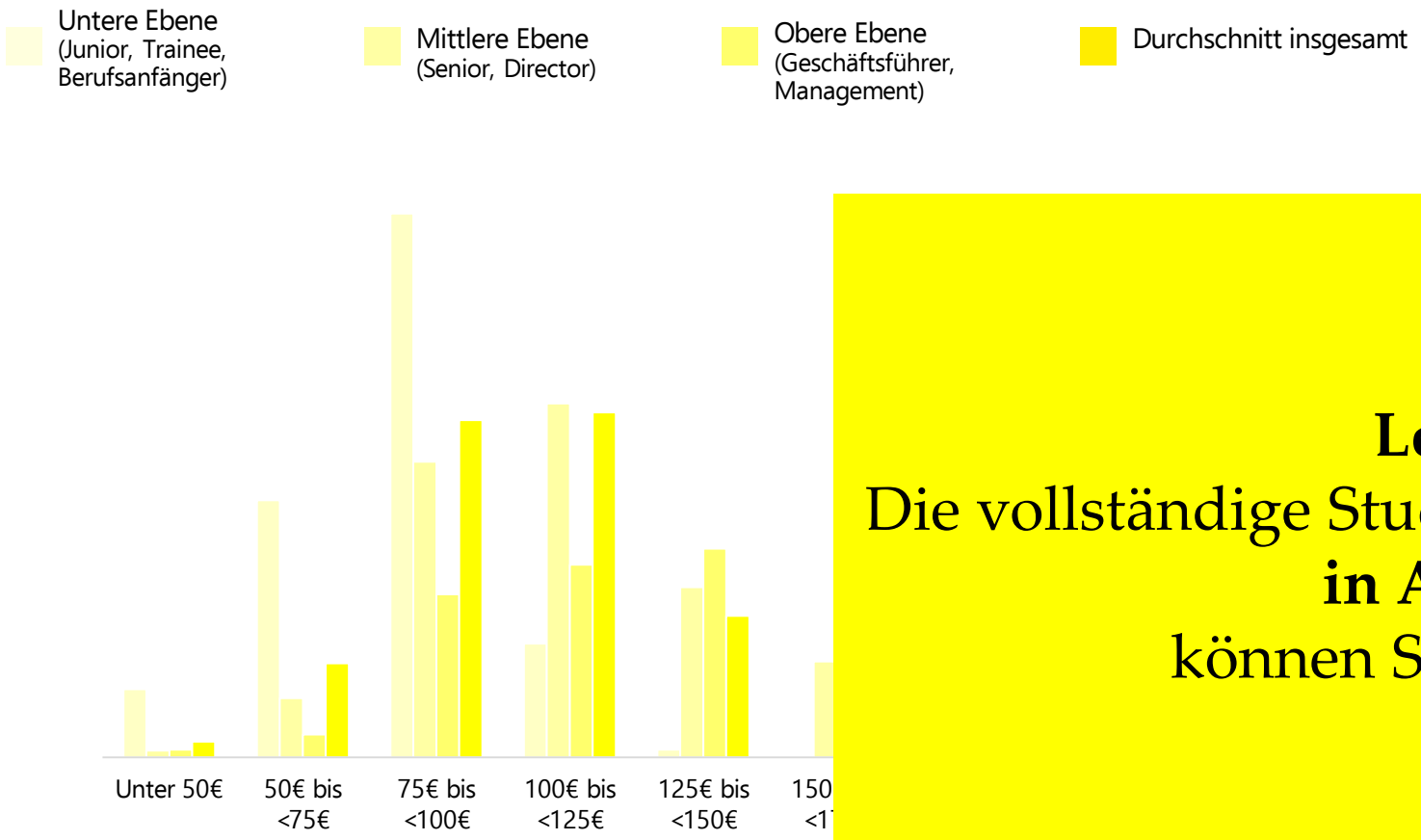
Leseprobe

Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘ können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#04 ERGEBNISSE – STUNDENSÄTZE

Stundensätze: **Kreation**
(Zustimmung in Prozent)



Im Durchschnitt aller Befragten und über alle Hierarchie- Stufen schwankt der Stundensatz für

Quelle: GESS & new business; Mehrfachnennungen möglich

Leseprobe
Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘
können Sie hier bestellen.

business Market Insights

#04 ERGEBNISSE – STUNDENSÄTZE

Stundensätze: **Strategie / Planner**
(Zustimmung in Prozent)

- Untere Ebene (Junior, Trainee, Berufsanfänger)
- Mittlere Ebene (Senior, Director)
- Obere Ebene (Geschäftsführer, Management)
- Durchschnitt insgesamt

Ø Gesamt		
< 100 €	100€ - 150 €	> 150 €

Für Planner und Strategen bewegen sich die Stundensätze im …

Leseprobe
Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘ können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#04 STATEMENTS – ALTERNATIVE MODELLE

“ Eine Performance- basierte Vergütung unserer Arbeit kann nur unter 100% handhabbaren Rahmenbedingungen auf Kundenseite auf faire Weise zur Anwendung kommen.

“ Wir plädieren immer dafür, dass Unternehmen ein performance- orientiertes Vergütungsmodell gemeinsam mit

Leseprobe

Die vollständige Studie ‚**Abrechnung & Pricing in Agenturen**‘ können Sie hier bestellen.

new business Market Insights

#05
APPENDIX

new
business
Market Insights

#05 APPENDIX – STUDIEN THEMENÜBERSICHT

Bisher als Artikel in der Printausgabe von new business und als Studie erschienene Befragungen:

2019 Q1 – Change Management

- Welche Auslöser für Change Prozesse gibt es?
- Die wichtigsten Instrumente im Change Prozess
- Externe Beratung im Change Prozess

2019 Q4 – Neugeschäft

- Die wichtigsten Neugeschäfts-Instrumente
- Woher kommt das Neugeschäft?
- Wie kommt man zum Pitch?

2018 Q3 – Kommunikations- und Kreativwettbewerb

- Die wichtigsten Kommunikations- und Kreativ-Wettbewerbe
- Warum reichen Agenturen ein?
- Wie hoch sind die Award-Budgets?

2018 Q2 - Social Media

- Die wichtigsten Kanäle
- Welche KPIs kommen zum Einsatz
- Das Kosten-Nutzen-Verhältnis der Kanäle

2018 Q1 – Recruiting

- Welche Positionen sind gefragt?
- Die Recruiting-Tools der Agenturen
- So schneiden Neueinstellungen ab

Bestellmöglichkeiten der Print-Ausgaben finden Sie unter:
www.new-business.de

oder direkt bei Birgit Jessen telefonisch unter: +49 40 609 009 62 oder per Mail: jessen@new-business.de

Bei Fragen zu dieser und den bisher veröffentlichten **Studien** wenden Sie sich gerne an Thomas Olbrisch (Telefon: +49 40 609009-86 oder Mail: olbrisch@new-business.de)

Seit 1991 die Spezialisten in der Markt- und Sozialforschung

GESS bietet Software sowie Dienstleistungen an, von der Datenerhebung und - erfassung über Tabellierung sowie PowerPoint- Charting bis hin zur Datenanalyse.

Software

- CATI – Management und Verwaltung von Telefonstudien
- Fragebogen-basierte Datenerhebung (online, offline, mobil)
- GESStabs – Effektive und flexible Tabellierung
- CHART FACTORY – Automatisiertes PowerPoint-Charting
- Lizensierung, Support und Schulung

Aus der Praxis – für die Praxis

Dienstleistungen

- Telefonbefragungen im eigenen CATI-Studio
- Online-, Offline- und mobile Befragungen
- Datenerfassung und Kodierung
- Tabellierung und Charting
- Datenanalyse

Fragen Sie uns – wir fragen für Sie!

Referenzen

dimap, infas, infratest dimap, FAKTENKONTOR, OWM, HEINEMANN, KANTAR TNS, Haspa Hamburger Sparkasse, SUCHT HAMBURG

Kontakt

GESS Gesellschaft für Software in der Sozialforschung mbH
Geschäftsführer: Knut Holzscheck, Uwe Stüve, Stephan Struck

Waterloohain 6 - 8
22769 Hamburg

Uwe Stüve, Geschäftsführer
Telefon: 040 – 853 753 443
E-Mail: u.stueve@gessgroup.de

www.gessgroup.de

new business Market Insights

#05 APPENDIX – AUTOREN, IMPRESSUM, DISCLAIMER, COPYRIGHT

Autoren:

Thomas Olbrisch (to)
Redakteur und Studienverantwortlicher
Tel.: +49 (40) 609009-68
E-Mail persönlich: olbrisch@new-business.de

Ilka Schwabedissen (is)
Ressortleiterin Kommunikation
Tel.: +49 (40) 609009-78
E-Mail: schwabedissen@new-business.de

Peter Strahlendorf (ps)
Verleger und Herausgeber
Tel.: +49 (40) 609009-11
E-Mail: strahlendorf@new-business.de

new business abonnieren:

Birgit Jessen
Vertriebsmarketing
Tel.: +49 (40) 609009-62
E-Mail: jessen@new-business.de

Veröffentlichung: Oktober 2019

Impressum: New Business Verlag GmbH & Co. KG, Nebendahlstraße 16, 22041 Hamburg, Tel.: +49 (40) 609009-0

Disclaimer: Für eine bessere Lesbarkeit wurde auf die differenzierte Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Alle verwendeten Personenbezeichnungen schließen daher beiderlei Geschlecht mit ein. Die vorliegende Studie wurde auf Grundlage der Befragungsergebnisse erstellt. Für die dargestellten Ergebnisse kann die New Business Verlag GmbH & Co. KG keine Gewähr auf sachliche Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität übernehmen. Zudem zeigt die Studie lediglich einen Ausschnitt des Marktes, dieser darf allerdings nicht als repräsentativ betrachtet werden. Erhebungen dieser Art bieten daher keine sichere Grundlage für Entscheidungen. Für etwaige Schäden, infolge der Ergebnisinterprätation entstehen, übernimmt die New Business Verlag GmbH & Co. KG keinerlei Haftung. Die Verwendung liegt ausschließlich in der Verantwortung des Lesers.

Copyright: © 2019 New Business Verlag GmbH & Co. KG, Bildrechte: © Adobe Stock - Doucefleur
All Rights Reserved.
www.new-business.de

Sämtliche Rechte an Inhalten, Gestaltungen und Konzepten liegen bei der New Business Verlag GmbH & Co. KG Mit Überlassung der Präsentation räumt der Verlag Agentur keinerlei Rechte an den Inhalten ein. Jegliche Verwertung, Vervielfältigung sowie Weitergabe an Dritte ist unzulässig und bedarf der ausdrücklichen schriftlichen Zustimmung des Verlages.