



Die Stimmung der deutschen Agenturbranche kühlt leicht ab

Agenturklima

Geschäftslage der Agenturbranche: Realismus weicht der Euphorie

Das erste Halbjahr 2018 ist gelaufen – Zeit für eine Zwischenbilanz: Das Entscheider-Barometer von 'new business' hat Agenturchefs zu ihrer Umsatz- und Mitarbeiterentwicklung befragt. Die generelle Stimmung: Positiv, wenn auch verhalten

Der deutschen Wirtschaft geht es gut – wenngleich auch schlechter als erwartet. Lag das ursprünglich für 2018 erhoffte Wirtschaftswachstum zu Beginn des Jahres noch bei 2,4 Prozent, senkte das **Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung** (DIW Berlin) seine Prognose zuletzt um 0,5 Prozentpunkte – statt 2,4 Prozent soll die deutsche Wirtschaftsleistung nur noch 1,9 Prozent wachsen. Unsicherheiten bei der US-Handelspolitik oder der unklare Kurs der neuen italienischen Regierung wirkten sich hemmend auf die Investitionsfreudigkeit aus. Trotz der etwas gedämpften Konjunktur sei die deutsche Wirtschaft weiterhin in guter Verfassung. Nach dem schwachen Jahresauftakt geht das DIW von einem dynamischen Sommerhalbjahr 2018 aus. Auch die Meinung von

DIW-Konjunktur-Experte **Simon Junker** stimmt (noch) optimistisch: "Auch wenn sich immer mehr Wolken am Himmel der deutschen Konjunktur zusammenbrauen, die deutschen Haushalte spüren davon zunächst noch nicht viel. Der Arbeitsmarkt bleibt vorerst robust, mehr und mehr Menschen haben einen Job und die Löhne steigen. Das führt dazu, dass mehr konsumiert wird, der private Verbrauch bleibt ein wesentlicher Treiber des Wachstums."

Der Ifo-Index, der als konjunktureller Frühindikator die Meinung von 9.000 Unternehmen erhebt, erlebte nach monatelanger Abwärtsrallye zuletzt im Juli und August 2018 ein kleines ein Sommerhoch. Dennoch: Die Stimmung bleibt angespannt. Insbesondere die



Foto: fischerAppelt

„ Das erste Halbjahr lief sehr zufriedenstellend. Wir konnten unser Bestandskundengeschäft ausbauen und neue Kunden gewinnen. Für Coral und Smart haben wir groß angelegte TV- und Digitalkampagnen, für unseren Kunden Otto ein neuartiges Newsroom-Projekt umgesetzt.

Matthias Wesselmann, Vorstand fischerAppelt

ausstehenden Einigungen im Handelskonflikt können laut Ifo-Institut weiterhin für starke Schwankungen der wirtschaftlichen Erwartungen sorgen.

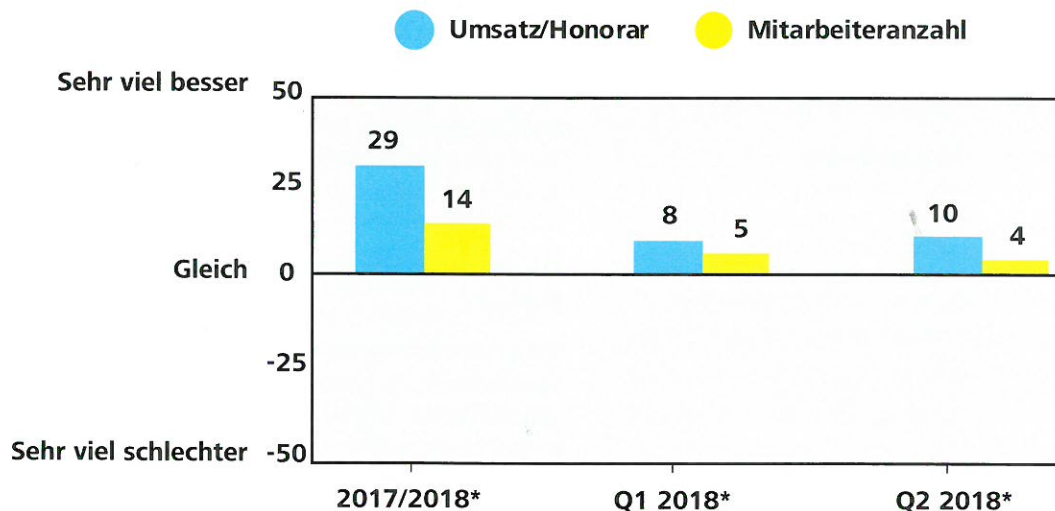
Honorare entwickeln sich besser als erwartet

Die leicht eingetrübten Konjunkturaussichten sind unlängst in der deutschen Agenturlandschaft angekommen. So zeichnen die Ergebnisse des Agenturklimas, ein ähnliches Stimmungsbild: Auf einer Skala von -50 ("sehr viel schlechter") bis 50 ("sehr viel besser") betrug der Index-Wert auf die Frage "Gemessen an Ihren Erwartungen, wie verlief das erste Halbjahr 2018 hinsichtlich Umsatz/Honorar?" 10 Punkte. Damit entwickelte sich das erste Halbjahr 2018 etwas besser als erwartet. Für das erste Quartal 2018 lag die Einschätzung noch etwas niedriger bei einem Indexwert von 8. Auch die Anzahl der Mitar-

beiter wurde im ersten Halbjahresabschnitt als noch positiv beurteilt (Indexwert: 4). Bei fischerAppelt sorgten laut Vorstandsmitglied Matthias Wesselmann gleich mehrere Faktoren für Wachstum: "Das erste Halbjahr lief sehr zufriedenstellend, wir konnten unser Bestandskundengeschäft ausbauen und neue Kunden gewinnen. Für Coral und Smart haben wir groß angelegte TV- und Digitalkampagnen, für unseren Kunden Otto ein neuartiges Newsroom-Projekt umgesetzt. Das personalisierte Ausspielen von Kommunikation und Content anhand von Daten trägt maßgeblich zum Erfolg der ganzen Gruppe bei." Die wichtigsten Treiber für Wesselmann, der die Bereiche Public Relations und Content Marketing bei fischerAppelt verantwortet, waren die Verzahnung von Content und Media, sowie neue Leistungsangebote in Softwaretechnologie und Content Marketing. Zudem trugen Etats für Corporate Communications aus

DAS ERSTE HALBJAHR 2018 LIEF AUS AGENTURSICHT ETWAS BESSER ALS ERWARTET

Mittelwert Zustimmung (Skala: -50 = "Sehr viel schlechter" bis 50 = "Sehr viel besser")

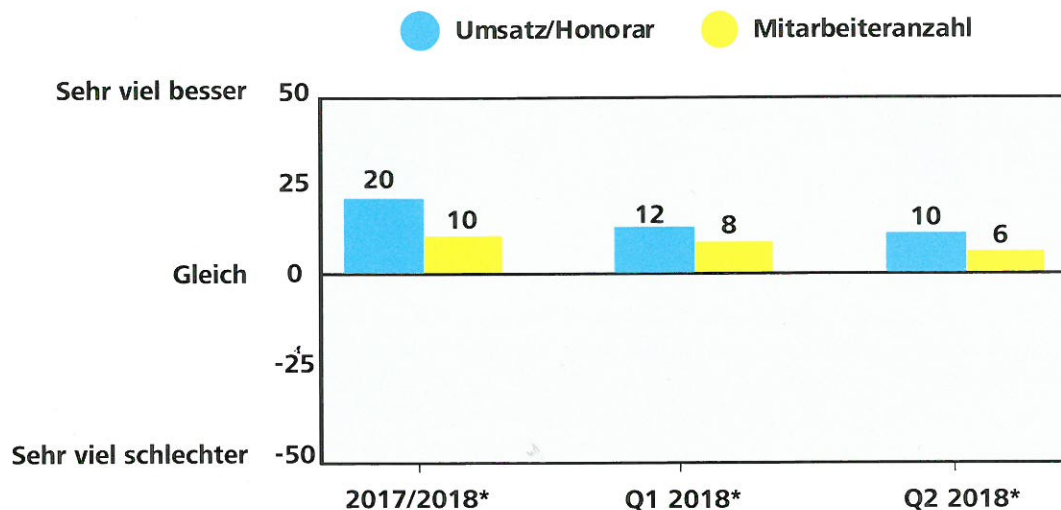


*Frage: Gemessen an Ihren Erwartungen, wie verlief das erste Halbjahr 2018 / 1. Quartal 2018 / 2017 hinsichtlich ... insgesamt? Quelle: GESS & new business Agenturklimabefragung, © new business 2018

Für die befragten Agenturverantwortlichen entwickelten sich Umsatz/Honorare sowie die Anzahl der Mitarbeiter im ersten Halbjahr 2018 etwas stärker als ursprünglich geplant

AGENTURCHEFS ERWARTEN LEICHTE VERBESSERUNG DER HONORARE/UMSÄTZE IM 2. HALBJAHR 2018

Skala: -50 = "Sehr viel schlechter" bis 50 = "Sehr viel besser"



*Frage: Verglichen zum ersten Halbjahr 2018 / 1. Quartal 2018 / 2017, wie schätzen Sie das weitere Geschäftsjahr gemessen an ... ein? Quelle: GESS & new business Agenturklimatebefragung, © new business 2018

Hohe Erwartungen flachen ab: Hinsichtlich der Entwicklung von Umsatz/ Honorar und der Anzahl von Mitarbeiter rechnen Agenturverantwortliche nur mit einer leichten Verbesserung im zweiten Halbjahr 2018

den Branchen FMCG, Healthcare und Technologie zum Erfolg bei. Auch bei der PR-Agentur **Hill+Knowlton Strategies** (H+K) blickt CEO **Rüdiger Maeßen** auf eine erfolgreiche erste Jahreshälfte: "Wir konnten neue namhafte Unternehmen und Marken von unseren Leistungen überzeugen, insbesondere im Kontext digitaler Kampagnen und unsere bestehenden Kundenbeziehungen an vielen Stellen weiter ausbauen. Wir wachsen aktuell in allen Segmenten und Services unseres Geschäftes. Besonders nachgefragt werden Influencer Relations, di-

gitalgetriebene PR-Kampagnen, Change und Employee Engagement Beratung und Trainings im Kontext unserer Krisenmanagement Services." Die weltweit tätige Agentur mit Deutschland-Zentrale in Frankfurt am Main hat einen Schwerpunkt im Bereich Krisen-PR und eigens dafür das Krisensimulations-Tool "FlightSchool" entwickelt. laut Maeßen trug insbesondere die Nachfrage an Trainings- und Beratungsleistungen zum Erfolg bei.

Trotz der guten Stimmung besteht kein Anlass zur Euphorie: Im Rückblick lag die wirtschaftliche Entwicklung des ersten Halbjahres nur leicht über den Erwartungen der Branche. Ob 2018 an das starke 2017 anknüpfen kann, bleibt offen. Zum Jahreswechsel 2017/2018 lag der Indexwert für 2017 bei 29 – damit fielen die Honorar- und Umsatzeinnahmen deutlich höher aus als angenommen. Zu diesem Zeitpunkt lagen die Erwartungen an das Geschäftsjahr 2018 auch noch deutlich höher (Index-Wert: 20).

AGENTURKLIMA – STUDIENSTECKBRIEF

Erhebungsmethode:	Computergestützte Online-Interviews
Befragte:	156 Geschäftsführer und Agentur-Verantwortliche in Agenturen mit Sitz/Standort in Deutschland
Teilnahmemöglichkeit:	Persönliche Einladung zur Umfrage
Befragungszeitraum:	17.07.2018 bis 26.08.2018
Start nächste Befragung:	Ende September 2018

Durchführendes Institut: GESS Gesellschaft
für Software in der Sozialforschung mbH



Leicht steigende Erwartungen für das zweite Halbjahr

Auch in der zweiten Jahreshälfte gehen die Agenturverantwortlichen von einer leichten Verbesserung des geschäftlichen Umfeldes aus. "Klenk & Hoursch blickt auf ein insgesamt sehr starkes erstes Halbjahr 2018 zurück, mit dynamischem Wachstum beim Honorarumsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Wir erwarten für das zweite Halbjahr 2018 ebenfalls ein Umsatzwachstum gegenüber dem Vorjahreszeitraum, allerdings wird dieses im Vergleich zum ersten Halbjahr vermutlich etwas moderater ausfallen. Wir sehen weiterhin eine gute



Foto: Innocean

„Das erste Halbjahr stimmt uns sehr zuversichtlich. In der Region, für die wir in Frankfurt als Regional Headquarter verantwortlich sind, konnten insbesondere unsere Büros in Paris, Istanbul und Moskau das Geschäft mit lokalen Kunden außerhalb der Hyundai Motor Group ausbauen. Mit Projekten für Unternehmen, wie Metro oder Turkish Airlines, können wir zukünftig unsere Kompetenzen neu beweisen und unser Wachstum in Europa weiter forcieren

Andreas Cordt,
Chief Operating Officer Innocean Worldwide Europe

„Wir sind überaus zufrieden mit dem Verlauf des ersten Halbjahres 2018 und blicken auch weiterhin optimistisch in die zweite Jahreshälfte. Wir konnten neue namhafte Unternehmen und Marken von unseren Leistungen überzeugen, insbesondere im Kontext digitaler Kampagnen und unsere bestehenden Kundenbeziehungen an vielen Stellen weiter ausbauen.

Rüdiger Maeßen, CEO Hill+Knowlton Strategies



Foto: HK Strategie



Foto: Klenk & Hoursch

„Klenk & Hoursch blickt auf ein insgesamt sehr starkes erstes Halbjahr 2018 zurück, mit dynamischem Wachstum beim Honorarumsatz gegenüber dem Vorjahreszeitraum. Wir konnten in dem Zeitraum einige neue Kunden gewinnen, unter anderem die Page Group und SAP Concur.

Tobias Müller, Managing Partner Klenk & Hoursch

Auftragslage in einem volatilen Marktumfeld", kommentiert **Tobias Müller**, Managing Partner bei **Klenk & Hoursch**. Etwas besser wird sich die Anzahl der Mitarbeiter in den Agenturen entwickeln. Dennoch: Die hohen Erwartungen zu Jahresbeginn konnten sich im ersten und zweiten Quartal nicht bestätigen und wurden nach unten korrigiert. Agentur-Geschäftsführer wie **Sebastian Herbst** vom PoS-Spezialisten **Combera** aus München hoffen auf einen Jahresendspurt: "Mit unseren innovativen Services im Bereich PoS Sales, PoS Marketing und Retail Solutions im Bereich PoS Intelligence wird es voraussichtlich zum Jahresend- und Weihnachtsgeschäft noch eine positive Umsatzentwicklung und somit eine stabil-positive Ergebnisentwicklung geben." (to)

Sie sind Geschäftsführer einer Agentur und wurden nicht zur Befragung eingeladen? Dann bitte eine kurze Mail mit Namen und Agenturnamen an: agenturklima@new-business.de
Teilnehmer erhalten exklusive Insights zu den ausführlichen Ergebnissen des Agenturklimas.
Die nächste Befragungswelle startet voraussichtlich Ende September 2018

new
business
Agenturklima