

AgencyArrangement

Auswertung der Studie

„Auswirkungen der Corona-Krise
auf die Struktur der Agenturlandschaft
in der Region D/A/CH“

Studie der Reihe „Was macht Geschäftsbeziehungen in der Agentur-Branche erfolgreich?“

An wen richtet sich die Studie?

Entscheider inhaber- wie managementgeführter Agenturen jeder Größenordnung, Organisationsform und Ausrichtung in der Region D/A/CH

Zeitraum der Erhebung:

30.04.2020 bis 30.06.2020

Datenschutz:

Alle Daten wurden ausschließlich zur Auswertung im Rahmen dieser Studie erhoben und anschließend gelöscht. Eine Weitergabe der Rohdaten an Dritte erfolgt nicht.

Veröffentlichung der Ergebnisse:

Die Veröffentlichung der Ergebnisse der Studie erfolgt auf www.agencyarrangement.de. Deren Nutzung ist kostenfrei und an keinerlei Verpflichtungen gebunden.

Zum erhebenden Unternehmen:

AgencyArrangement matcht seit 2005 nachhaltig erfolgreiche Geschäftsbeziehungen in der Agenturbranche.

AgencyArrangement ist eine Dienstleistungsmarke der Partner & People Consultants GmbH & Co. KG, Gaggenau

Ansprechpartner bei Rückfragen:

Thomas Keller | Partner; E-Mail: thomas.keller@agencyarrangement.de; Mobil +49-(0)162-54019185, Tel. +49-(0)551-6337291

Wissenschaftliche Beratung:

Diane Brüggemann, M. A. Linguistik, Pädagogik, Psychologie und MBA European Management

Begleitende Brancheninsider:

Magnus Schubert, Dipl. Betriebswirt, Vorstand und Geschäftsführer mit Verantwortung für zahlreiche Digitalagenturen

The People Who Do – TPWD mit den Agenturunternehmern Erik Hildenbrand, Tobias Raddatz, Philipp Wilimzig

Kollaborationspartner:

Das AgenturCamp, www.dasagenturcamp.de, Hans-Gerhard Kühn

Die wichtigsten Ergebnisse im Überblick:

- über 40 % der Teilnehmer an der Studie sehen im Auf- bzw. Ausbau von Geschäftsbeziehungen ein adäquates Mittel, um sich für die Zukunft besser aufzustellen.
- komplementäre Ergänzungen zwischen den Geschäftspartnern werden einem „More of the same“ vorgezogen.
- eine breite Offenheit, eine Geschäftsbeziehung mit einem Geschäftspartner einzugehen, der nicht primärer Marktteilnehmer (also selber keine Agentur) der Agenturbranche ist, ist gegeben
- Gut ein Drittel der Teilnehmer beschäftigen sich bereits mit dem Thema „Auf- und Ausbau von Geschäftsbeziehungen“. Ein guter Teil davon verfolgt schon konkrete Matchings.
- Angestrebt werden zwar vertraglich verbindliche Geschäftsbeziehungen, deren Level aber vergleichsweise niedrig in Hinsicht auf Beteiligungshöhen angelegt werden sollen. Alternativ sind Fusionen und Verschmelzungen eine konkrete Option.

Frage 1: Welche Auswirkung nimmt die Corona-Krise auf Ihre Agentur?

Antworten: 130 von 130 | Mehrfachnennungen möglich: Nein | Erhebungszeitraum: 05/2020 – 07/2020

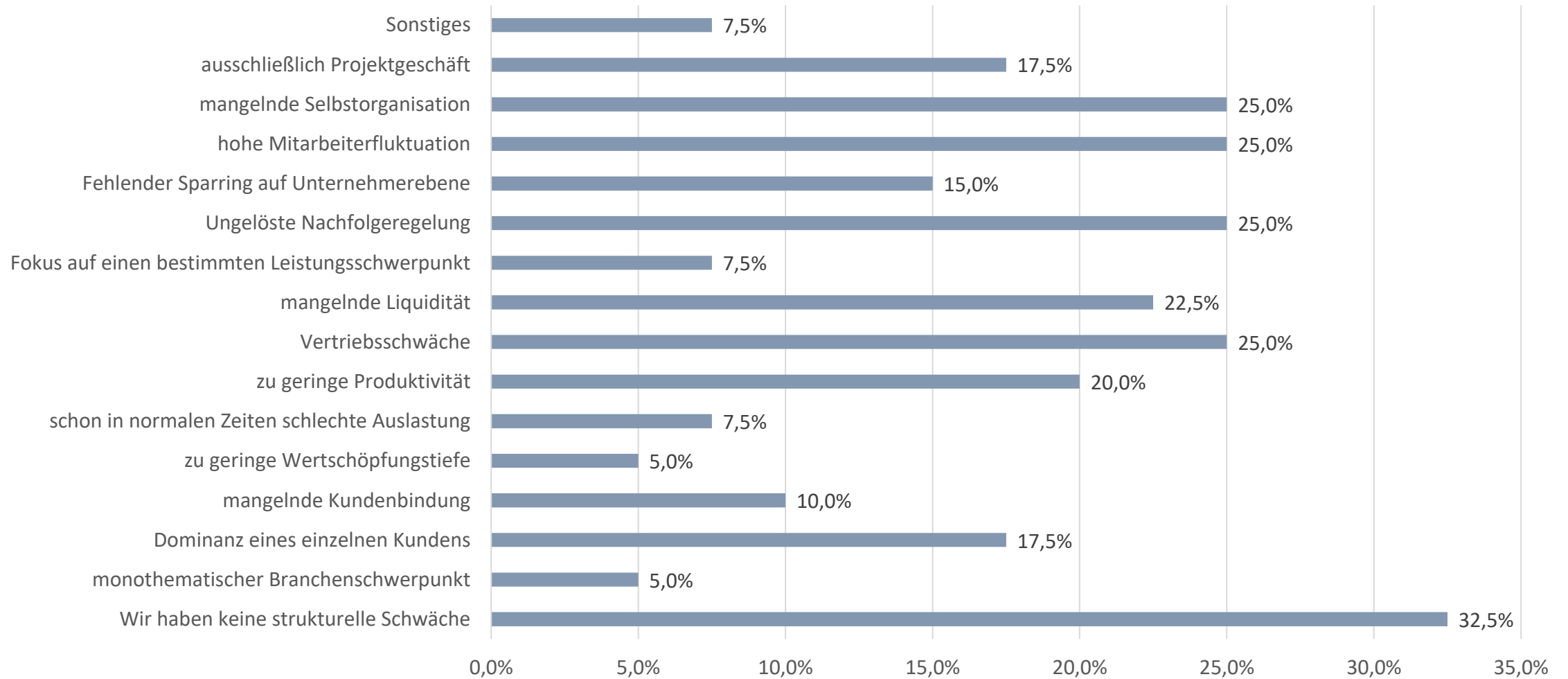


Kommentar: Hier ist eine hohe Standardabweichung zum Mittelwert zu konstatieren. Digital-Agenturen gehören meist zu den Gewinnern der Corona-Krise, LiveCom zu den großen Verlierern.

Auswertung der AgencyArrangement-Studie „Auswirkungen der Corona-Krise auf die Struktur der Agenturlandschaft in der Region D/A/CH“

Frage 2: Welche strukturellen Schwächen machen sich in der Krise besonders bemerkbar?

Antworten: 130 von 130 | Mehrfachnennungen möglich: Ja | Erhebungszeitraum: 05/2020 – 07/2020

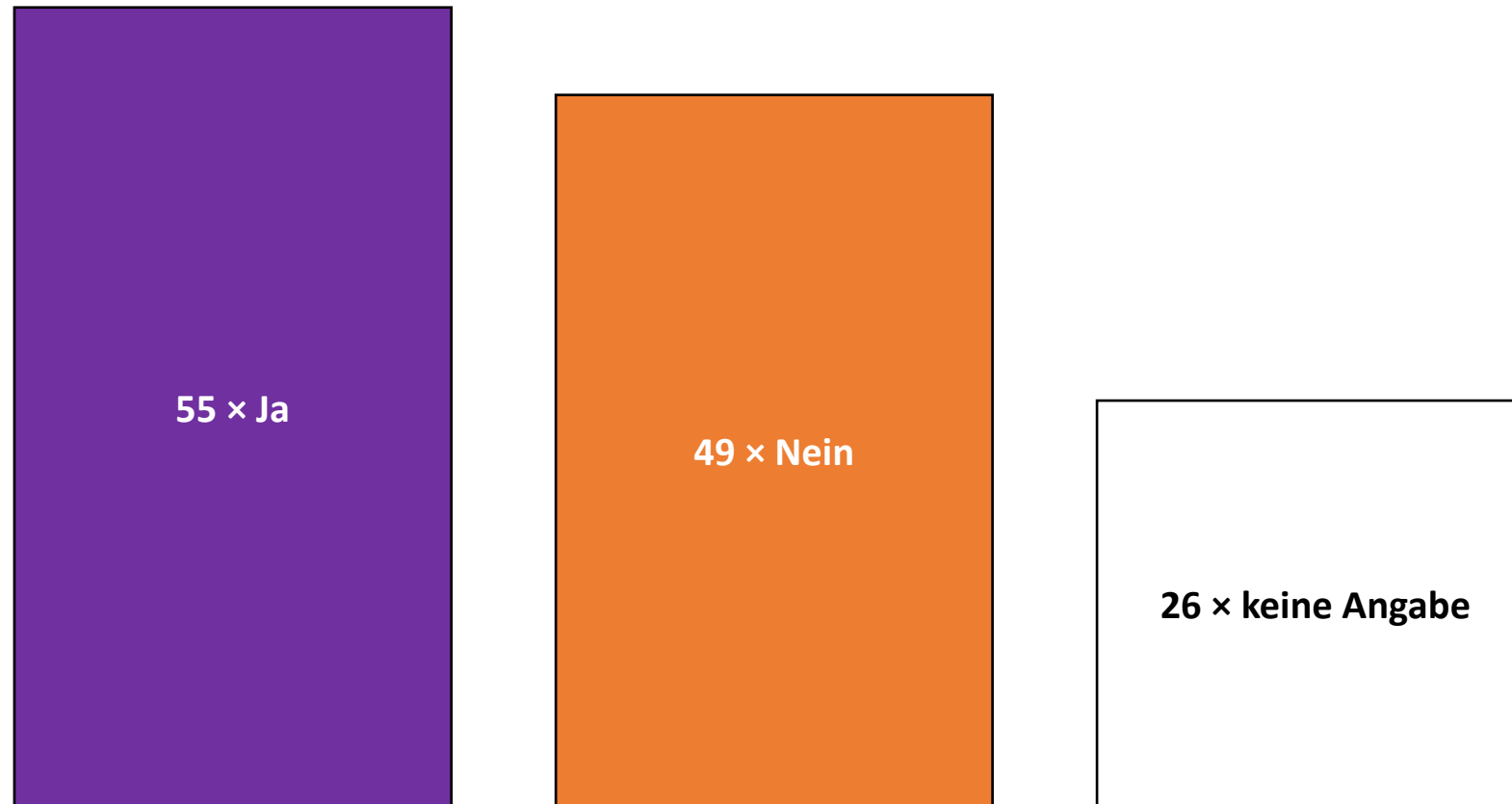


Kommentar: die Bandbreite und relativ gleichmäßige Verteilung der erkannten strukturellen Schwächen lässt den Schluss zu, dass die Corona-Krise nicht ursächlich für diese verantwortlich ist. Sie fungiert hier eher als „Brandbeschleuniger“.

Auswertung der AgencyArrangement-Studie „Auswirkungen der Corona-Krise auf die Struktur der Agenturlandschaft in der Region D/A/CH“

Frage 3: Könnte der An- oder Zusammenschluss mit einer oder mehreren Agenturen dazu beitragen diese strukturellen Schwächen abzubauen?

Antworten: 104 von 130 | Mehrfachnennungen möglich: Nein | Erhebungszeitraum: 05/2020 – 07/2020

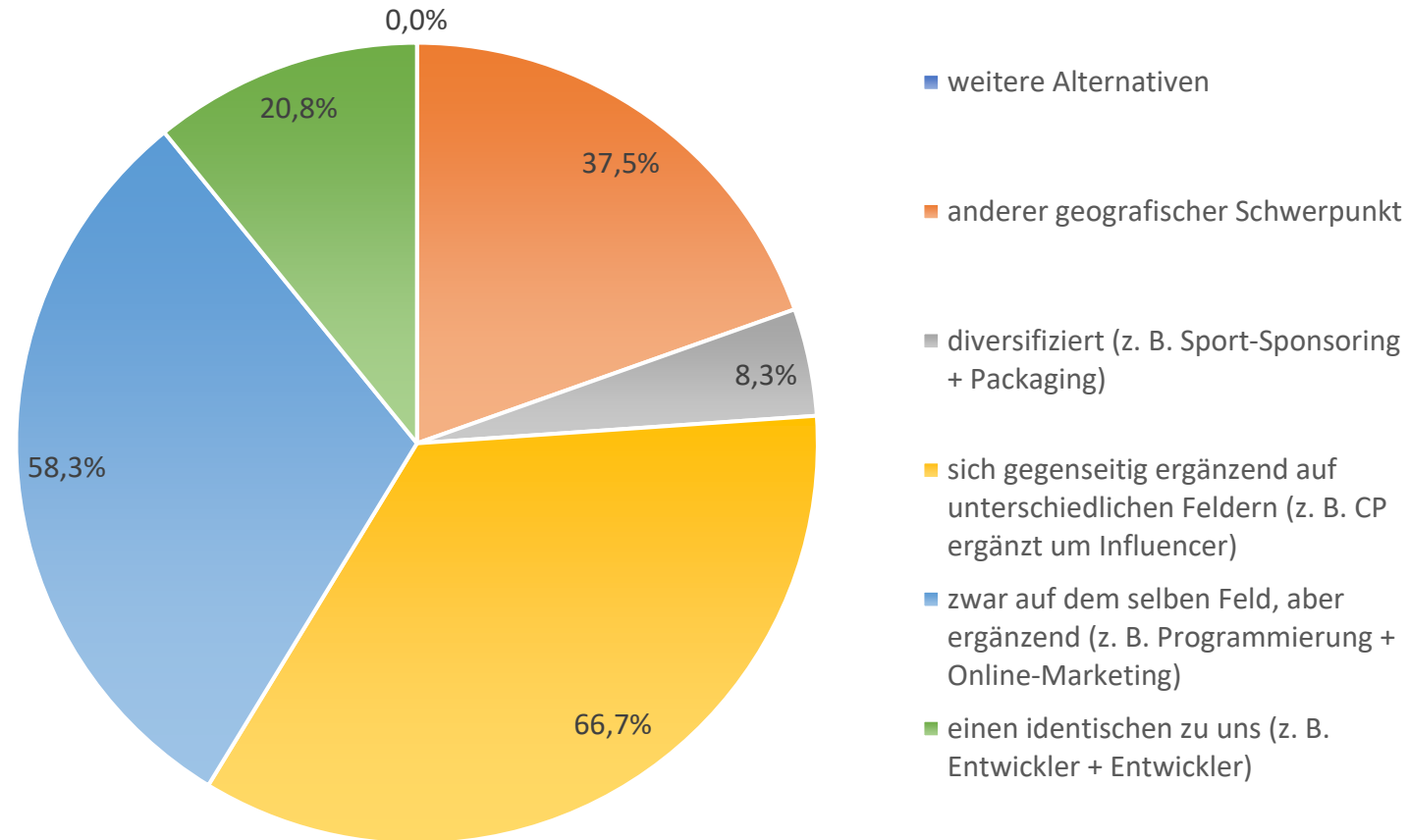


Kommentar: über 40 % der Teilnehmer sehen in einer neuen Geschäftsbeziehung eine Chance, sich in der Zukunft besser aufzustellen. Frage 7 bestätigt diese Größenordnung.

Auswertung der AgencyArrangement-Studie „Auswirkungen der Corona-Krise auf die Struktur der Agenturlandschaft in der Region D/A/CH“

Frage 4: Welche Leistungsschwerpunkte des oder der neuen Agenturpartner wären ein guter Match?

Antworten: 78 von 130 | Mehrfachnennungen möglich: Ja | Erhebungszeitraum: 05/2020 – 07/2020

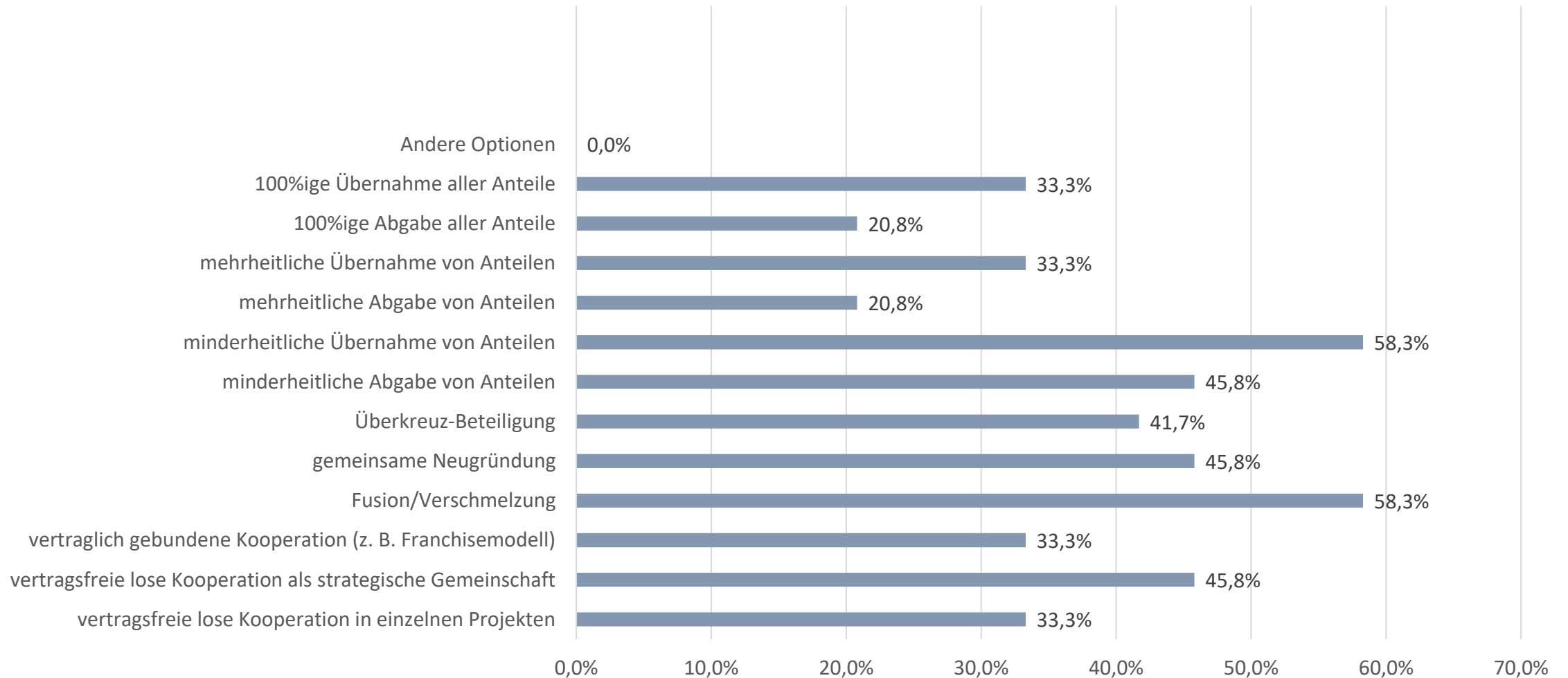


Kommentar: Hier spielt mit Sicherheit die wachsende Komplexität von Kundenanforderungen eine Rolle. Wer breiter aufgestellt ist, kann Kundenwünsche in einer größeren Tiefe bedienen.

Auswertung der AgencyArrangement-Studie „Auswirkungen der Corona-Krise auf die Struktur der Agenturlandschaft in der Region D/A/CH“

Frage 5: Welcher Grad der Verbindlichkeit einer neu eingegangenen Geschäftsbeziehung wäre grundsätzlich denkbar?

Antworten: 78 von 130 | Mehrfachnennungen möglich: Ja | Erhebungszeitraum: 05/2020 – 07/2020

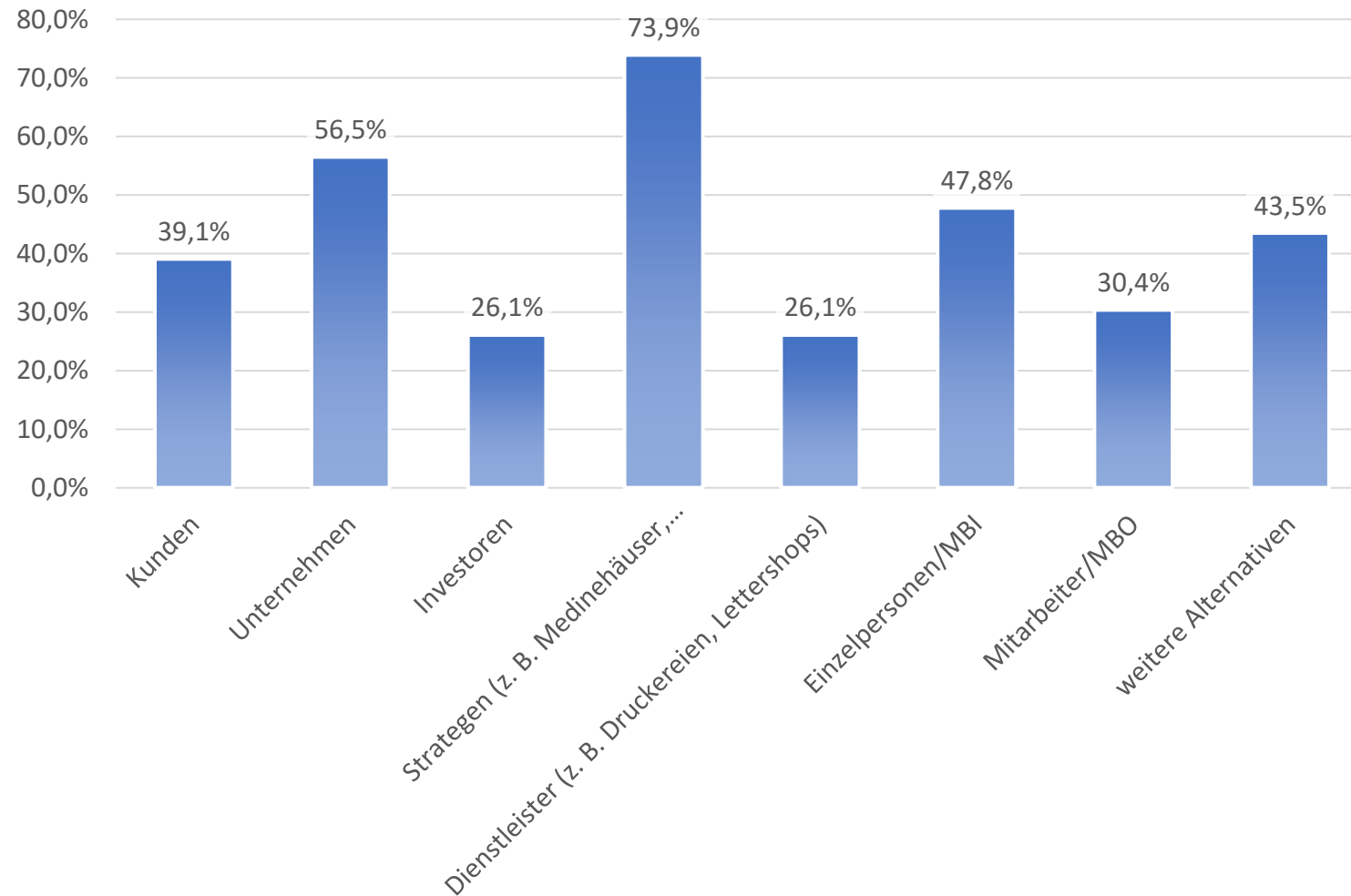


Kommentar: auf der einen Seite wird zwar die Verbindlichkeit einer vertraglich geregelten Geschäftsbeziehung gesucht, auf der anderen Seite aber auf einem Level, der nur in eher geringem Maß in die eigene unternehmerische Freiheit eingreift.

Auswertung der AgencyArrangement-Studie „Auswirkungen der Corona-Krise auf die Struktur der Agenturlandschaft in der Region D/A/CH“

Frage 6: Wer käme alternativ zu einer oder mehreren Agenturen als Partner in Frage?

Antworten: 69 von 130 | Mehrfachnennungen möglich: Ja | Erhebungszeitraum: 05/2020 – 07/2020



Kommentar: die Offenheit gegenüber sehr unterschiedlichen neuen Geschäftspartnern kann auf der einen Seite die Erkenntnis sein, dass zielorientiert gesucht wird, aber auch, dass die Suchprofile zu einem guten Teil noch nicht qualifiziert entwickelt und definiert wurden.

Auswertung der AgencyArrangement-Studie „Auswirkungen der Corona-Krise auf die Struktur der Agenturlandschaft in der Region D/A/CH“

Frage 7: Wie konkret ist Ihre Überlegung, eine oder mehrere neue Geschäftsbeziehungen einzugehen?

Antworten: 78 von 130 | Mehrfachnennungen möglich: Nein | Erhebungszeitraum: 05/2020 – 07/2020

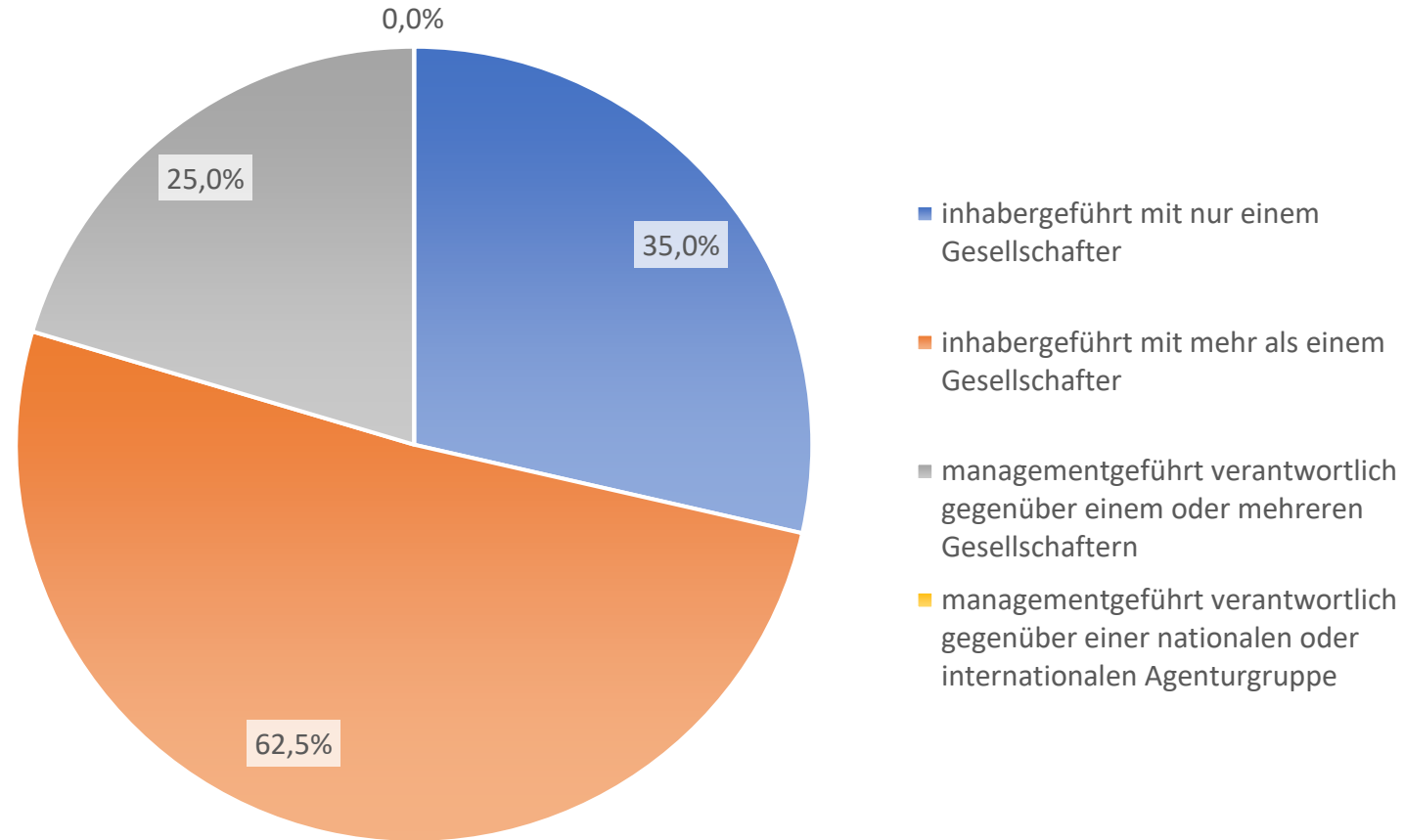
Das ist für uns keine Überlegung mehr. Wir sind bereits unabhängig von der Corona-Krise in den letzten 24 Monaten eine oder mehrere neue Geschäftspartnerschaften eingegangen	12,1 %
Wir sind aktuell unabhängig von der Corona-Krise auf der Suche nach einem oder mehreren neuen Geschäftspartnern	39,4 %
Wir sind im Zuge der Corona-Krise bereits auf die Suche nach einem oder mehreren passenden neuen Geschäftspartnern gegangen	6,1 %
Wir machen uns in Kürze auf die Suche nach einem oder mehreren passenden Geschäftspartnern	
Wir machen uns in Kürze auf die Suche nach einem oder mehreren passenden Geschäftspartnern	6,1 %
Wir werden selber nicht aktiv nach Geschäftspartnern suchen, sind aber Gesprächen gegenüber aufgeschlossen, wenn wir angesprochen werden	24,2 %
Wir werden auf absehbare Zeit keine neue Geschäftspartnerschaft eingehen oder danach suchen	12,1 %
Konkrete Angaben zum aktuellen Stand von Matching-Prozessen	

Kommentar: Rechnet man die „Nicht-Antwortenden“ der Gruppe „nicht auf der Suche nach einem Geschäftspartner“ zu, so beschäftigten sich die Marktteilnehmer in der Agenturbranche zu etwa einem Drittel mit diesem Thema.

Auswertung der AgencyArrangement-Studie „Auswirkungen der Corona-Krise auf die Struktur der Agenturlandschaft in der Region D/A/CH“

Frage 8: Wie ist Ihre Agentur geführt?

Antworten: 130 von 130 | Mehrfachnennungen möglich: Nein | Erhebungszeitraum: 05/2020 – 07/2020



Kommentar: es ist davon auszugehen, dass das vollständige Fehlen von Teilnehmern aus nationalen wie internationalen Networks natürlich Einfluss auf das Ergebnis hätte, aufgrund der vergleichsweise geringen Zahl dieser im Verhältnis zu allen Marktteilnehmern keine signifikanten Auswirkungen mit sich bringt.

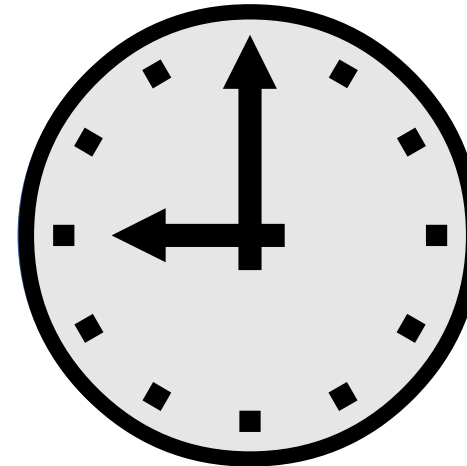
Auswertung der AgencyArrangement-Studie „Auswirkungen der Corona-Krise auf die Struktur der Agenturlandschaft in der Region D/A/CH“

Frage 9: Wie groß ist das Team Ihrer Agentur?

Antworten: 130 bzw. 114 von 130 | Mehrfachnennungen möglich: Nein | Erhebungszeitraum: 05/2020 – 07/2020



Ø **69 Köpfe**
(Basis: 130 Angaben)



Ø **29 Vollzeitstellen**
(Basis: 114 Angaben)

Kommentar: die große Abweichung zwischen Anzahl der Köpfe und denen der Vollzeitstellen korrespondiert mit den gängigen Verhältnissen von festen (= VZ + TZ) zu freien Mitarbeitern (= Köpfe)

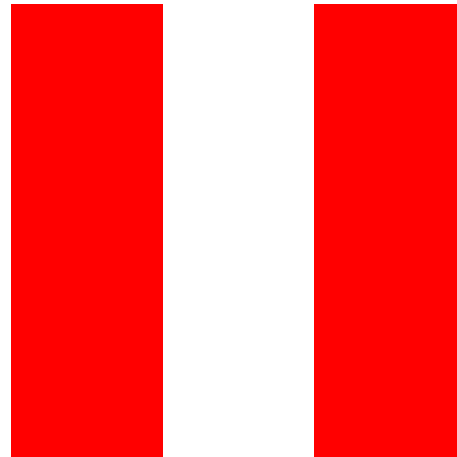
Auswertung der AgencyArrangement-Studie „Auswirkungen der Corona-Krise auf die Struktur der Agenturlandschaft in der Region D/A/CH“

Frage 10: Wo befindet sich der Standort Ihrer Agentur?

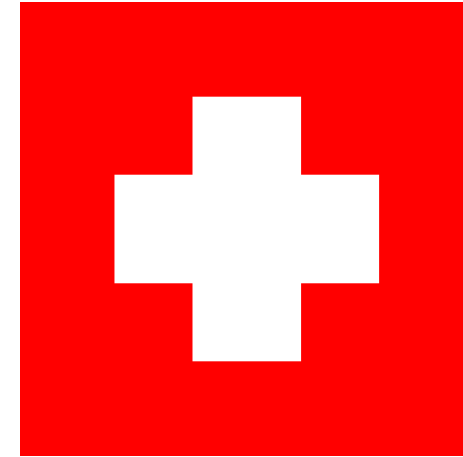
Antworten: 130 von 130 | Mehrfachnennungen möglich: Nein | Erhebungszeitraum: 05/2020 – 07/2020



123 × Deutschland



7 × Österreich



0 × Schweiz

Kommentar: die Mutmaßung, dass die Verhältnisse in Österreich und der Schweiz nicht signifikant von denen in Deutschland abweichen, liegt nahe, ist aber natürlich unbewiesen.

Auswertung der AgencyArrangement-Studie „Auswirkungen der Corona-Krise auf die Struktur der Agenturlandschaft in der Region D/A/CH“

AgencyArrangement

M&A anders gemacht:
erst Menschen & Agenturen,
dann Merger & Acquisition.

AgencyArrangement

Thomas Keller | Partner

E-Mail: thomas.keller@agencyarrangement.de

Mobil +49-(0)152-54019185, Tel. +49-(0)551-6337291

www.agencyarrangement.de