



COMMUNICATIONS TO
SUCCESS

Die Werbebranche in Deutschland

Akademie, 15.01.2008



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Werbung – eine Definition

Eine von vielen Funktionen der Kommunikation im Marketing

Marketing / Kommunikation / **Werbung**

Ziel: Kauf eines Produktes, einer Dienstleistung

- ▮ Juristische Definition aus EU-Recht :
„jede Äußerung den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern“

- ▮ Beeinflussung der Menschen
 - - absichtlich
 - - „zwangfrei“



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Werbung – eine Definition

Public Relations ist auch Werbung

Marketing / Kommunikation / Werbung / **Public Relations**

- Guter Ruf im öffentlichen Umfeld, positives Image
- Kommunikationspflege zu den "Öffentlichkeiten"



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Werbung – eine Definition





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Werbung – eine Geschichte

Antike Werbetafeln in Pompeji



Marktschreier im Mittelalter



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Werbung – eine Geschichte

- **1848** Pressefreiheit in Preußen, Anzeigen

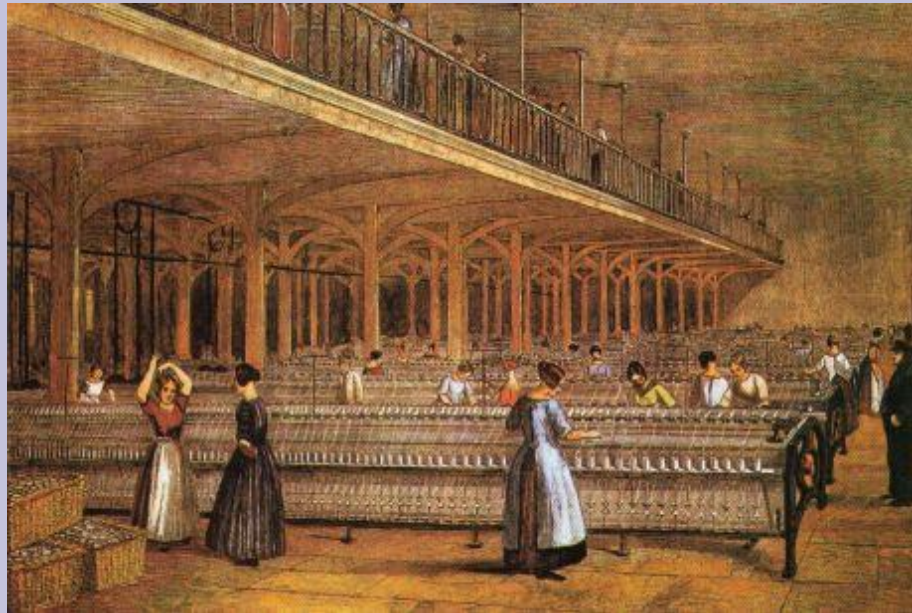




COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Werbung – eine Geschichte

- **1850** Industrielle Revolution
Massenprodukte, Massengesellschaft

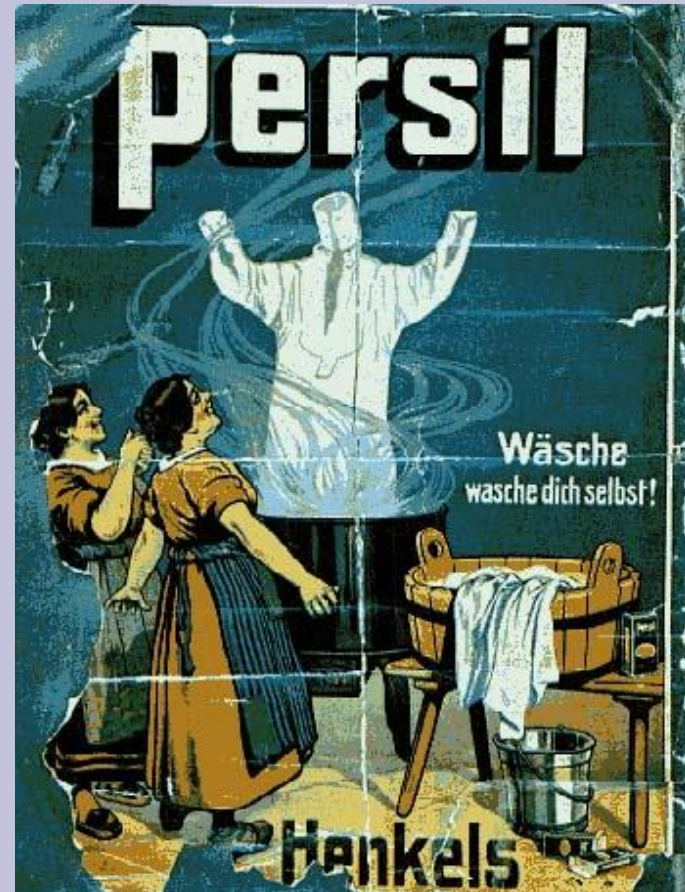




COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Werbung – eine Geschichte

- **1900** Marken setzen sich durch





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Werbung – eine Geschichte

- **1930** vom Verkäufermarkt (knappes Angebot) zu **Käufermarkt**

Erste Markenstrategien

- Odol
- Backpulver Dr. Oetker
- Persil: die Weiße Dame





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Werbung – eine Geschichte

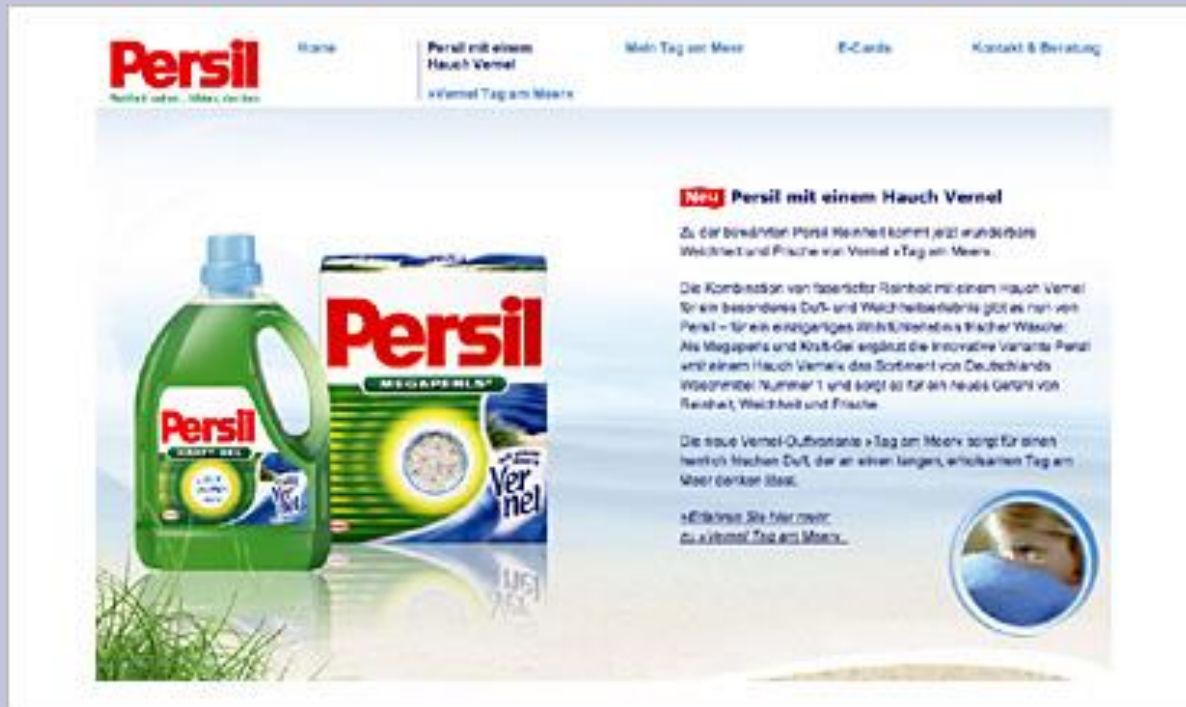
- **1950** SB-Läden
stärkerer Wettbewerb
zwischen Marken
Marken müssen Produkte
hervorheben



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Werbung – eine Geschichte

- **1990** Internet

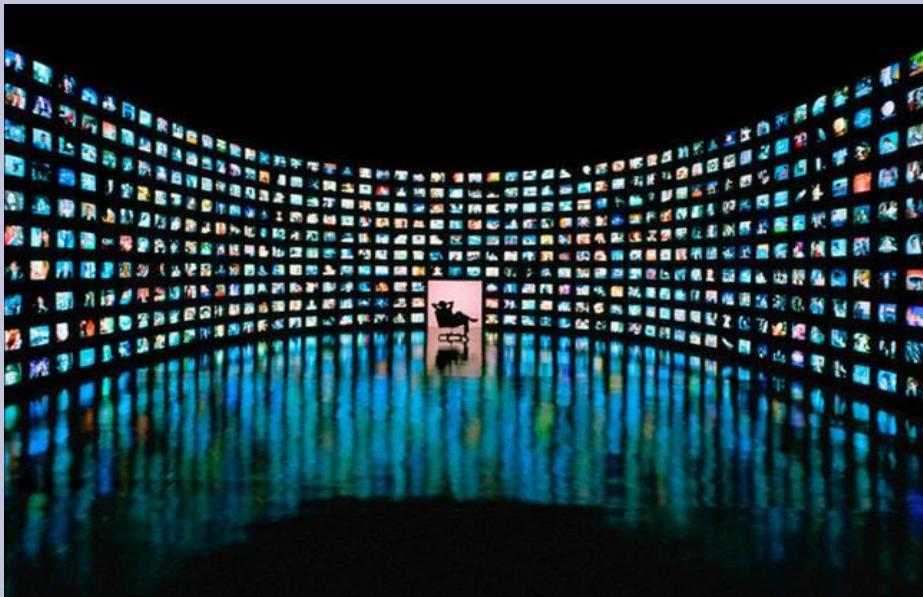




COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Werbung – eine Geschichte

- **1990** viele Werbeagenturen erweitern ihr Angebot auf Internet, PR, Promotion, Events
- Bildung von Kommunikationskonzernen durch Fusion





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Leistungen der Werbeagenturen

📁 Werbung in den Massenmedien = Above the Line

- Printmedien
- Außenwerbung
- Fernsehen
- Radio
- Kino
- Online-Werbung

= klassische Werbung



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Leistungen der Werbeagenturen

▮ **Spezialisierte Werbung = Below the Line**

- Corporate Publishing
- Events
- Corporate Design
- Virales Marketing
- Direktwerbung
- Public Relations, etc.



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Interne Organisation der Agenturen

Standard-Struktur

▮ **Beratung**

- Berater als Bindeglied zwischen Kunde und Kreation
- Akquisition von Neukunden

▮ **Kreation**

- von Creative Director geleitet
- Art Director für graphische Umsetzung verantwortlich
- Team: Art Director/Werbetexter/Grafiker



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Gliederung des Agenturmarktes

1 Großagenturen und internationale Networks (30)

- Mitarbeiter > 100
- Einkommen > 10 Mio. €
- Etatgröße : 3 Mio. €
- Anzahl Etats > 30



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Gliederung des Agenturmarktes

▮ Mittelgroße Agenturen

- Mitarbeiter > 10 -100
- Einkommen > 1-10 Mio. €
- Etatgröße : 1 Mio. €
- Anzahl Etats > 15-50



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Gliederung des Agenturmarktes

Kleine Agenturen

- Mitarbeiter < 10
- Einkommen < 1 Mio. €
- Etatgröße: 0,4 Mio. €
- Anzahl Etats: 1-20



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Gliederung des Agenturmarktes

┆ Arten von Agenturen

- Spezialisiert/Full-Service Werbeagentur
- Einzelagentur / Agenturnetze
- Klassische Struktur: Inhaber = Geschäftsführer



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Entscheidungskriterien für Kunden

📁 Kunden sind Unternehmen, Vereine oder Behörden

- *großer Etat = große Agentur*
- *kleiner Etat = kleine Agentur*
- Umfang der Aufgaben, national, international
- Network oder Einzelagentur
- klassische Werbung oder nicht-klassisch
- Größe, Umsatz, Anzahl der Kunden
- Geschäftsführung, Inhaberstatus
- Management, interne Organisation



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Entscheidungskriterien für Kunden

- Anzahl und Qualifikation der Mitarbeiter
- Kreativität, Auszeichnungen, innovatives Potential
- Image, Referenzen, Kundenliste
- Qualität der Kundenbetreuung, Service
- Kompetenz, Marktkenntnis, Branchenerfahrung
- Preishöhe, Honorarsystem
- allgemeine Marketingstrategie

Nächste Schritte:

- Für große Etats: Wettbewerbs-Präsentation (Pitch)
- Preise verhandeln



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Top 10 werbetreibende Unternehmen

Wo ist das große Geld?

- Media-Saturn
- Procter + Gamble
- Unilever Deutschland
- Albrecht
- Axel Springer AG
- Ferrero Deutschland
- L'Oréal Deutschland
- Edeka Zentrale
- Volkswagen
- Lidl

**Großkunden
arbeiten oft
mit vielen
versch. Agenturen**

**Verbleiben
zwischen 2-4 Jahre**



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Top 10 werbeintensive Wirtschaftsbranchen

1. Einzelhandel	2500 Mio € Ausgaben '06
2. Automobilhersteller	1500 Mio €
3. Zeitungsverlage	1200 Mio €
4. Zeitschriftenverlage	1000 Mio €
5. Telekommunikation	900 Mio €
6. Finanzdienstleistungen	700 Mio €
7. Pharma	600 Mio €
8. Schokolade und Zuckerwaren	600 Mio €
9. Sonstige Medien und Verlage	500 Mio €
10. Fernsehsender	500 Mio €

COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Werbeholdings der Welt

- 📁 **Omnicom Group**, New York
66.000 Mitarbeiter in 96 Ländern
BBDO, DDB, TBWA
- 📁 **WPP**, London
71.000 Mitarbeiter in 106 Ländern
Grey Global Group, Ogilvy,
Young & Rubicam
- 📁 **Publicis**, Paris
44.000 Mitarbeiter in 104 Ländern
Leo Burnett, Saatchi & Saatchi



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Top 10 Kommunikationsagenturen in Deutschland

Rang 2002	Agentur (-gruppe)	Gross Equivalent Income 2002 (Mio. Euro)	Billings 2002 (Mio. Euro)	Mit- arbeiter 2002	GWA- Mitgl.	Hauptsitz
1	BBDO Group Germany	316,233	2109,274	3610	ja	Düsseldorf
2	Grey Global Group Deutschland	150,750	1005,503	1200	ja	Düsseldorf
3	Publicis Gruppe Deutschland	125,405	836,451	973	ja	Düsseldorf
4	McCann-Erickson Gruppe Deutschland	111,212	741,784	850	ja	Frankfurt/Main
5	Ogilvy & Mather Gruppe Deutschland	105,146	701,324	810	ja	Frankfurt/Main
6	Young & Rubicam Gruppe	79,388	529,519	605	ja	Frankfurt/Main
7	Scholz & Friends	71,188	474,824	620	ja	Berlin
8	Springer & Jacoby Gruppe	68,578	457,415	560	ja	Hamburg
9	J. Walter Thompson Communication Group	62,485	416,775	428	ja	Frankfurt/Main
10	DDB Gruppe Deutschland	60,948	406,523	617	ja	Düsseldorf



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Wie ist die Branche organisiert?

- 1 **Zentralverband** der deutschen Werbewirtschaft e.V. (**ZAW**)
1949 als Dachorganisation der Verbände in Berlin

Mitglieder:

- 42 Verbände der werbenden Unternehmen, der Medien, Werbeagenturen, Werbeberufe



Ziel:

- Interessenvertretung Politik

1972 **Deutscher Werberat** für Beschwerden von Privaten



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Wie ist die Branche organisiert? - PR

■ Gesellschaft Public Relations Agenturen e. V. (GPRA)

- 1973, Frankfurt



Mitglieder:

- Wirtschaftsverband von 34 großen PR-Agenturen
- Jedes Unternehmen wird vor der Aufnahme geprüft

Ziel:

- Erfahrungsaustausch
- Interessenvertretung



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Wie ist die Branche organisiert? - PR

📁 Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG)

- 1958, Berlin



Mitglieder:

- Alle Public Relations-Fachleute mit mindestens zweijähriger Berufspraxis

Ziel:

- Information und Unterstützung
- Förderung des Ansehens des Berufsstandes (PR für PR)



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Die Werbebranche in der deutschen Wirtschaft

- 12.000 Werbeagenturen
- **3.000 Werbeagenturen** im Handelsregister eingetragen
- **500.000 Beschäftigte** (einschließlich Call Centers)
- Werbehauptstadt **Frankfurt** mit 7 Milliarden Umsatz
- 64.000 beworbene Marken von 28.000 Unternehmen
- Werbeausgaben 2006 = **30 Mrd €**
(Einzelhandel 2,5 Mrd €, Autohersteller 1,5 Mrd €)
- 1,32 % Bruttoinlandsprodukt
- Größter Werbemarkt in Europa



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

2008: Welche Aussichten für die Werbebranche?

▣ Werbeausgaben: Niveau von 2007 oder plus

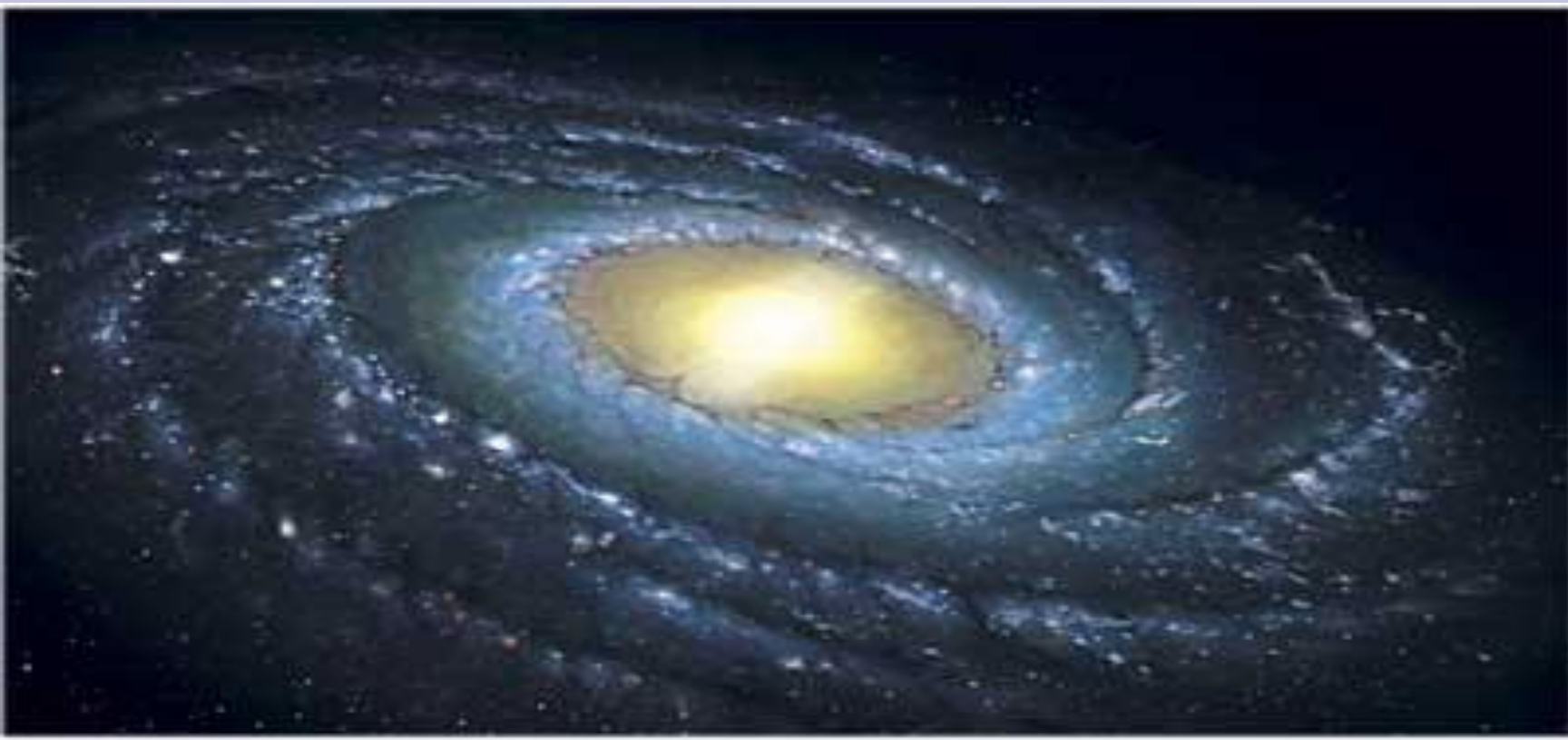
- Konjunktur in Deutschland ist gut: + 2%
- Große Sportereignisse: Fußball-EM, Olympische Sommerspiele
- Trend: Werbeausgaben im Internet werden steigen
(+ 24 % weltweit - Verdoppelung 2006/2010
2008 > Werbung im Radio - 2010 > Werbung in Magazinen

1/3 der PR-Agenturen erwarten Zuwachs des Umsatzes um 10 Prozent für 2008. (Umfrage news aktuell und Faktenkontor)



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Wo befindet sich der Planet TEMA?





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Wo befindet sich der Planet TEMA?

- 1 mittelgroße Agentur
unter 2.000 Full-Service-Kommunikationsagenturen in D
- TEMA Angebot: spezialisierte Werbung „Below the Line“
 - Pressearbeit, neue Medien, Broschüren und Anzeigen,
Messen und Kongresse
- Einzelagentur mit 6 Filialen in 3 Ländern
- Internationales Angebot
- Inhaber = Geschäftsführer



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Wo befindet sich der Planet TEMA?

UNSERE UNIQUE SELLING PROPOSITIONS

- Marketing ausschließlich für High-Tech
- alle Marketing-Dienstleistungen aus einer Hand
- Marketing durch Muttersprachler
- ein persönlicher Berater für alle Projekte eines Kunden



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Unser spezifisches Leistungsprofil

- Eine mittelgroße Full-Service Agentur für Marketing
- International
- Für High-Tech Produkte / Dienstleistungen
- Wir bedienen Kunden aus dem Mittelstand

Meine Suche unter Agenturen mit **gleichem** Profil
(von PR-Journal: Ranking nach Kompetenzfeld Hightech)
- Wie machen es die Anderen?



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Mitbewerber

WEBER SHANDWICK

- **Weber Shandwick Deutschland**
Sitz Köln, Berlin, Frankfurt, Hamburg, München
150 Mitarbeiter in Deutschland
- **PR-Abteilung für Hightech- und IT-Unternehmen:
„Technology Practice Group“**
 - eigenes Netzwerk in 40 Ländern, 84 Büros
 - Keine Muttersprachler in-house
 - Zugriff auf das Netzwerk

COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Mitbewerber

- 📁 **Fink & Fuchs Public Relations AG**
Sitz Wiesbaden, München, Hannover
74 Mitarbeiter
- 📁 **„Public Relations und Marketing
für Hightech- und IT-Unternehmen“**
 - Bei internationalen Aufgaben, Zugriff auf **Oriella**, Netzwerk von PR- und Kommunikationsagenturen aus dem IT- und Telekommunikationsbereich in der Welt
 - Keine Muttersprachler in-house



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Mitbewerber

📁 **ECCO Deutschland Netzwerk**

EC Public Relations GmbH in Düsseldorf

koordiniert Zusammenschluß
selbstständiger PR-Agenturen
in München, Berlin, Hamburg / 36 Mitarbeiter

📁 „mittelgroße Full-Service PR-Agentur für internationale technologieorientierte Kunden“

- Agenturnetz in 30 Ländern
- Keine Muttersprachler in-house
- Zugriff auf das Netzwerk



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Mitbewerber



- Index Agentur für strategische Öffentlichkeitsarbeit und Werbung GmbH
Berlin – 39 Mitarbeiter
- „PR für Technologie, Internet, Telekommunikation“
 - Zugriff auf „flexibles Netzwerk von vergleichbaren Agenturen in wichtigen europäischen Ländern“
 - Keine eigenen Filialen
 - Keine Muttersprachler in-house



COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Mitbewerber

harvard public relations

- **Harvard Public Relations GmbH**
München – 26 Mitarbeiter
- **„Public Relations
für IT und Telekommunikationsunternehmen“**
 - Versteht sich als „europäische PR-Agentur“
gehört zu Bell Pottinger, PR-Gruppe in UK
 - Für „paneuropäische Betreuung“, Zugriff auf Niederlassungen
in München, London, Paris und Boston
 - Keine Muttersprachler in-house

COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Mitbewerber

Media Concept GmbH

Sitz Duisburg, München, Wiesbaden, Paris
22 Mitarbeiter

„inhabergeführte Full Service PR-Agentur für Gesundheitskommunikation“

- für die Märkte USA, Europa, China und Japan,
Zugriff auf das Argon Netzwerk
(Full Service Healthcare Agenturen)
- Keine Muttersprachler in-house





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Mitbewerber

Communication Consultants Engel & Heinz GmbH

Stuttgart – 23 Mitarbeiter

„PR-Agentur Automotive, Informations- und Kommunikationstechnik“

- Kein internationales Angebot
- Kein Netzwerk
- Keine eigenen Filialen
- Keine Muttersprachler in-house





COMMUNICATIONS TO SUCCESS

Position von TEMA zu Mitbewerbern

**Dienstleistungen anderer Agenturen decken sehr oft
englisch- und französischsprachige Märkte ab.**

Als mittelgroße Agentur ist TEMA einzigartig in Deutschland

Wettbewerbsvorteile:

- Muttersprachler für spezifische Märkte, multikulturell
- + Osteuropäische Sprachen in-house
- + Asiatische Sprachen in-house

 **keine direkten Mitbewerber in Deutschland**

COMMUNICATIONS TO SUCCESS



"Hold everything! The P.R. department just sent over this chart."