



Verliebt. Verlobt. Verheiratet? Die Verbindung zwischen Agentur und Kunde ist fast so spannend wie eine Ehe.

Es soll ja Kunden geben, die mit ihren Werbeagenturen „verheiratet“ sind. Doch generell beobachtet die Branche eine abnehmende Agenturtreue auf Kundenseite.

Passend zu den Entwicklungen der Ehescheidungen oder zu Trainerentlassungen in der Fußball-Bundesliga. Weil das so ist, lohnt es sich diesem Thema ein paar Gedanken zu widmen. Und zwar aus Agentursicht.

Wenn ich also potenzieller Auftraggeber für eine Kommunikationsagentur wäre, würde ich mir erstmal ein paar grundlegende Fragen stellen.

Brauche ich überhaupt eine Werbeagentur?

Eine alberne Frage? Ganz und gar nicht. Denn es soll ja auch Menschen geben die heiraten, obwohl sie es eigentlich gar nicht wollten. Die anschließenden Probleme sind dann leicht vorstellbar. Ähnlich verhält es sich mit Unternehmen, die ohne Werbeagentur-Betreuung eigentlich ganz gut zurechtkommen. Warum daran etwas ändern? Will man sich auf eine Werbeagentur überhaupt einlassen? Und braucht man demnach noch Wettbewerbspräsentationen? Fragen, die man sich im Consumer-Bereich vermutlich nicht stellt. Aber viele BtoB-Unternehmen arbeiten seit Jahrzehnten ohne Werbeagentur-Betreuung. Und das nicht unerfolgreich.

Nein, das gibt jetzt keine Nestbeschmutzung. Und ich möchte auch nicht dem Werbeagentur-Verzicht auf Kundenseite das Wort reden. Aber es lohnt sich durchaus einmal die entscheidende Frage zu stellen. Und diese Fragen führen dann direkt zu einigen weiteren, über die ich im Folgenden nachgedacht habe.

Was will ich von einer Werbeagentur?

Bevor man mit Agenturen spricht, ist es notwendig, sich zu überlegen auf welchen Feldern man eine Verbindung eingehen möchte, und ob man für das jeweils definierte Feld auch immer eine Spezialagentur braucht. Oder eine, die einfach alles macht? Geeignete Kandidaten für die Brautschau müssen gefunden werden. Kein leichtes Unterfangen. Doch zum Thema Agenturauswahl und Suchkriterien später.

Will ich mich in die Hände einer Agentur begeben?

Das klingt vielleicht zu sehr nach Abhängigkeit. Soll es aber gar nicht. Ich meine vielmehr: Will sich das Unternehmen voll und ganz auf eine Agentur einlassen? Und vertraut man den Spezialisten für Unternehmenskommunikation genauso, wie man den externen Spezialisten für IT, Logistik oder Architektur vertraut? Von mir, also von Agenturseite, kann die Antwort nur lauten: Ja. Ein Kunde, der sich auf die Agentur einlässt und sich der Agentur öffnet und „hingibt“ (hat also doch etwas mit Ehe zu tun!), der gibt der Agentur erst die Chance, das Maximum aus der gestellten Aufgabe heraus zu holen. Voraussetzung auf der anderen Seite ist natürlich eine Agentur, die professionell ist, die weiß um was es geht, die sich der Verantwortung bewusst ist und die den „Schatz“, den sie in die Hände gelegt bekommt auch kommunikativ zu mehreren weiß. Zugegeben: Wer komplett ehrlich ist, wer loslassen kann, wer eine Verbindung ohne

Vorbehalte eingeht, der muss sich erst mal trauen. Doch in keinem Fall ist die Motivation für die Agentur höher.

Woran erkenne ich „meine Agentur“?

Eine Schlüsselfrage für viele Auftraggeber. Wenn nicht die Frage überhaupt! Vielleicht ist die Verweildauer von manchen Kunden bei Ihrer Agentur nur deshalb so lange, weil man sich auf Kundenseite nicht auf das „Abenteuer“ Agentursuche einlassen möchte. Wer weiß? Vor dem Finden „meiner Agentur“ kommt erst einmal das Suchen. Und davor das Finden eines Suchgebietes. Es gibt Agentur-Vermittler, Nachschlagewerke, Online-Plattformen und den Vorstands-Kollegen eines befreundeten Unternehmens, der sich auf diesem Gebiet auskennt. Was tun? Auf jeden Fall und ganz am Anfang die Kontaktaufnahme mit dem bedeutendsten und größten Agentur-Verband in Deutschland: Dem Gesamtverband Kommunikationsagenturen (GWA). Er hat über 130 Agenturen in seinen Reihen. Universalisten, Spezialisten, alle Großen, viele Inhaber geführte und alle die sich einem entsprechend hohen Qualitäts-Level verpflichtet haben. Innerhalb des GWA (www.gwa.de) gibt es auch „Vorsortierungen“ in den so genannten Foren. Dort findet der potenzielle Auftraggeber eine Sammlung von ausgewiesenen Healthcare/Pharma-Agenturen, von BtoB-Agenturen oder von Online-Spezialisten. Die GWA Geschäftsstelle in Frankfurt kann neutrale Auskunft geben. Der GWA Suchagent auf der Onlineplattform des Verbandes ist außerdem ein hervorragendes Instrument, um die Auswahl sinnvoll einzugrenzen. Probieren Sie es doch einfach mal!

Das soll nun aber nicht bedeuten, dass der Tipp des zitierten Vorstands-Kollegen so falsch sein muss. Gute Erfahrungen von Menschen, mit Kompetenz, denen man vertraut sind nie zu unterschätzen. Etwa ein Drittel unserer Neugeschäfts-Kontakte, die in langjährige Verbindungen münden, entstehen durch Empfehlung von anderen Unternehmen. Dort ist eine lange Verbindung die beste Empfehlung für eine neue Verbindung. Als Agentur-Mann freue ich mich, wenn in Unternehmerkreisen nicht nur über Aktien, Gewerkschaften oder Rohstoffe diskutiert wird, sondern auch über Werbeagenturen.

Habe ich die Agentur einmal besucht?

Ein Haus sagt oft mehr über die Bewohner als die Bewohner über sich selbst. Das trifft auch für Werbeagenturen zu. Als Agentursucher würde ich mich so oft wie möglich in die Räume der Agentur begeben. Ich wollte wissen, wie es dort zugeht. Ich würde die Atmosphäre spüren wollen. Ich würde gerne erleben, wie das Team, das mich betreut sich in der Agentur verhält und bewegt. Und dabei spielt es keine Rolle, ob die Werbeagentur in Hamburg, Düsseldorf oder Kleingladbach zu Hause ist. Wenn Sie sich auf Ihre Intuition verlassen, werden Sie beim Agenturbesuch mehr für Ihre Entscheidung getan haben, als bei jeder neuen Pitchrunde. Die Frage des Agenturbesuchs führt übrigens direkt zur nächsten Frage:

Mit wem spreche ich?

Alle wollen immer mit dem Chef sprechen. Die Frage ist nur, was tut der Chef? Und bin ich als Auftraggeber selbst Chef genug, um ausschließlich Chef-Betreuung verlangen zu können? Natürlich können Sie es erwarten, dass bei einer Inhaber geführten Agentur auch der Inhaber zuerst einmal mit Ihnen spricht. Ob er allerdings der Richtige ist, der Sie dann auf eine lange Verbindung hin ständig betreut ist noch nicht entschieden. Möglicherweise werde Sie mit einem Team arbeiten, das genau die Fähigkeiten

hat, die Ihr Unternehmen braucht. Und: Beobachten Sie das Team Ihres Hauses als Auftraggeber und das Team der Agentur. Wie arbeiten Sie zusammen? Wo könnten Konflikte entstehen, die die von Ihnen gewünschte langjährige Verbindung von vornherein unmöglich machen? Bei der Gelegenheit möchte ich auch einmal mit einem Dauerbrenner aufräumen: Dem Personalwechsel auf Agenturseite. Auch wenn Auftraggeber immer wieder kritisch anmerken, dass der Wechsel in der Betreuung auf Agenturseite für eine lange Verbindung störend sei, so haben sich die Verhältnisse nach meiner Einschätzung völlig gedreht. Werbeagenturen, die eine langjährige Verbindung mit ihrem Kunden pflegen, erleben nicht selten in zwei Jahren vier Produktmanager, fünf Vertriebsleiter und sechs Marketingvorstände. Da ist nach Jahren einer erfolgreichen Verbindung die Agentur der Faktor für Kontinuität. Und nach vielen Jahren der Zusammenarbeit weiß die Agentur über Marke und Markenführung manchmal mehr als der Auftraggeber selbst. Das muss kein Schaden sein und spricht für eine längerfristige Verweildauer der Agentur beim Kunden.

Kann ich meine Agentur intuitiv finden?

Ja. Wer sich in die Hände einer Agentur begeben will, um seine Marke und seinen kommunikativen Auftritt pflegen zu lassen, der sollte intuitiv entscheiden und sich auf sein Gefühl verlassen. Ich behaupte, dass Unternehmen ein sehr gutes Gespür für Kreation und Markenführung haben. Und dass sie auch ein Gespür haben für die richtige Agentur und die richtigen Gesprächspartner. Um es konkret zu machen: Für die Agenturauswahl helfen keine Checklisten und Kostenvergleiche. Eine langjährige und erfolgreiche Verbindung basiert auf Vertrauen und auf Intuition. Und noch etwas: Je größer das Entscheidergremium auf Kundenseite, desto geringer wird die Treffsicherheit für die richtige Agentur. Und desto kürzer wird die Verweildauer sein.

RTS Rieger Team, Stuttgart