



## Presse-Information

### **GWA: Leichte Erholung für die Werbebranche erwartet**

Frankfurt am Main, 9. März 2010. Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA rechnet damit, dass sich die Umsätze der Werbebranche 2010 erholen werden. Nach einem Umsatzminus von fünf Prozent im Vorjahr prognostiziert er für die Werbe- und Kommunikationsagenturen ein Wachstum von drei Prozent.

Auch die Rendite-Entwicklung bei den Mitgliedsagenturen verläuft laut GWA nach einem Einbruch von durchschnittlich fast 27 Prozent 2009 wieder positiv und soll sich am Jahresende bei einem Plus von 16,5 Prozent befinden. GWA Präsident Peter John Mahrenholz (CEO Drahtfcb Deutschland) zieht auf Basis dieser Zahlen Bilanz: „Agenturen haben eine wichtige Rolle im Marketingprozess und brauchen eine solide wirtschaftliche Basis um strategisch und kreativ ein hohes Niveau zu halten. Das gilt angesichts der steigenden Komplexität der Märkte immer mehr. Nur mit Investitionen, beispielsweise in Top-Talente, können Agenturen auch in Zukunft ihre maßgebliche Rolle zwischen Marke und Konsument ausfüllen.“

Der GWA Monitor ist eine halbjährlich stattfindende Befragung der führenden deutschen Werbe- und Kommunikationsagenturen. Durch ihn werden Geschäfts-, Kosten- und Rendite-Entwicklung der Agenturen und der Branche sowie Sonderthemen abgefragt. Die Ergebnisse können für die Werbebranche als repräsentativ gelten: Der GWA deckt mehr als 80 Prozent des relevanten Agenturmarktes ab.

#### **2009: Kostendruck auf Rekordhoch**

Der Kostendruck auf die Agenturen war 2009 höher denn je. 90 Prozent aller befragten GWA Agenturen geben an, dass der Kostendruck im Vergleich zu 2008 weiter gestiegen sei. In der vergangenen Rezession 2002 lag dieser Wert bei 77 Prozent. Zwei Drittel der Befragten erwarten für das laufende Geschäftsjahr sogar einen weiteren Anstieg. Nur fünf Prozent geben an, dass der Kostendruck 2010 abnehmen wird.

Die stärksten Signale 2010 in Marketing-Kommunikation zu investieren erhalten die GWA Agenturen aus der Energie- und Internetwirtschaft sowie von Finanzdienstleistern. Eher schwache Signale kommen aus der Bauindustrie, der Logistik- und der Textilbranche.

#### **Vergütungsstruktur: Nur noch 15 Prozent Provisionen**

Fast die Hälfte des Umsatzes der Werbe- und Kommunikationsagenturen basiert auf Projekthonoraren, nur noch 15 Prozent auf Media-Provisionen. Beinahe genauso oft werden Agenturen nach Arbeitsumfang (Scope of



Work) vergütet. Der Anteil erfolgsabhängiger Vergütung beträgt insgesamt acht Prozent.

Die Automobilindustrie war 2009 der größte Umsatzgarant der Agenturbranche. Ihr Anteil am Gesamtumsatz der Agenturen beträgt durchschnittlich 16 Prozent. Auf den Plätzen zwei und drei folgen die Nahrungs- und Genussmittelbranche mit elf und der Einzelhandel mit acht Prozent. Für 2010 erwarten die Agenturen ein ähnliches Bild.

### **Personalsituation entspannt sich 2010 leicht**

Mehr als die Hälfte aller befragten Werbe- und Kommunikationsagenturen hat sich 2009 betriebsbedingt von Mitarbeitern trennen müssen, 43 Prozent haben aber auch neue Mitarbeiter eingestellt. Kurzarbeit haben 28 Prozent der befragten Agenturen genutzt. Für 2010 erwartet nur noch ein Viertel der Agenturen betriebsbedingte Kündigungen. Mehr als die Hälfte will hingegen wieder Personal einstellen.

Weitere Informationen und alle Charts unter [www.gwa.de](http://www.gwa.de) > Themen und Wissen > GWA Monitore

**Presse-Kontakt:** Mirco Hecker  
Tel.: 069-256008-31  
E-Mail: [mirco.hecker@gwa.de](mailto:mirco.hecker@gwa.de)