

Pressemitteilung

Agenturen erwarten starke Umsatzeinbrüche aufgrund von Corona

Frankfurt am Main, den 13. März 2020. Auch die Agenturbranche ist von den Auswirkungen des Corona-Virus massiv betroffen. Bei 81 Prozent der GWA Agenturen wurden deswegen Projekte kundenseitig bereits abgesagt oder verschoben. Über die Hälfte der Agenturen erwartet für das laufende Jahre Umsatzeinbrüche, so eine aktuelle Umfrage des Branchenverbandes GWA.

Unsicherheit unter den Mitarbeitern, erste Betroffene, Budgetkürzungen und Notfallpläne: In 58 Prozent der Agenturen ist die Pandemie im Agenturalltag deutlich zu spüren. Neben der Absage oder Verschiebung von Projekten seitens der Kunden, gehören dazu strikte Reisebestimmungen, die es derzeit in fast der Hälfte der Agenturen gibt. Über drei Viertel der Kundenmeetings werden in Agenturen durch Online-Meetings ersetzt. Mehr als die Hälfte der GWA Agenturen setzen jetzt schon virusbedingt auf Homeoffice ihrer Mitarbeiter, bei vielen weiteren Agenturen ist dies Teil von Notfallplänen.

„Auch die Agenturbranche ist bereits jetzt teilweise stark von den Auswirkungen der Corona-Pandemie betroffen. Im Detail unterscheidet sich die Lage einzelner Agenturen je nach Agenturmodell und Leistungsportfolio deutlich. Die in den letzten beiden Tagen erhobenen Daten unterliegen zudem einer raschen Dynamik. Die Situation wird sich vorübergehend weiter verschärfen und weitere Restriktionen werden folgen. Einige Agenturen denken bereits jetzt über Kurzarbeit nach“, so Thomas Eickhoff, GWA Vizepräsident und Geschäftsführer der Agentur Grabarz & Partner.

Pressemappe inkl. Umfrage: <http://bit.ly/3cWOYWU>

Pressekontakt:

Simone Reifenberger

Telefon: 069 / 256008 29

simone.reifenberger@gwa.de

www.gwa.de

Der Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA wurde 1952 als Gesellschaft Werbeagenturen gegründet und führt seit 2002 den heutigen Namen. Der GWA spricht für die Agenturbranche gegenüber Wirtschaft, Politik und Öffentlichkeit. Die über 100 Mitglieder gehören zu den führenden Kommunikationsagenturen in Deutschland. Die Mitgliedschaft im GWA ist ein Qualitätssiegel, denn Voraussetzung dafür ist neben einer gewissen Marktgröße auch die Fähigkeit der Agentur zur ganzheitlichen Markenführung. Der GWA gibt Unternehmen und Institutionen Orientierung in einem unübersichtlichen Agenturmarkt, zum Beispiel durch Publikationen oder die Verleihung der Effie Awards Germany.