



Deutschlands
führende
Agenturen

GWA Frühjahrs- monitor 2023

21. März 2023



Zusammenfassung

- Nach der positiven Entwicklung im Vorjahr wuchsen die Umsätze der GWA-Agenturen 2022 nur noch leicht um 1,2 Prozent. Die Rendite lagen bei 8,1 Prozent – so niedrig wie seit mehr als zehn Jahren nicht mehr.
- Der Fachkräftemangel ist noch vor der konjunkturellen Entwicklung die größte Wachstumsbremse der Branche. Dabei investieren die Agenturen deutlich mehr in Personal – zuletzt vor allem in mehr festangestellte Mitarbeitende.
- Aber die schwächelnde Konjunktur dämpft die Geschäftsentwicklung deutlich stärker als im Vorjahr.
- Bei jungen Talenten sehen Agenturen stark gestiegene Ansprüche bei mobilem Arbeiten, Gehalt und abwechslungsreichen Arbeitsinhalten.

Steckbrief

Methode: Online-Befragung mit strukturierten Fragebögen

Zielgruppe: Inhaber*innen / Geschäftsführer*innen von GWA-Agenturen

Stichprobe: N= 94, Ausschöpfung 69 Prozent

Feldzeit: 30. Januar bis 7. März 2023

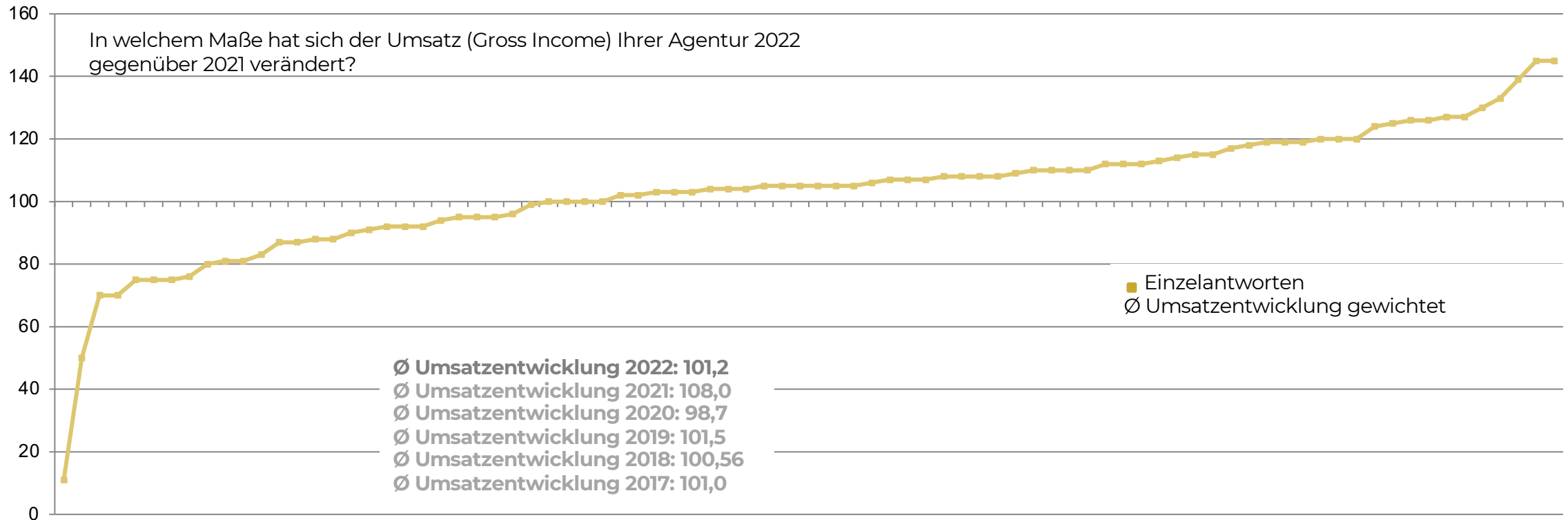
Auswertung: Die Antworten der Agenturen gingen mit einem umsatzabhängigen Gewichtungsfaktor ein (siehe jeweilige Angabe in der Legende „gewichtet“.)

Inhalt

- Umsatz & Rendite
- Arbeitsschwerpunkte & Branchen
- Kosten & Personal
- Trends & Themen
- Appendix

Umsatz & Rendite

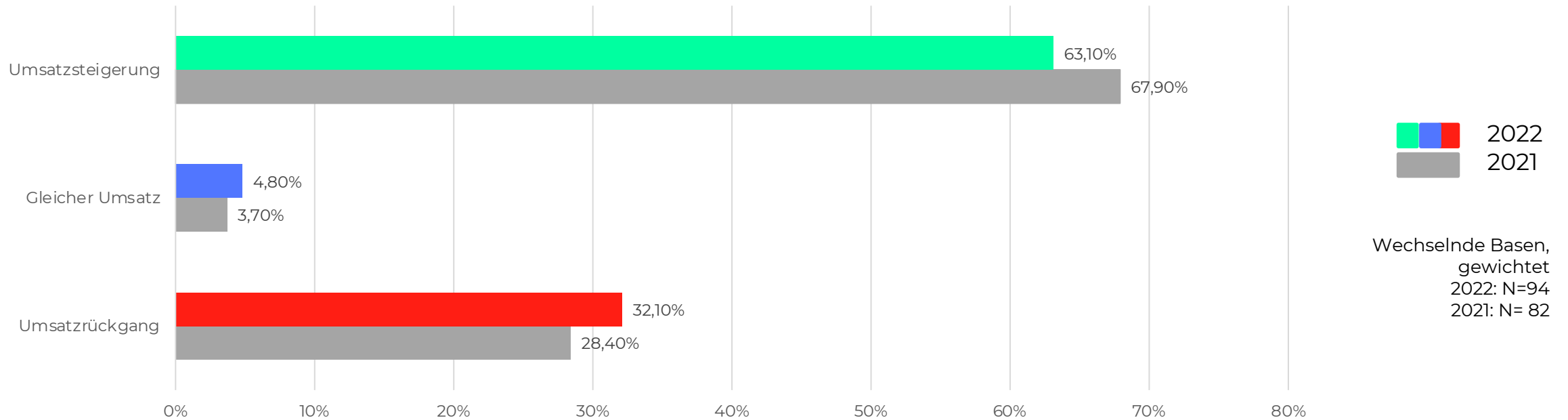
Stagnierende Umsätze



Nachdem Nachholeffekte die Agenturumsätze 2021 in die Höhe katapultierten, flachten diese im letzten Jahr wieder ab. Am Ende des Jahres 2022 blieb ein Umsatzplus von 1,2 Prozent.

Fast zwei Drittel der Agenturen mit Zuwächsen

In welchem Maße hat sich der Umsatz (Gross Income) Ihrer Agentur 2022 gegenüber 2021 verändert?

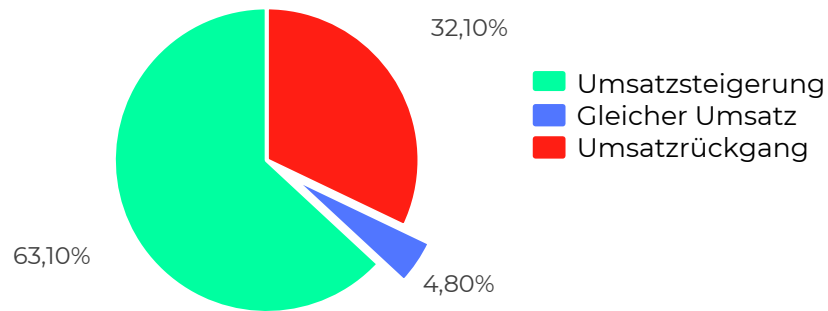


Obwohl insgesamt fast zwei Drittel der Befragten 2022 Umsatzzuwächse verbuchten, waren das etwas weniger Agenturen als noch im Vorjahr. Fast ein Drittel der Agenturen schlossen das Jahr mit einem Umsatzminus ab.

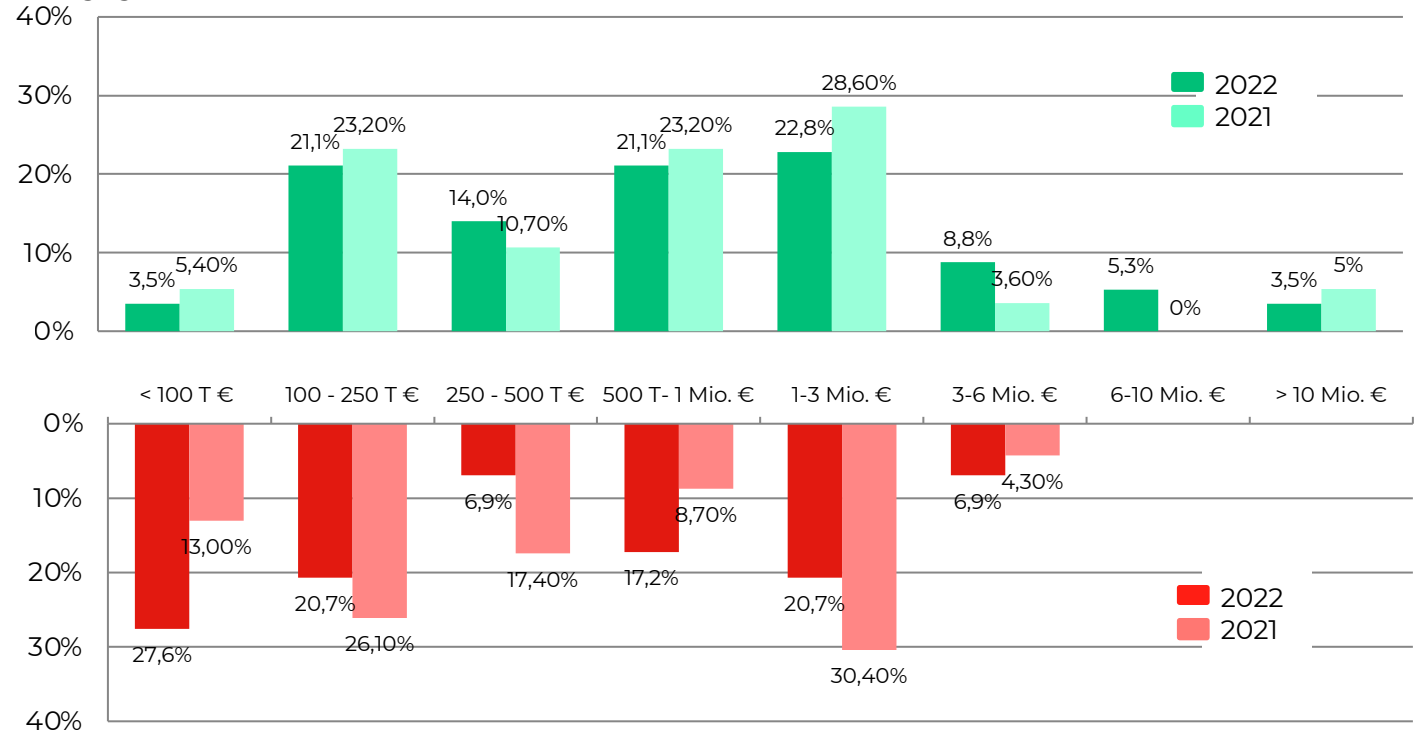
Weniger kleine Aufträge

In welchem Maße hat sich der Umsatz (Gross Income) Ihrer Agentur 2022 gegenüber 2021 verändert?

Umsatzentwicklung insgesamt



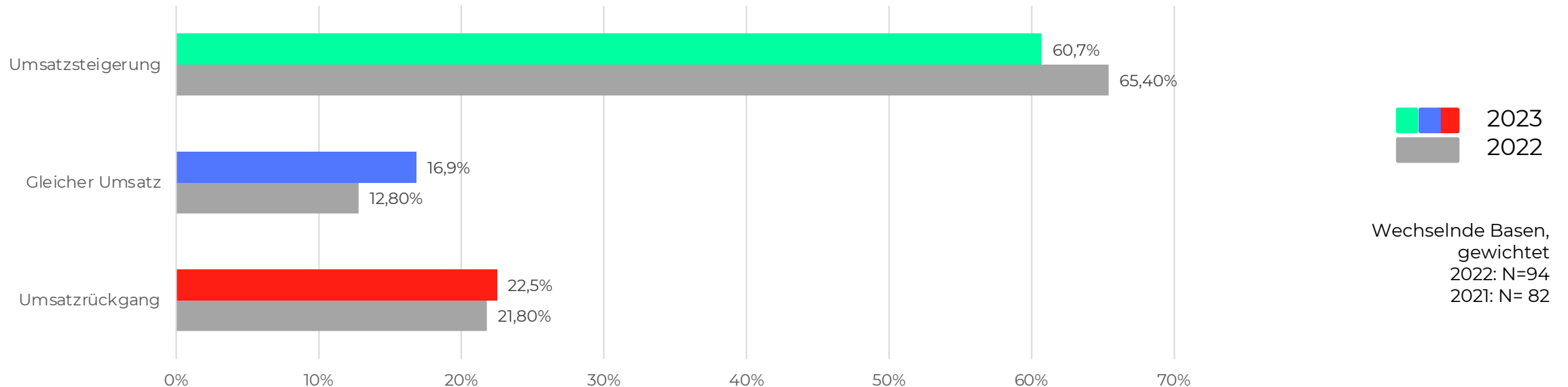
Wechselnde Basen,
gewichtet
2022: N= 94
2021: N= 82



Die Umsatzsteigerungen waren 2022 vor allem bei Aufträgen von bis zu 3 Mio. € nicht so hoch wie zuvor. Die stärksten Umsatzrückgänge verzeichneten die Agenturen bei kleinen Projekten mit Budgets von bis zu 100 T €.

Positive Aussichten bleiben

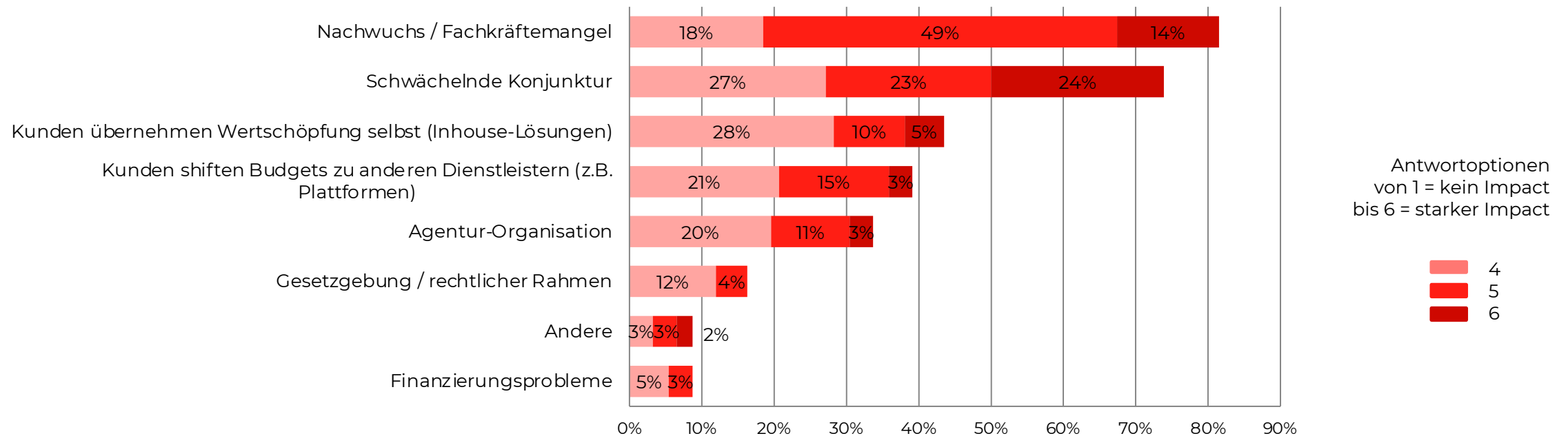
Welchen Umsatz (Gross Income) wird Ihre Agentur voraussichtlich 2023 gegenüber 2022 machen?
(Index auf Basis 2022)



Die Geschäftsaussichten im aktuellen Jahr sind etwas weniger optimistisch als zuvor. Dennoch bleiben sie positiv: 60 Prozent der Befragten rechnen 2023 mit Umsatzsteigerungen.

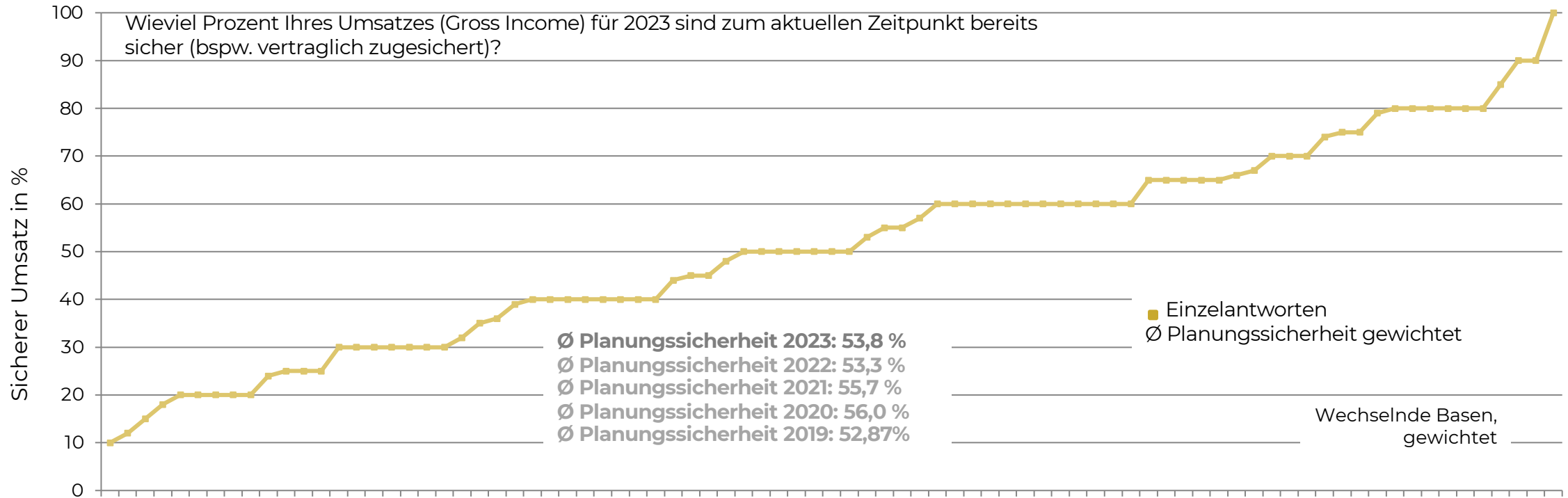
Fachkräftemangel bleibt größte Herausforderung

Welches sind für Ihre Agentur die größten Wachstumshemmnisse?



Der Fachkräftemangel ist weiter die größte Herausforderung der Branche: Für mehr als 80 Prozent der Befragten ist die Personalknappheit das größte Wachstumshemmnis. Aber auch die schwächelnde Konjunktur bremst die Entwicklung zunehmend.

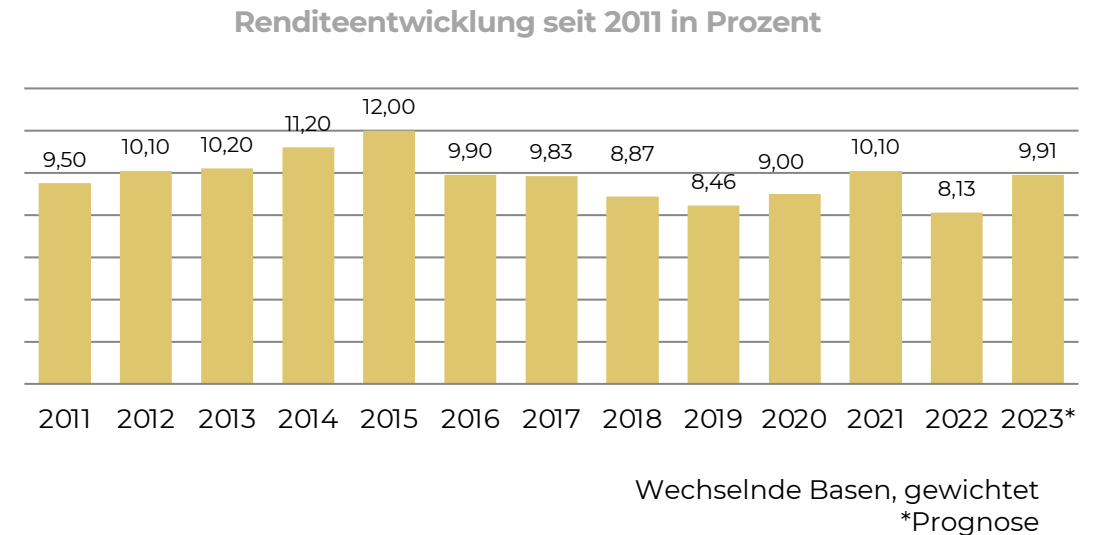
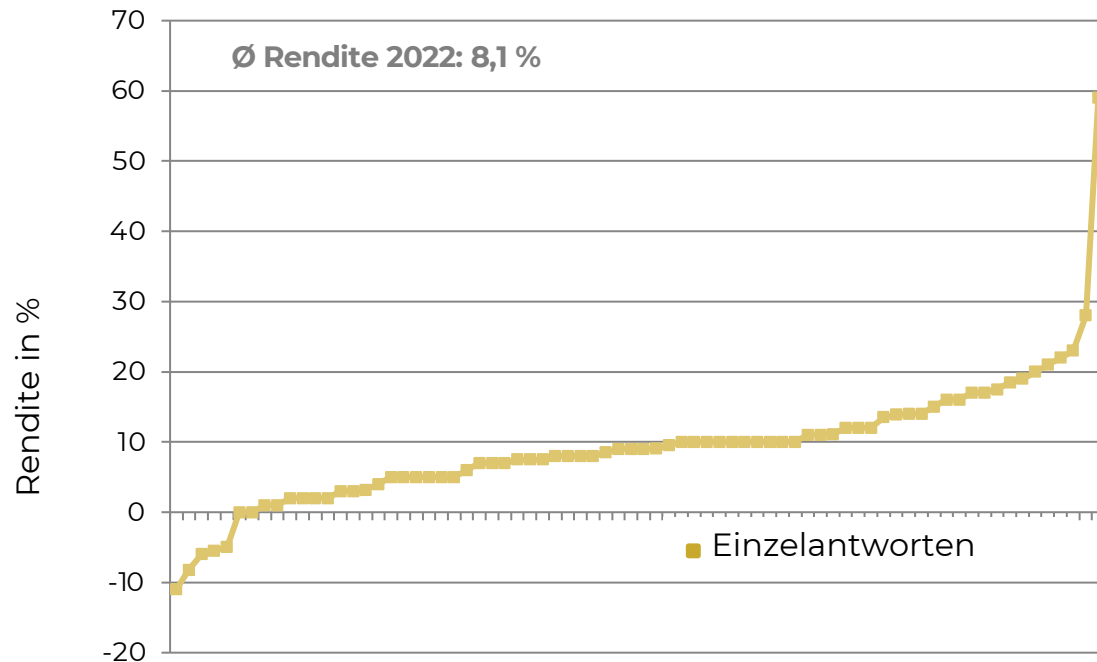
Hälfte der Aufträge sicher



Die Planungssicherheit bleibt im Vergleich zum Vorjahr fast unverändert. Aktuell sind fast 54 Prozent der Aufträge bereits vertraglich zugesichert oder sicher.

Weniger Rendite

Wie hoch war die Rendite Ihrer Agentur 2022 gemessen in % am Umsatz (Gross Income)?

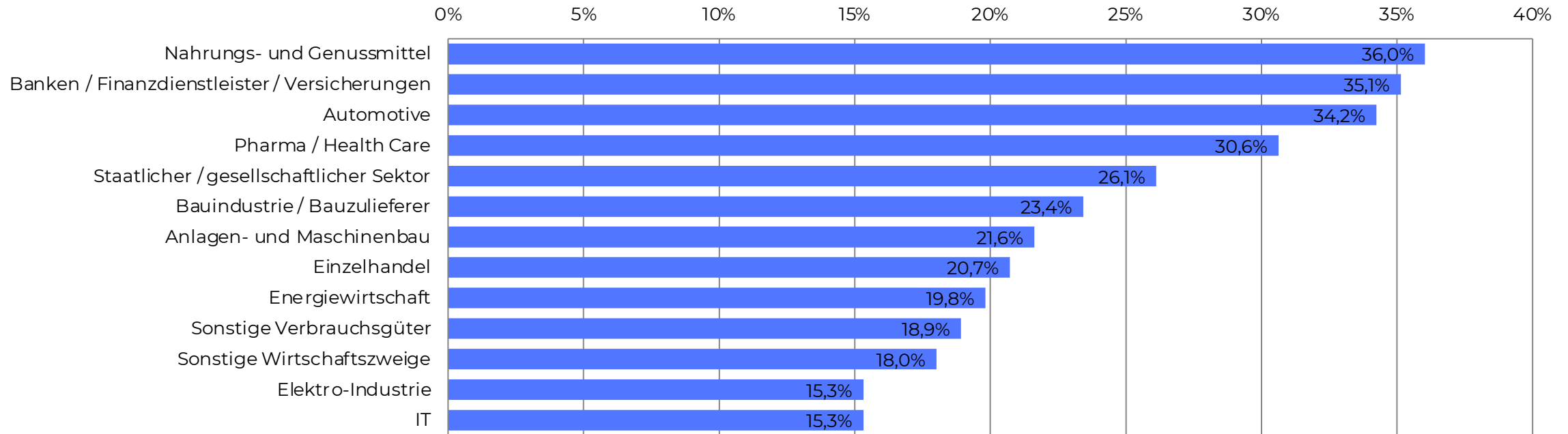


Die Renditen der GWA-Agenturen waren 2022 mit 8,1 Prozent so niedrig wie seit mehr als zehn Jahren nicht mehr. Für das laufende Jahr gehen die Befragten wieder von höheren Renditen von fast 10 Prozent aus.

Arbeitsschwerpunkte & Branchen

Diversifizierung im Kundenportfolio

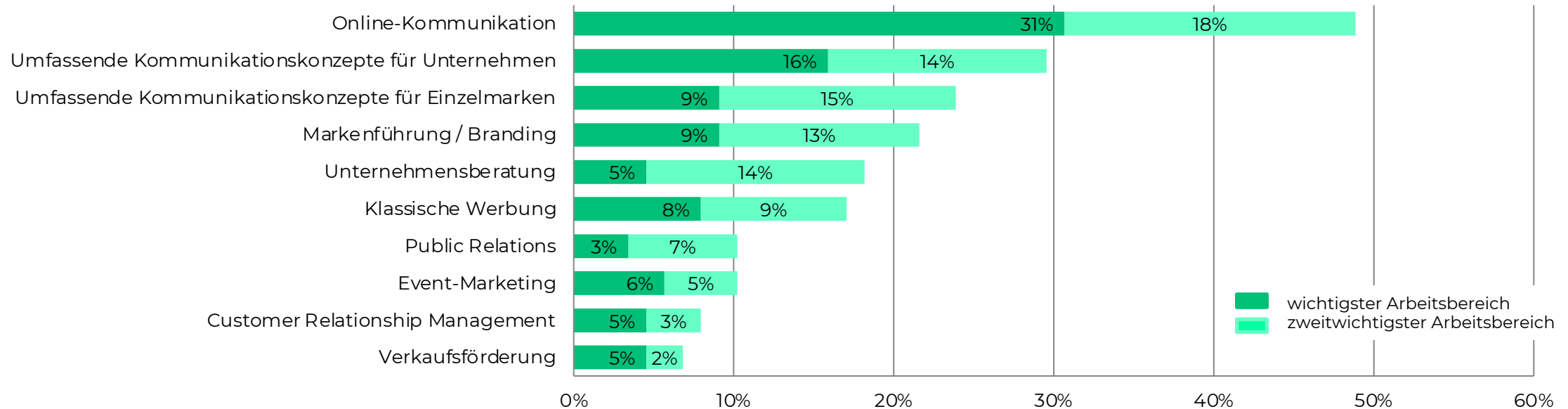
Geben Sie die Top-5-Wirtschaftszweige an, die am Umsatz Ihrer Agentur 2022 (Gross Income) beteiligt werden



Das Kundenportfolio der Agenturen diversifiziert sich weiter: Während Nahrungs- und Genussmittel, Finanz-Sektor, Pharma und Automotive im Vorjahr bei 40 bis 50 Prozent der Agenturen Top-Auftraggeber waren, ist das aktuell nur noch bei 30 bis 40 Prozent der Fall.

Online bleibt Wachstumstreiber

Welcher Arbeitsbereich zeigt in Ihrer Agentur momentan das größte Wachstum?
(Bitte geben Sie die Top-5 in der Rangfolge an)

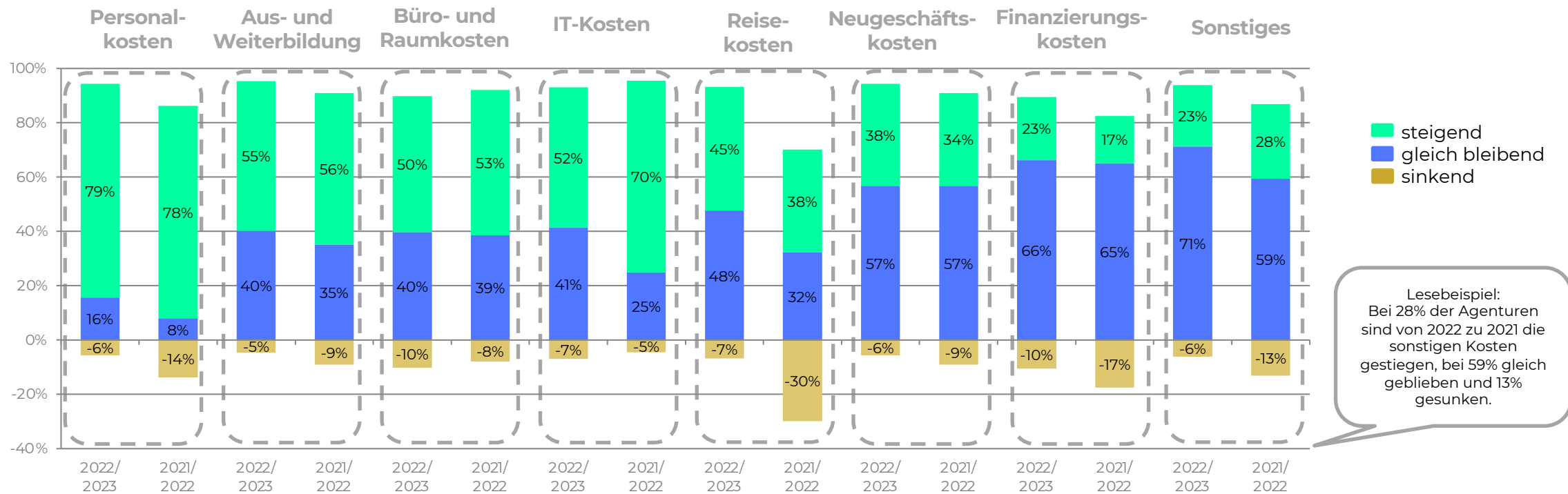


Online-Kommunikation ist nach wie vor der größte Wachstumstreiber. Aber auch umfassende Kommunikationskonzepte und Markenführung sind wichtige Arbeitsbereiche der GWA-Agenturen.

Kosten & Personal

Agenturen investieren in Personal und IT

Wie haben sich die Kosten prozentual von 2021 zu 2022 verändert und wie werden sich die Kosten prozentual von 2022 zu 2023 verändern?

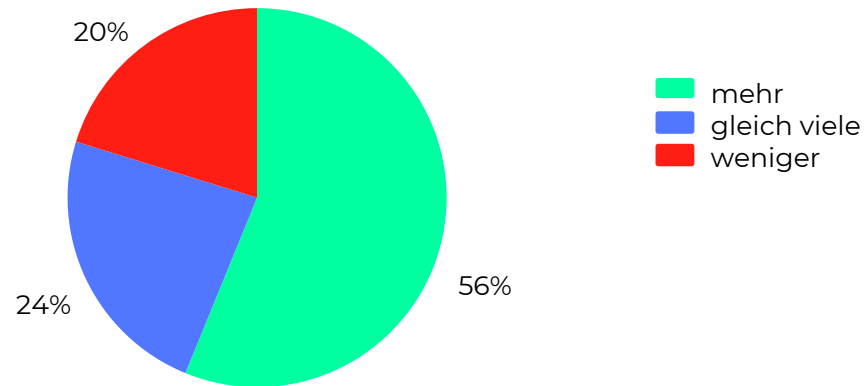


Agenturen haben im letzten Jahr vor allem ihre Investitionen in Personal sowie in die IT-Infrastruktur intensiviert. 80 Prozent der Befragten planen eine weitere Ausweitung der Personalkosten im laufenden Jahr.

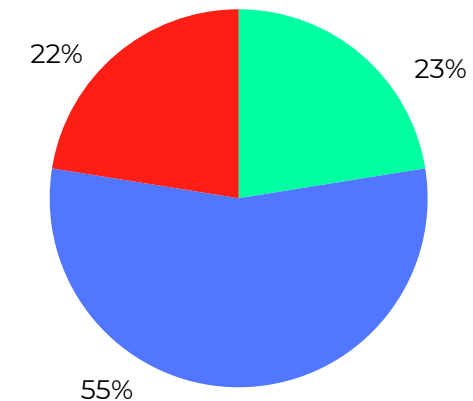
Mehr Festangestellte in Agenturen

Haben Sie – insgesamt betrachtet – aktuell mehr, gleich viele oder weniger festangestellte und freie Mitarbeiter*innen als zum gleichen Zeitpunkt des Vorjahres?

Festangestellte im Vergleich zum Vorjahr



Freie Mitarbeitende im Vergleich zum Vorjahr

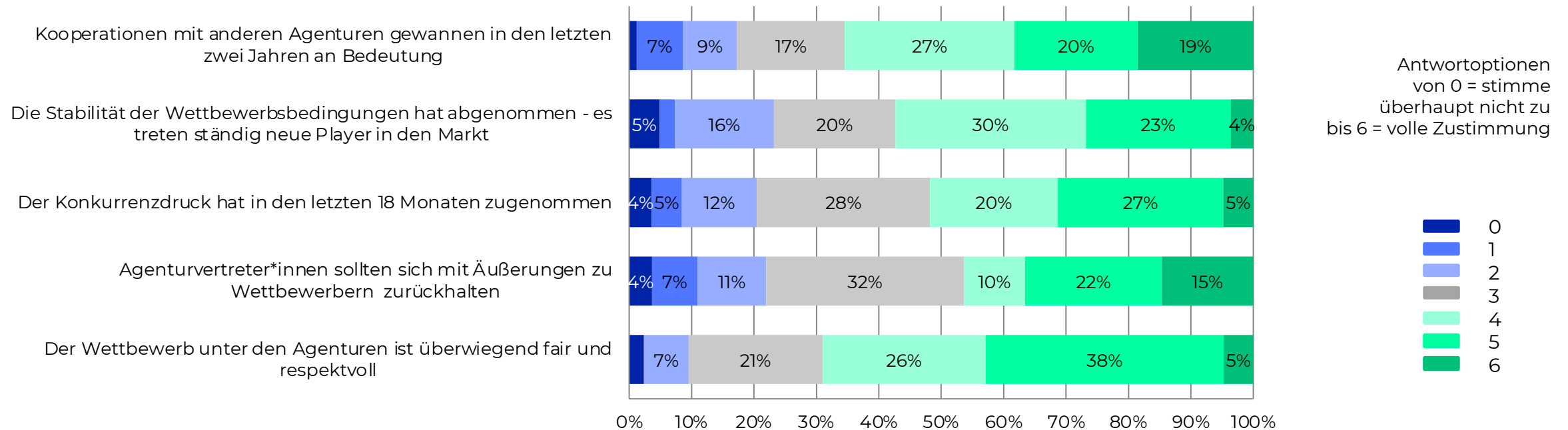


GWA-Agenturen hatten zuletzt vor allem deutlich mehr festangestellte Mitarbeitende als zuvor. Der Anteil an freiberuflichen Mitarbeitenden ist insgesamt auf gleichbleibendem Niveau.

Trends & Themen

Kooperationen gewinnen an Bedeutung

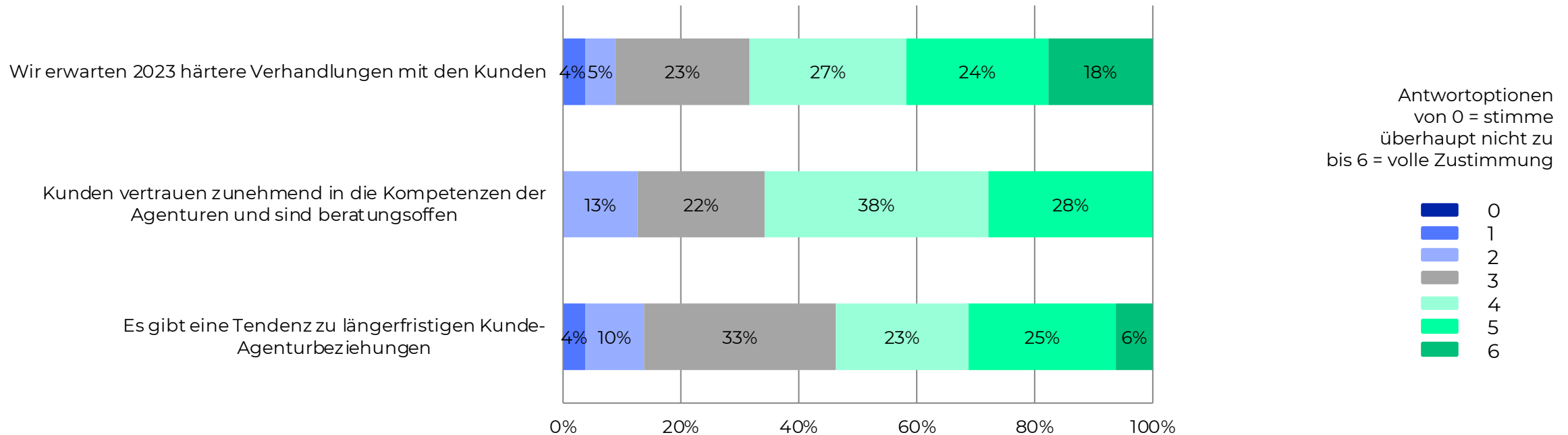
Inwieweit stimmen Sie zu?



Für zwei Drittel der Agenturen haben Kooperationen mit anderen Agenturen zuletzt an Bedeutung gewonnen. Den Wettbewerb untereinander empfinden die meisten Befragten als überwiegend fair und respektvoll.

Härtere Verhandlungen erwartet

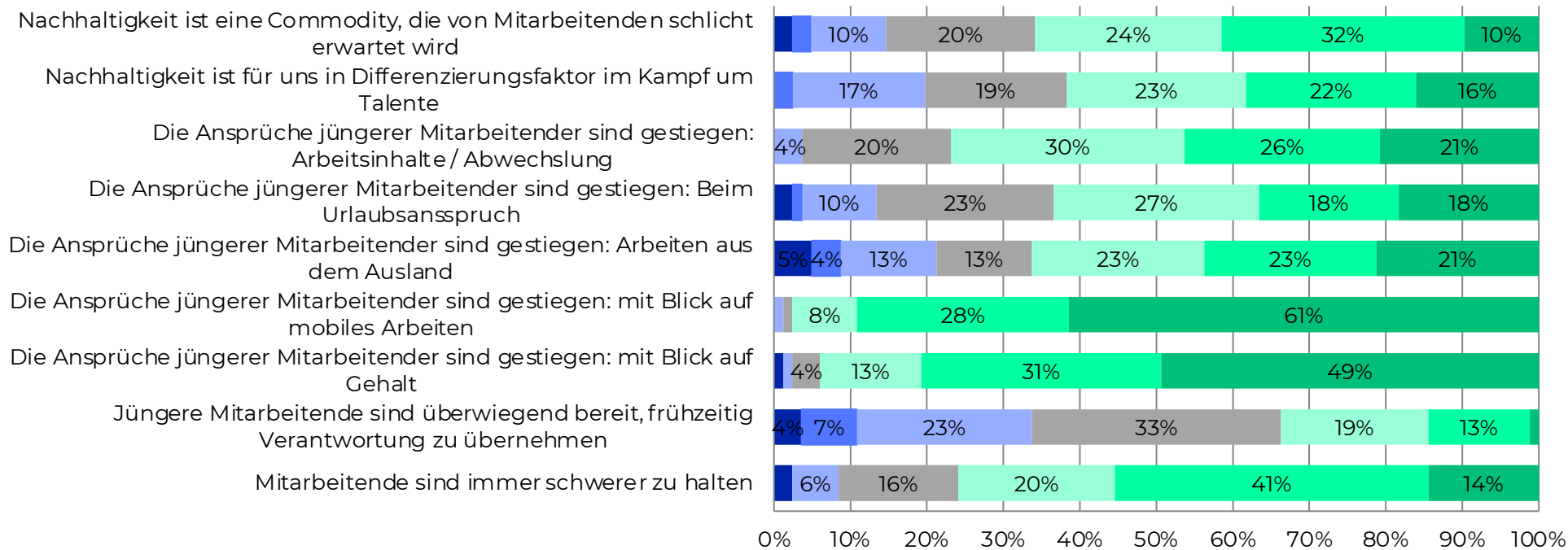
Inwieweit stimmen Sie zu?



Mehr als zwei Drittel der Agenturen erwarten in diesem Jahr härtere Verhandlungen mit Kunden. Die Hälfte der Befragten sehen auch eine Tendenz zu längerfristigen Agentur-Kunden-Beziehungen.

Ansprüche steigen bei mobilem Arbeiten & Gehalt

Inwieweit stimmen Sie zu?



Antwortoptionen von 0 = stimme überhaupt nicht zu bis 6 = volle Zustimmung



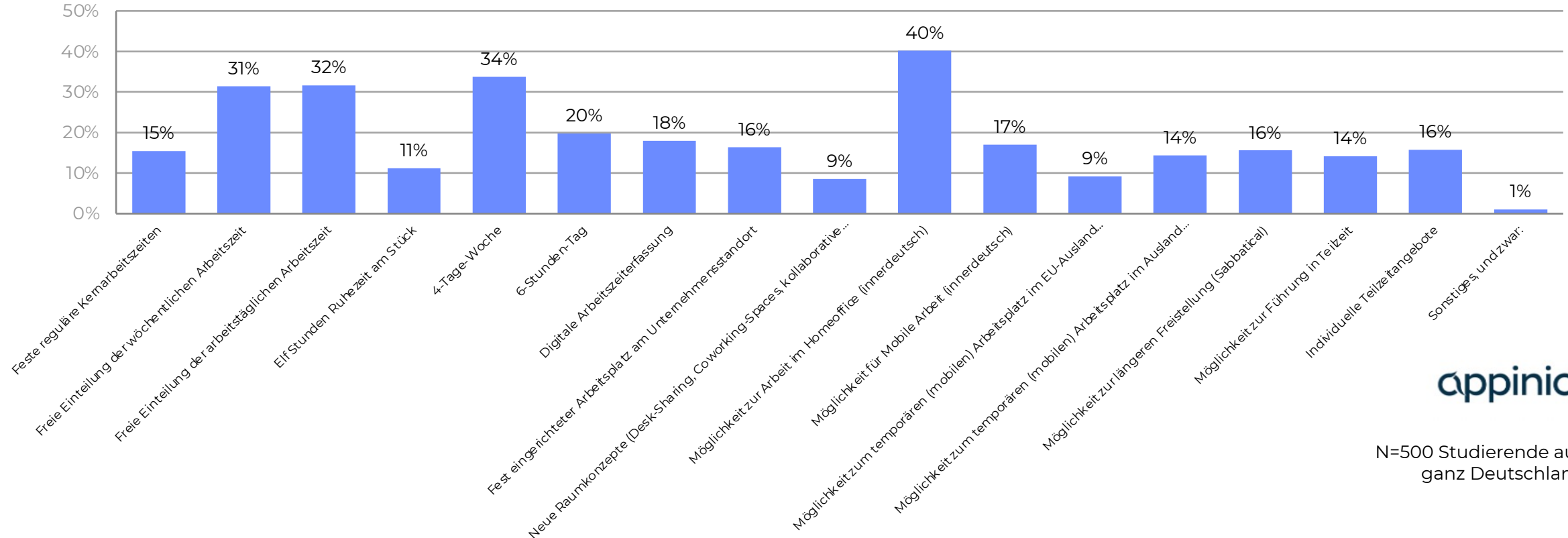
Bei jungen Talenten sehen Agenturen vor allem deutlich gestiegene Ansprüche bei mobilem Arbeiten, Gehalt und abwechslungsreichen Arbeitsinhalten. Für drei Viertel der Agenturen ist es immer schwieriger, Mitarbeitende zu halten.

Appendix

Auszüge aus der Studie ‚Flexibles Arbeiten: Was Studierende und Unternehmen erwarten‘ vom 9. März 2023 von GWA, DDV, BDU und VDU

Flexibles Arbeiten erwartet

Frage: Welche der folgenden Aspekte sind dir in Bezug auf dein künftiges Arbeitsumfeld am wichtigsten?

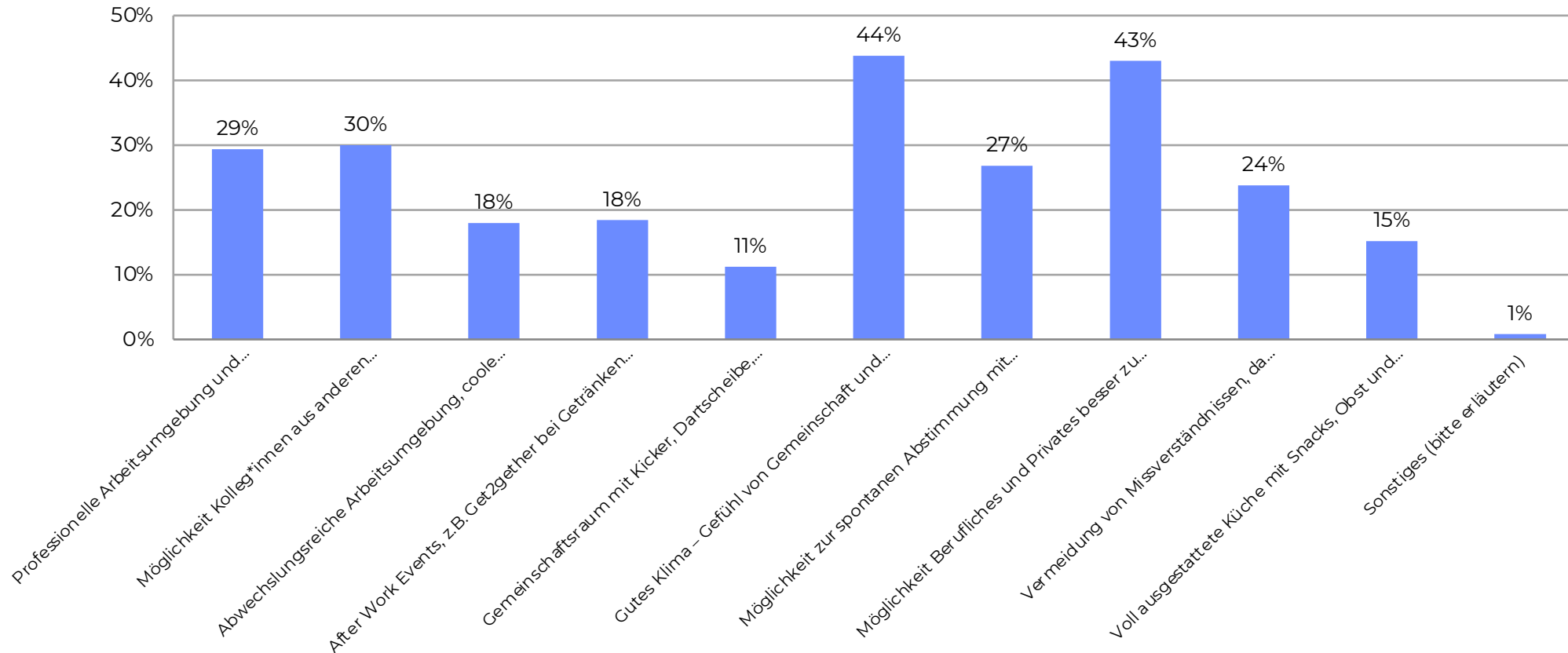


N=500 Studierende aus ganz Deutschland

Studierende erwarten von ihren künftigen Arbeitgebern vor allem flexibles Arbeiten: mit Blick auf den Arbeitsort und Einteilung der Arbeitszeit. Für ein Drittel ist auch eine Vier-Tage-Woche wichtig.

Arbeitsklima wichtig

Angenommen Homeoffice wird weiterhin in großem Umfang möglich sein: Welche drei Faktoren motivieren dich am meisten, das Büro aufzusuchen?



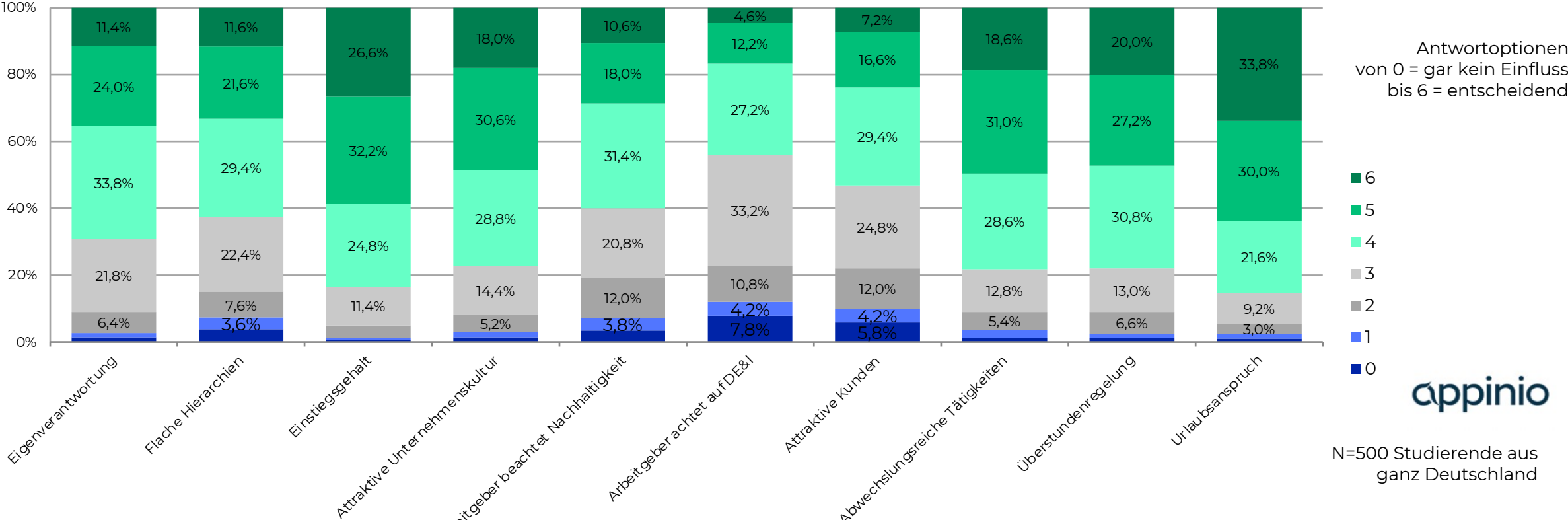
appinio

N=500 Studierende aus
ganz Deutschland

Was motiviert Mitarbeitende, im Büro zu arbeiten? Bei jungen Talenten ist das ein gutes Arbeitsklima und die Vereinbarkeit von Beruf und Privatem.

Gehalt und Urlaub vorn

Welchen Einfluss haben folgende Faktoren auf die Wahl deines Arbeitgebers?



N=500 Studierende aus ganz Deutschland

Gehalt und Urlaubsanspruch sind für Studierende die wichtigsten Faktoren, nach denen sie ihre Jobs und Aufgaben auswählen. Weitere Kriterien sind abwechslungsreiche Aufgaben, Überstundenregelung und die Unternehmenskultur.

Ansprechpartnerin

**Simone
Reifenberger**

Leiterin Kommunikation | Pressesprecherin

Tel: 069 / 256008-29

simone.reifenberger@gwa.de

