

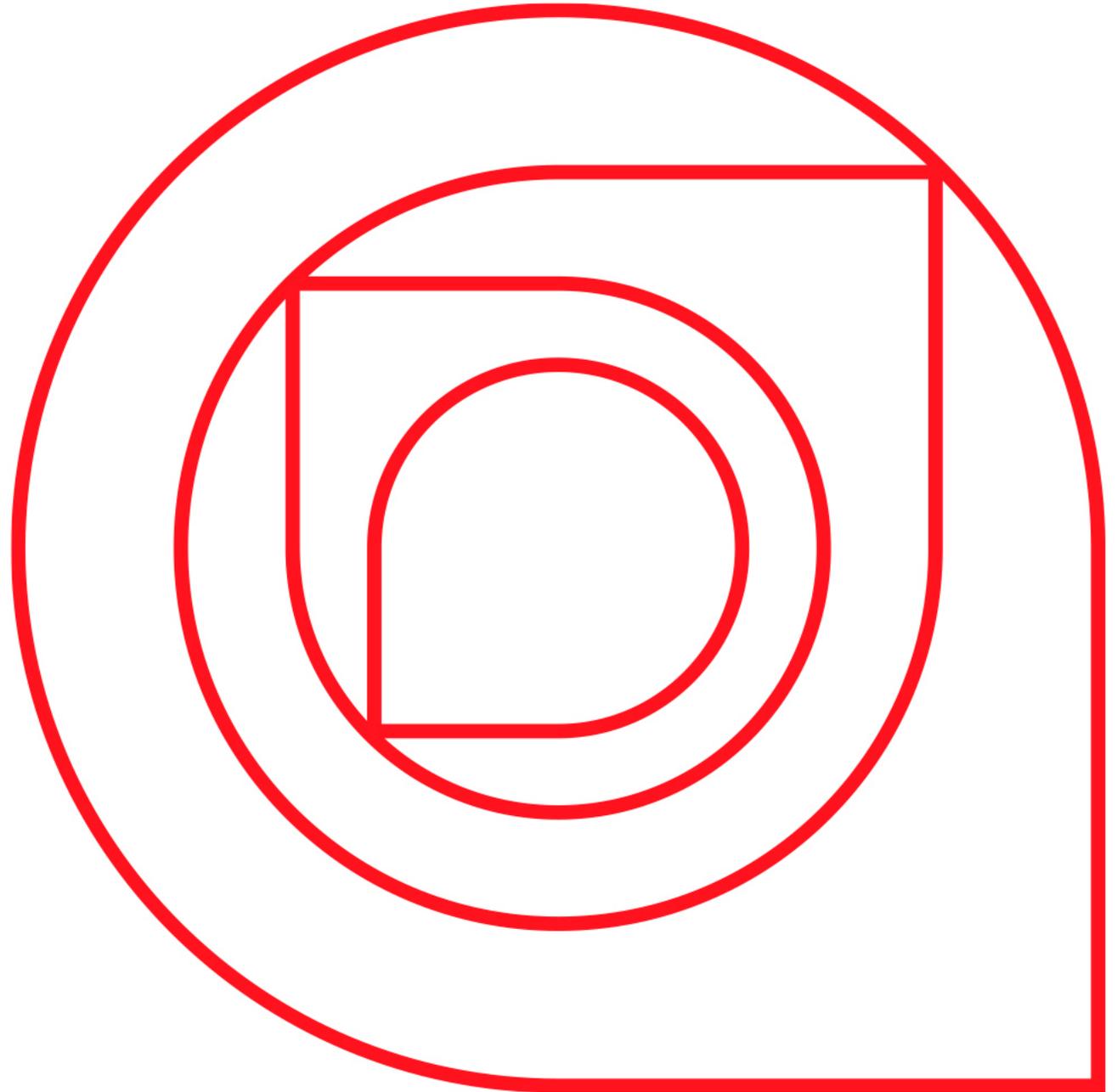


THE
STRATEGY
COLLECTIVE

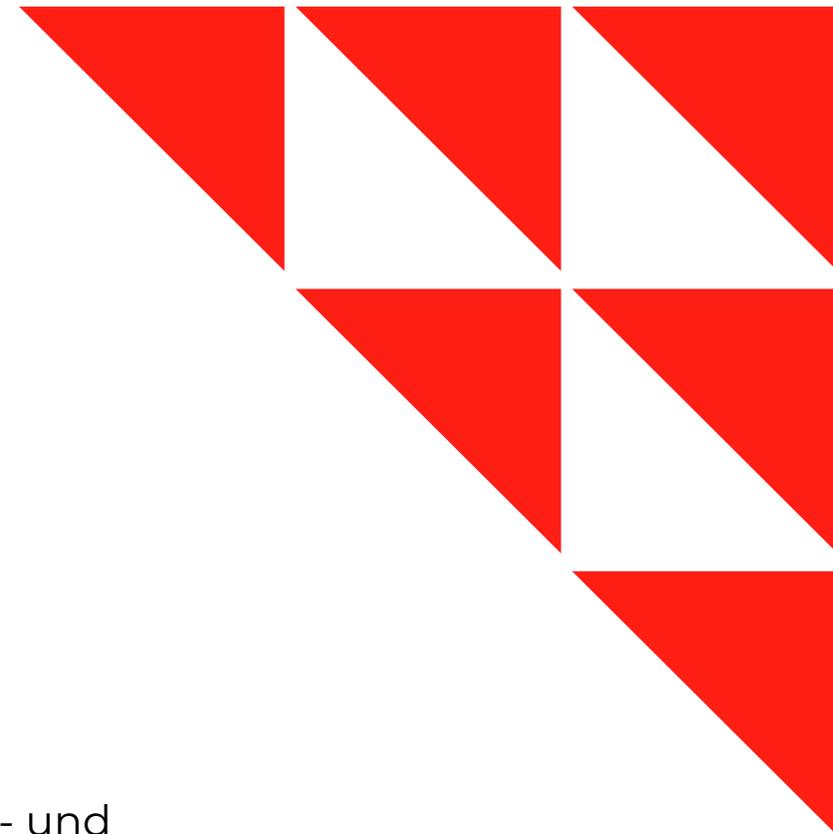
Wo steht Strategie?

Deutschlandweite Umfrage
zum Status quo von Strategie
in Agenturen

Mai 2023



Zusammenfassung



1. Strategie im Agenturgeschäft klar verankert

Dennoch signifikante Unterschiede bei Größe der Strategieabteilungen sowie Verankerung im Management.

2. Strategie immer breiter aufgestellt

Strategie-Disziplinen wie Brand Strategy, Creative Planning sowie Employer Branding sind in dem Angebotsportfolio der Agenturen vorn.

3. Generalist*innen stärker vertreten als Spezialist*innen

Generalist*innen decken meist unterschiedliche Sub-Disziplinen ab. Studien- und Ausbildungshintergründe klassisch geprägt, wenig Vielfalt.

4. Generelle Herausforderungen beim Recruiting

Neben Branchenimage und generellem Fachkräftemangel kommen unklare Terminologien und ein geringes Angebot an konkreten Aus- und Fortbildungswegen hinzu.

5. Klare Defizite bei Aus- und Weiterbildung von Strateg*innen

Keine Konsistenz, keine Standards, wenig Klarheit und Inspiration: Bedarfe bei einer Vielfalt an Themen.

Steckbrief

Methode: Online-Befragung mit strukturiertem Fragebogen

Zielgruppe: Strateg*innen in Führungspositionen

Teilnehmende: 77 Teilnehmer*innen, davon 73 aus GWA-Agenturen

Feldzeit: 09.-31.03.2023

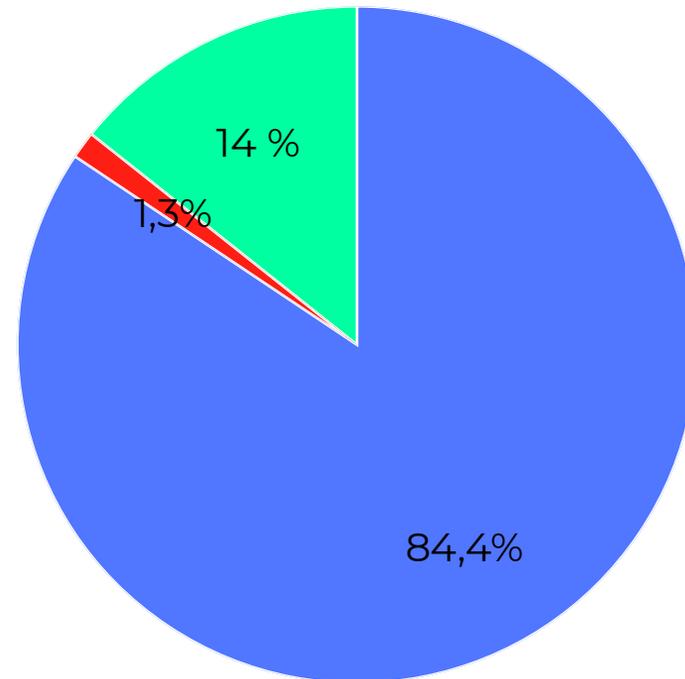


1. Strategie im Agenturgeschäft klar verankert

Überwiegende Mehrheit hat mindestens eine*n Mitarbeitende*n im Bereich Strategie

Haben Sie in Ihrer Agentur eine eigne Strategieabteilung, bzw. mindestens eine*n Mitarbeitende*n im Bereich Strategie?

77 Antworten



ja

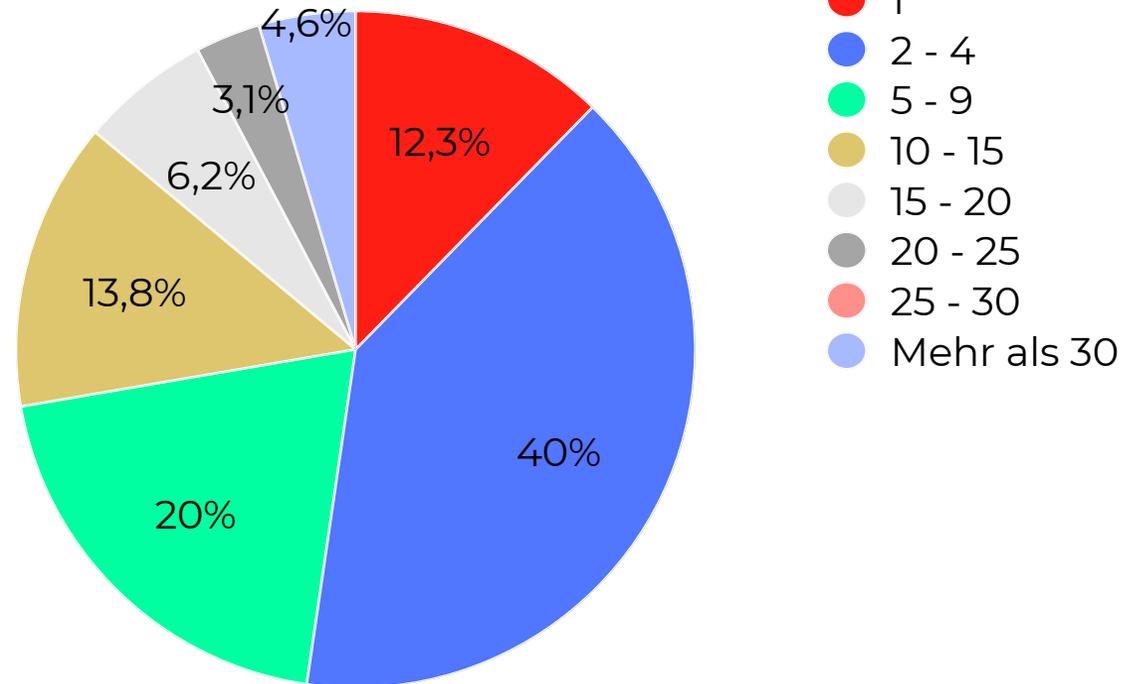
nein

nein, Strategie wird von Beratung / Kreation mitgemacht

Knapp 28% der Strategieabteilungen mit mehr als neun Mitarbeitenden

Wie viele Personen kümmern sich ungefähr ausschließlich um Strategie?

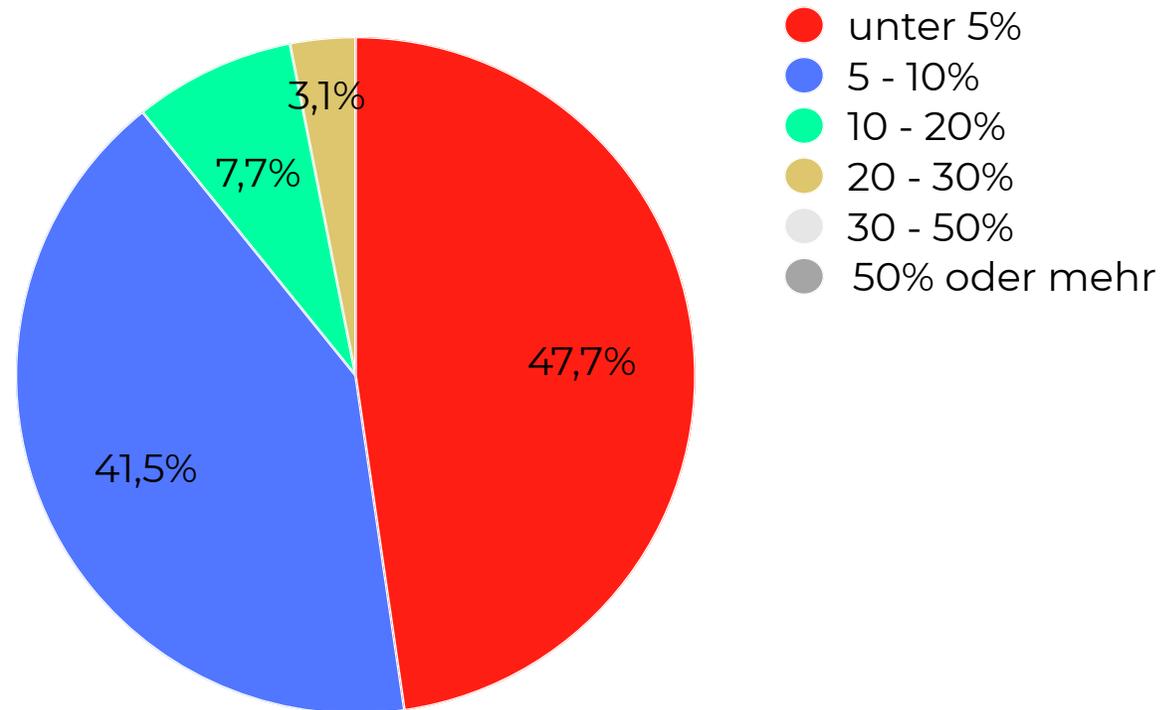
65 Antworten



Strateg*innen machen beim Gros der Agenturen bis zu 10% der Belegschaft aus

Welchen prozentualen Anteil an der Gesamtbelegschaft haben Strateg*innen in Ihrer Agentur?

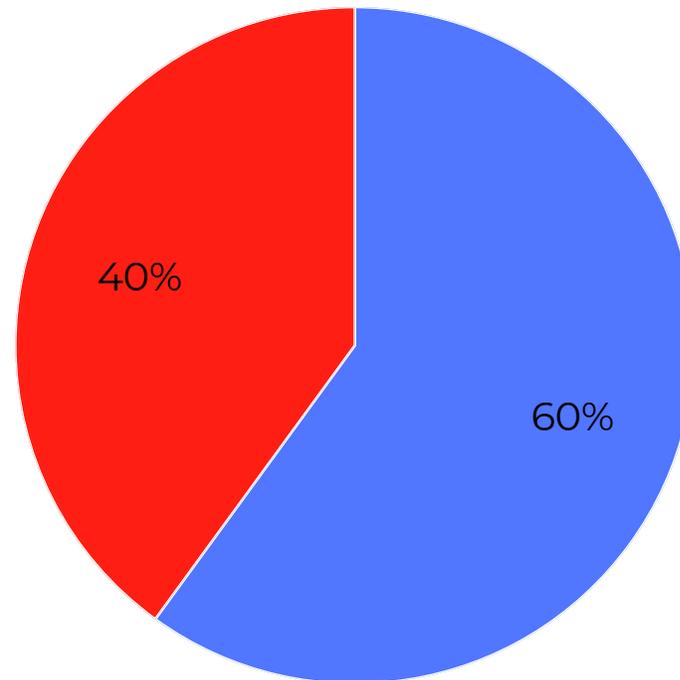
65 Antworten



Bei 60% der Agenturen ist Strategie Teil des Managements

Ist Strategie eine Funktion in der Geschäftsführung bzw. im Management (z.B. Chief Strategy Officer, Geschäftsführer*in Strategie)?

65 Antworten

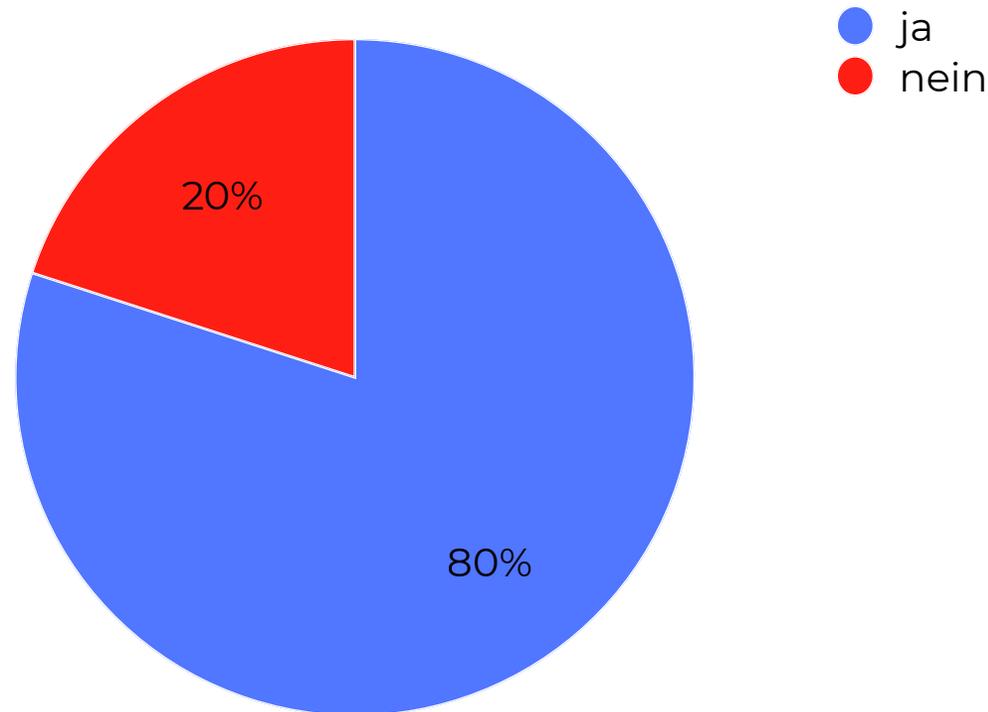


● Ja
● Nein

Der Großteil bietet strategische Beratung als eigenständige Leistung an

Bietet Ihre Agentur strategische Beratung als eigenständige Leistung an?

65 Antworten

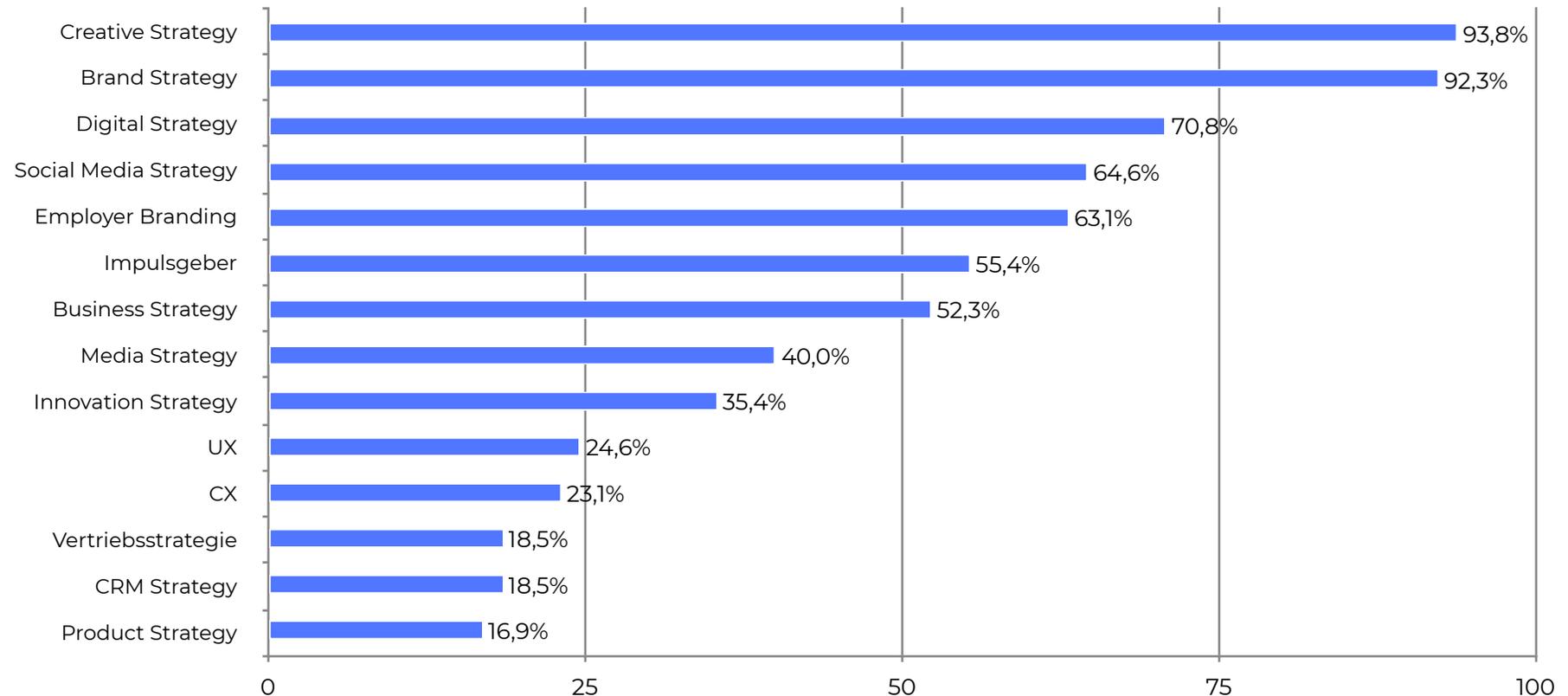


2. Strategie immer breiter aufgestellt

Bei Disziplinen liegen Brand und Creative Strategy vorn, gefolgt von Digital, Social Media und Employer Branding

Welche der unten genannten Strategie-Disziplinen deckt die Strategieabteilung ab?

65 Antworten

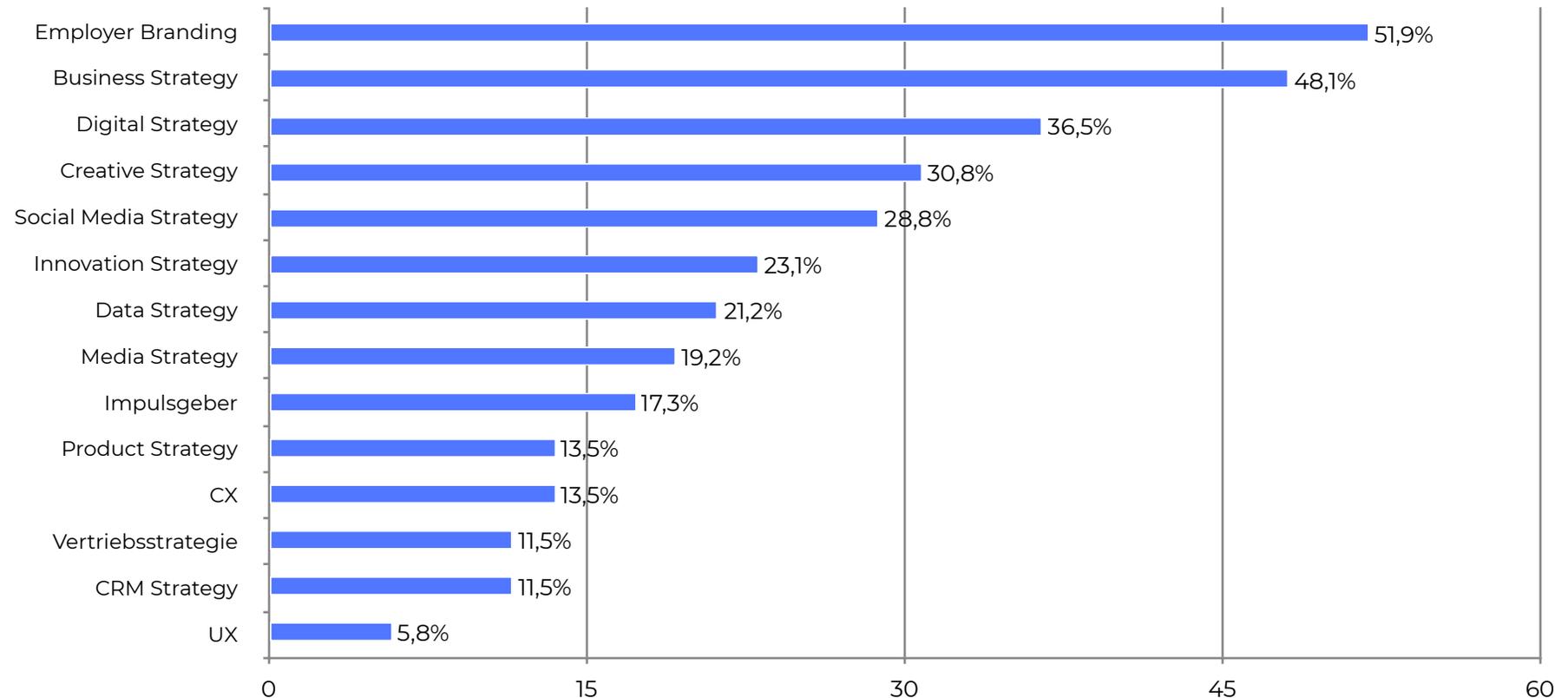


Brand Strategy wird am häufigsten als eigenständige Leistung angeboten

Auf welche Bereiche fokussiert sich die strategische Beratung als eigenständiges

Angebot ?

52 Antworten

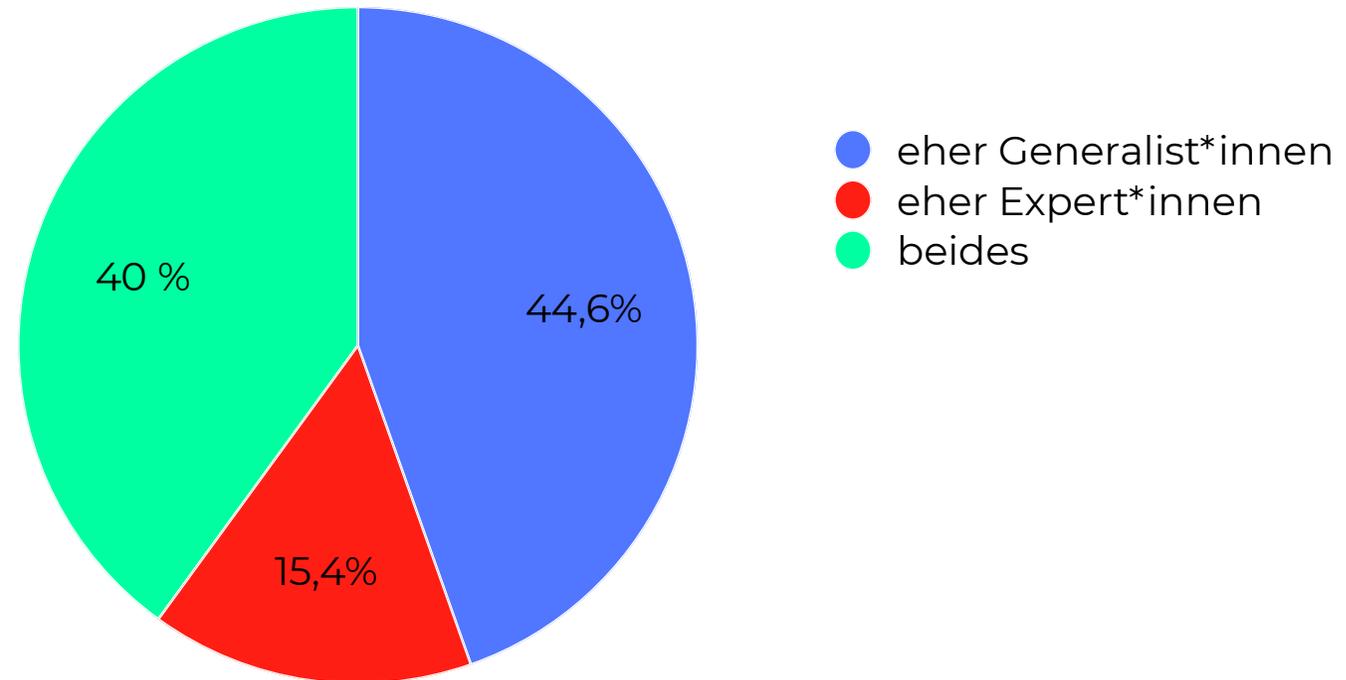


**3. Generalist*innen
stärker vertreten als
Spezialist*innen**

Fokus liegt auf Generalist*innen, nur wenige setzen rein auf Expert*innen

Sind die Strateg*innen bei Ihnen eher Generalist*innen oder Expert*innen (Fokus auf eine oder wenige Sub-Disziplinen, wie z.B. Brand Strategist, Social media Strategist, Comms Planner)?

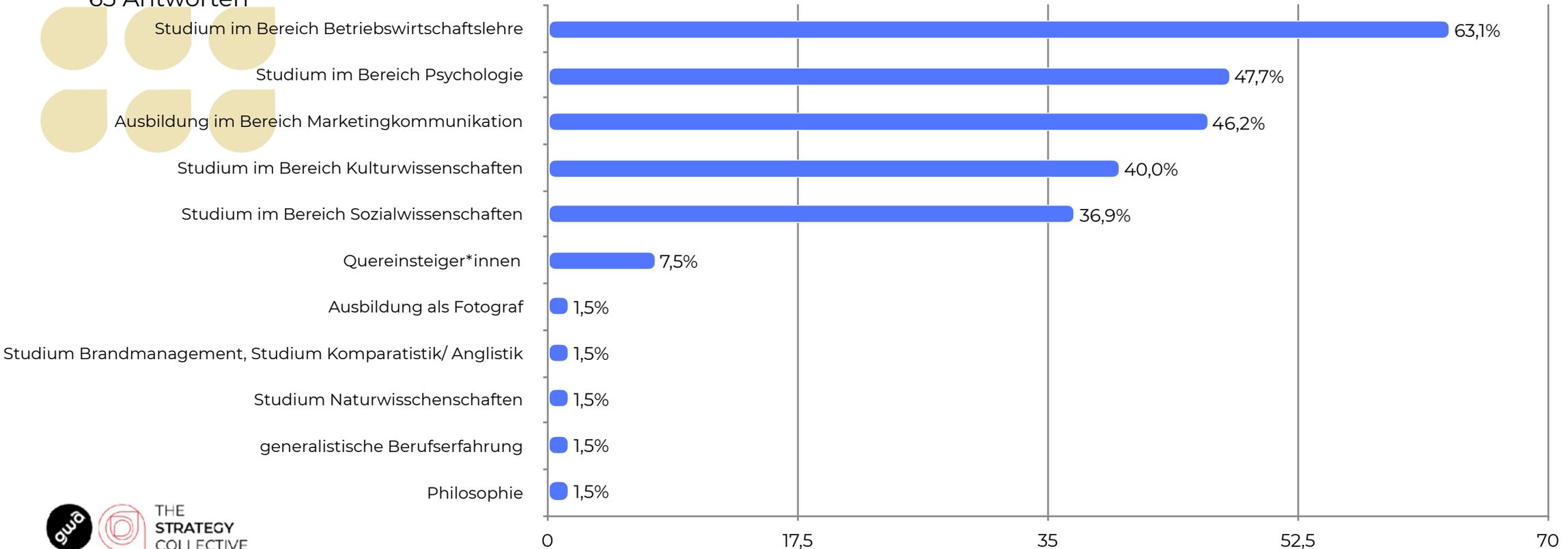
65 Antworten



Klassische Wege in die Disziplin überwiegen, wenige Quereinsteiger*innen

Welchen Hintergrund haben Ihre Strateg*innen?

65 Antworten

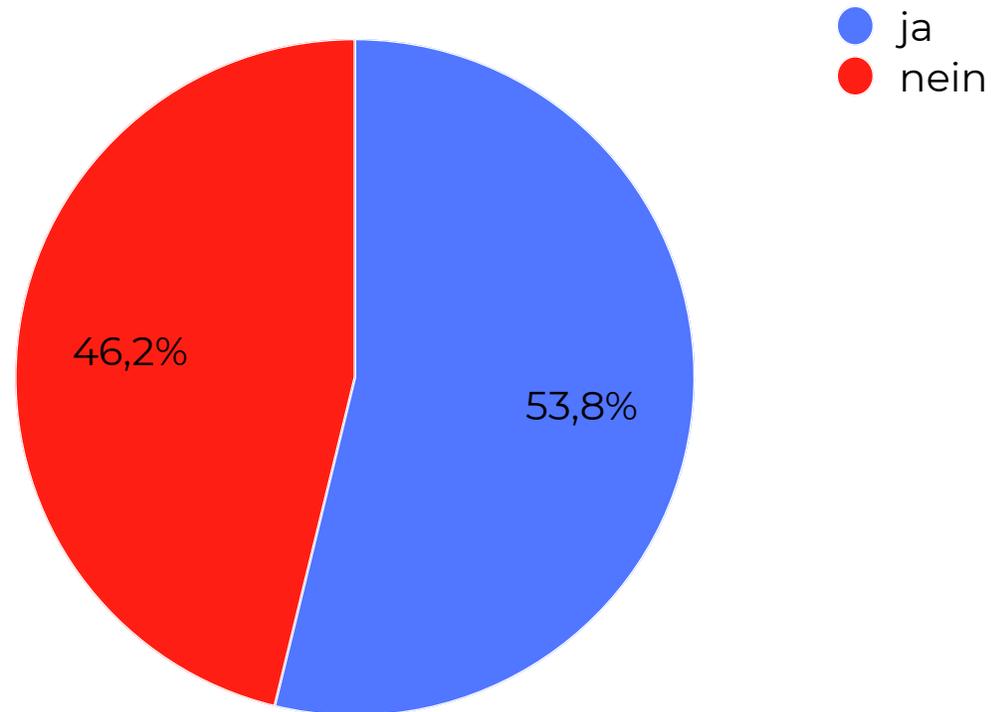


4. Generelle Herausforderungen beim Recruiting

Fast die Hälfte der Agenturen mit unbesetzten Stellen im Bereich Strategie

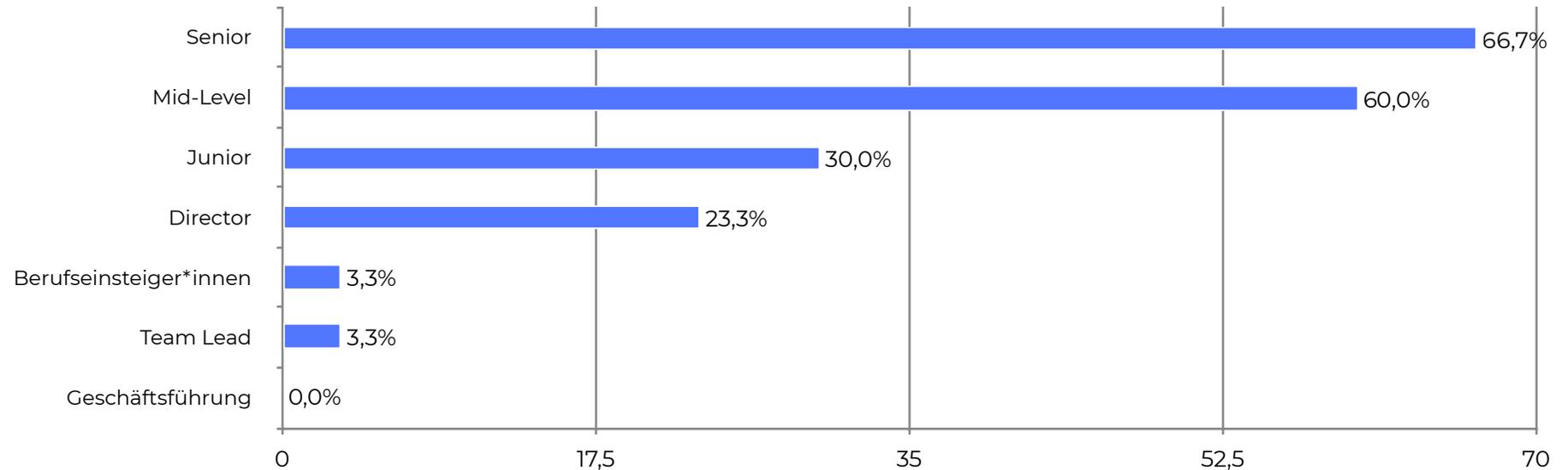
Sind alle offenen Stellen im Bereich Strategie besetzt?

65 Antworten



Größter Bedarf herrscht bei Mid- und Senior Level

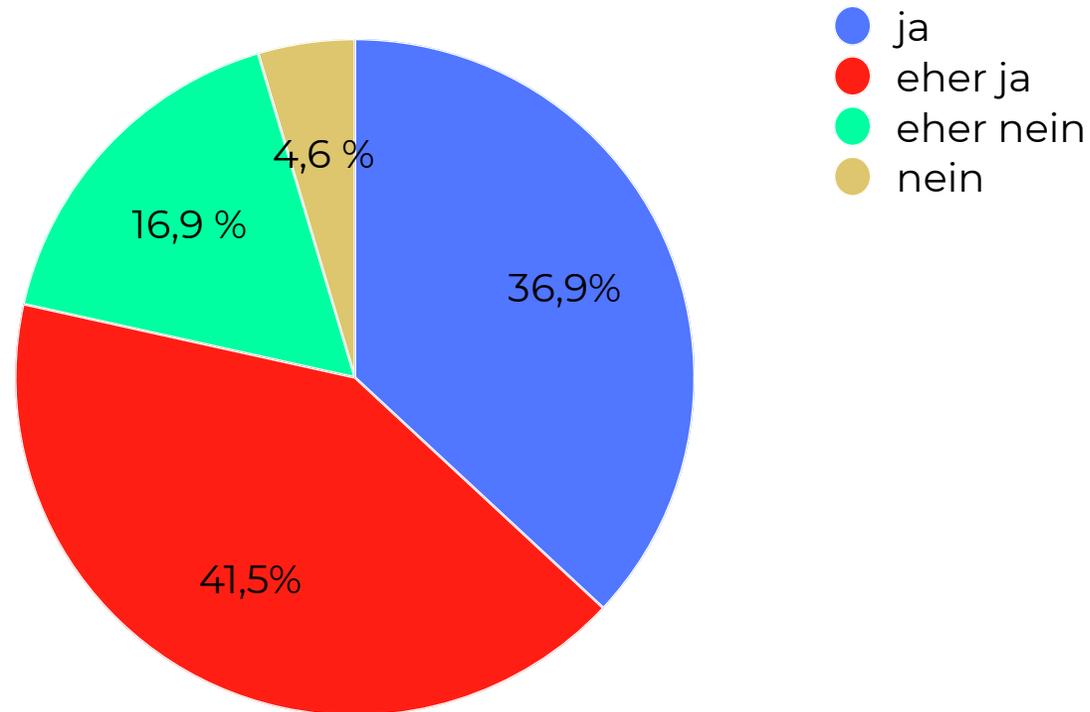
Welches Senioritätslevel haben die aktuell offenen Stellen? (Mehrfachantworten möglich)
30 Antworten



Fast 80% sehen Herausforderungen darin, die richtigen Talente zu finden

Sehen Sie aktuell Herausforderungen beim Finden von Talenten für strategische Stellen?

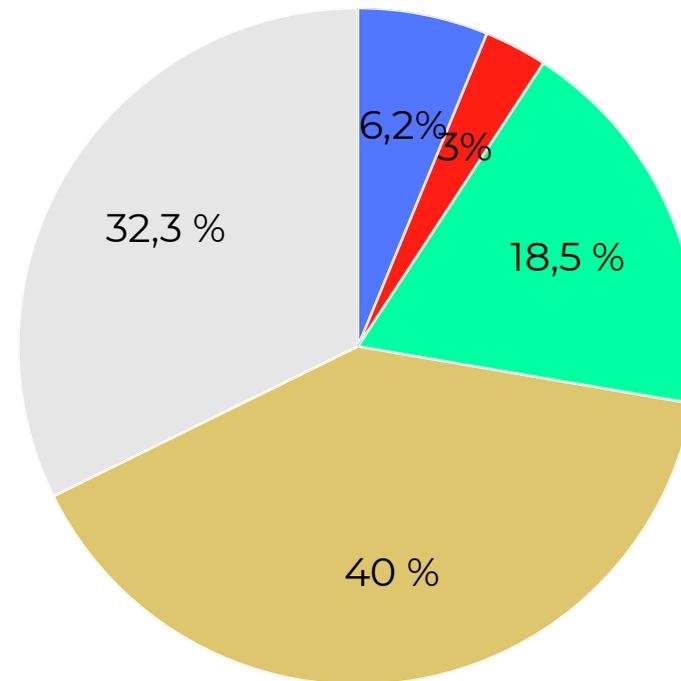
65 Antworten



70% der Agenturen nutzen Freelancer*innen aus Strategie eher selten bis gar nicht

Wie häufig nutzen Sie Freelancer*innen im Bereich Strategie?

65 Antworten



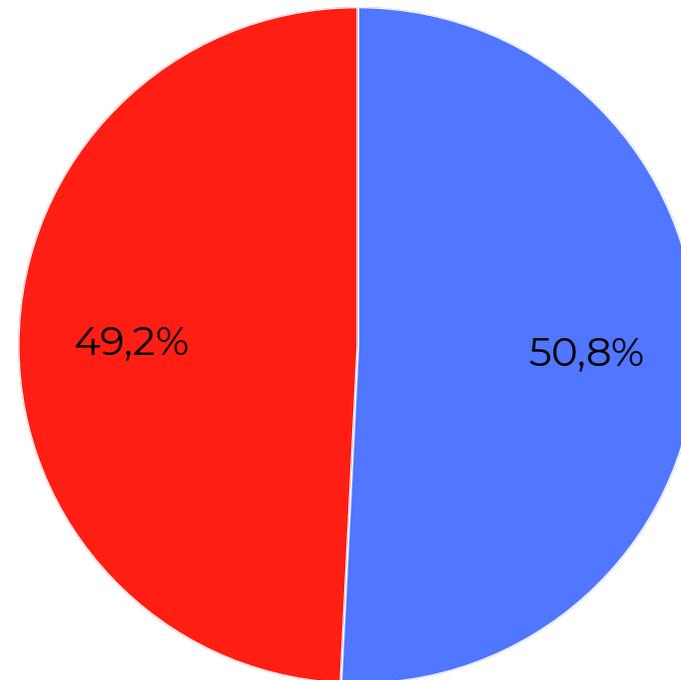
- häufiger
- monatlich
- alle zwei bis drei Monate
- ein- bis zweimal im Jahr
- gar nicht

Die Hälfte der Agenturen hat einen festen Pool an Freelancer*innen

Haben Sie einen festen Freelancer*innen

Pool?

65 Antworten



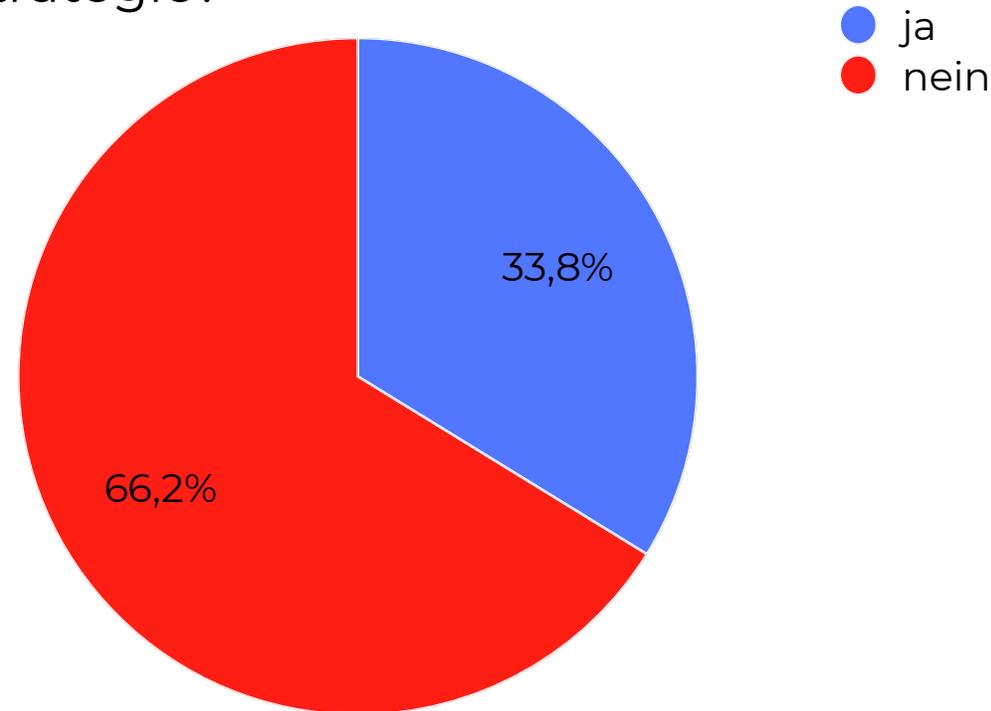
● ja
● nein

5. Klare Defizite bei Aus- und Weiterbildung von Strateg*innen

Nur ein Drittel der Agenturen bietet Ausbildungsformate für den Nachwuchs an

Bietet Ihre Agentur konkrete Ausbildungsformate für Trainees und Junior*innen im Bereich Strategie?

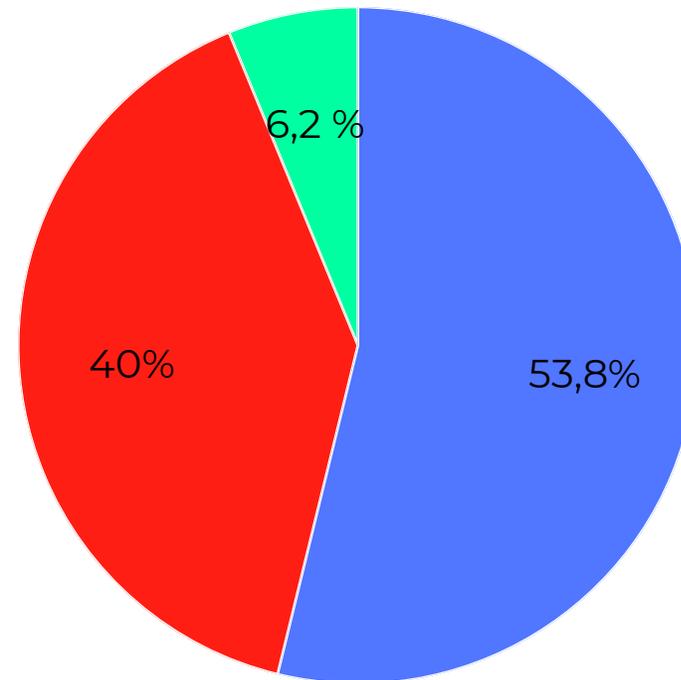
65 Antworten



Über 90% sehen Bedarf an Aus- und Weiterbildungsformaten für Strateg*innen

Sehen Sie Bedarf an zusätzlichen Aus- und Weiterbildungsangeboten für Strateg*innen?

65 Antworten



- ja
- eher ja
- eher nein
- nein



**THE STRATEGY
COLLECTIVE
Maßnahmen &
Angebote**

THE STRATEGY COLLECTIVE

Maßnahmen & Angebote

HOT HOUSE

Hands-on Sessions zu Strategie-Themen der Zukunft. Immer mit dem Ziel, konkrete und umsetzbare Ergebnisse zu erzielen.

Zeitraum: 1x pro Quartal in wechselnden Städten.

INSIGHT STUDIO

In LiveTalks geben uns Strateg*innen und Expert*innen aus aller Welt Einblicke in spannende Insights.

Zeitraum: alle 2-3 Monate digital.

SOCIAL KITCHEN

Ein Networking Format in verschiedenen deutschen Städten, bei dem sich Strateg*innen und Planner*innen mal bei Dinner, mal bei Drinks zu Strategie und der Welt austauschen können.

Zeitraum: in unregelmäßigen Abständen.

KOLUMNEN

u.a. New Business, Absatzwirtschaft

WEITERBILDUNG

u.a. mit der Hamburg School of Ideas

PODCAST

STRAT TALKS

CONTENT SERIE

WHAT THE STRAT?

Für mehr Infos:

<https://www.gwa.de/the-strategy-collective>



Franziska Duerl

Isabelle Schnellbügel

THE STRATEGY COLLECTIVE des GWA wurde von Isabelle Schnellbügel und Franziska Duerl 2022 gegründet. Es ist eine dynamische, kollaborative sowie vernetzende Austauschplattform für Strateg*innen und Planner*innen in den GWA-Agenturen. Wir wollen gemeinsam in unterschiedliche Disziplinen eintauchen und diese weiterentwickeln, Insights und Best Practices teilen und diskutieren, sowie regelmäßige Impulse lokaler wie internationaler Expert*innen integrieren.



Ansprechpartnerin



Simone Reifenberger

Leiterin Kommunikation

mail. simone.reifenberger@gwa.de

phone. 0173-3588489

