

## Unsere Einschätzung des Agenturmarktes 2024

von [Jörg Lüsebrink](#) und [Christian Niemeyer](#)

Freitag, 12. Januar 2024



(Christian Niemeyer (li.) und Jörg Lüsebrink; Foto: Francis Drake Pitchberatung ©)

Riesenagenturen und überwiegend Networks sind jüngst befragt worden, wie das neue Jahr wird, was die zentralen Themen sind und wie die wirtschaftlichen Erwartungen sind. Die [Umfrage](#) hat das erwartete optimistische Ergebnis gebracht. 5-10% Wachstum, so die einhellige Meinung, teilweise ohne Personalabbau und sogar mit Einstellungen und Profitplus. Die Stakeholder freuen sich.

Aber wie sieht es denn aus, wenn man sich mal den gesamten Markt an Agenturen anschaut?

Als Folge der Pandemie wurden in vielen Agenturen drastische Personalkürzungen vorgenommen, die sich bis heute stark auswirken. Die grundsätzliche Teilnahme an Pitches, aber auch das Zuendeführen von Pitches, ist in vielen Fällen, die wir als verantwortliche Pitchberater „am eigenen Leibe“ miterlebt haben, nicht mehr möglich. Ein ums andere Mal haben sich Agenturen aus laufenden Prozessen zurückgezogen, weil Bestandskunden die ganze Aufmerksamkeit beansprucht haben. Das ist eine ganz schlechte Basis für Wachstum und Umsatzplus, denn Personalkürzungen werden sich in absehbarer Zeit auch nicht rückgängig machen lassen. Auf der anderen Seite bieten natürlich gerade stabile Bestandskunden-Beziehungen eine enorme Basis für Wachstum. Hier muss von den Agenturen nur sehr viel mehr Augenmerk auf Kunden- und Marktorientierung sowie – nicht zuletzt – auf Proaktivität gelegt werden.

Kleinere und mittlere inhabergeführte Agenturen, die sehr kurzfristig auf die sich rasend schnell verändernden – insbesondere technischen – Rahmenbedingungen reagieren können, werden sich behaupten und stabilisieren und sogar wachsen können. Wem es gelingt, die beste Verbindung zwischen neuen Technologien, künstlicher Intelligenz, Social Media, relevantem Content und knallharten Vertriebszielen herzustellen, der wird als Gewinner dastehen.

Jedenfalls ist dabei von allen Beteiligten eine ordentliche Portion hellseherische Fähigkeiten gefragt in Bezug auf die Frage, wohin die Reise geht und was die nächsten neuen Entwicklungen und Trends sind.

Beim Umsatz sehen wir insgesamt eher Stagnation. Aber nicht im Sinne von Stillstand, sondern im Sinne einer Umverteilung. Ob auch kleiner werdende Kundenbudgets dafür verantwortlich sein werden, kann man nicht mit letzter Gewissheit sagen (wenngleich es eher wahrscheinlich ist). Was man aber mit Gewissheit sagen kann: Die Aufgaben werden immer spezieller. Der Kuchen wird in kleinere Stücke aufgeteilt. Das wird von den Agenturen natürlich zunächst mal als Sinken wahrgenommen. Eher ein Umsatzplus verzeichnen werden vor diesem Hintergrund Spezialagenturen auf der einen Seite und auf der anderen Seite Agenturen, die über entsprechende Kompetenzpartner verfügen und ganzheitliche Angebote unter einer Agenturmarke anbieten können. Und es werden die Agenturen erfolgreich sein, die mit ihren Kunden zeitgemäße finanzielle Rahmenbedingungen aushandeln, nämlich eine gesunde Mischung aus wert- und ergebnisorientierter Vergütung und wettbewerbstaughlichen, marktorientierten Stunden- und Tagessätzen für Projektsteuerung und -management sowie für umsetzungslastige Aufgaben (low tier work).

Und wie wirkt sich das alles auf Pitches aus? Wird es mehr oder weniger Pitches geben? Das lässt sich wie folgt beantworten: Beides ist grundsätzlich möglich. Das hängt im Wesentlichen davon ab, wofür sich Kunden auf Basis ihrer eigenen Kapazitäten, Kompetenzen und Budgets entscheiden. Wird eher eine ganzheitliche und weniger steuerungsintensive – insgesamt günstigere – Betreuung ausgeschrieben, werden tendenziell weniger Pitches stattfinden. Werden vermehrt echte Spezialisten gesucht, die aber alle gesteuert und bezahlt werden müssen, ist es genau umgekehrt. Wir gehen auf Basis unserer Wahrnehmungen der letzten Jahre von insgesamt eher mehr Pitches aus, da Kunden gerade ihre kleineren Budgets sehr zielorientiert und optimiert an die Besten der Besten vergeben möchten.

Bei der Situation auf dem Personalmarkt sehen wir insgesamt Stagnation. Zum einen lassen sich die einmal vorgenommenen Personalkürzungen nicht so ohne Weiteres rückgängig machen. Zum anderen werden sich die Spezialisten auf Basis des Vorgesagten in erster Linie umverteilen. Ob auch der allseits titulierte Fachkräftemangel seinen Teil dazu beiträgt, würden wir zumindest teilweise in Frage stellen. Allzu oft sind uns in der letzten Zeit Fälle begegnet, in denen Agenturen unter Berufung auf die schlechte wirtschaftliche Gesamtsituation, Inflation, kleiner werdende Kundenbudgets und sinkende Agenturhonorare abwegig niedrige Gehälter zu zahlen bereit waren. Da sei die Frage erlaubt, wer eigentlich eine Abwärtsspirale in Gang setzt ...

---

**FRANCIS DRAKE**  
**FDR Pitchberatung GmbH**  
Hohe Brücke 1  
Haus der Seefahrt  
20459 Hamburg

**Phone** +49 (0)40 - 210 91 12 70

**Web** <https://www.francisdrake-pitchberatung.de/>