

Fachartikel.

Pitch, Workshop oder Chemistry Meeting: Welches Verfahren eignet sich für die Agenturauswahl?

Die Auswahl einer neuen Werbeagentur muss nicht zwangsläufig in einer Wettbewerbspräsentation enden. Welches Auswahlverfahren sinnvoll ist, hängt davon ab, was ein Unternehmen über die potenziellen Agenturpartner erfahren und vergleichen möchte. Entscheidend ist deshalb nicht die Frage „Pitch oder kein Pitch?“, sondern: Welche Entscheidungsgrundlage brauchen wir für eine sichere Agenturauswahl?

Das Chemistry Meeting: Passt die Agentur zu uns?

Chemistry Meetings sind ein wichtiger Bestandteil einer professionellen Agenturauswahl. Sie finden nach der Vorauswahl geeigneter Agenturen statt und dienen vor allem dazu, die Menschen hinter den Agenturen kennenzulernen.

Im Mittelpunkt stehen Fragen wie:

- Versteht die Agentur unser Unternehmen und unsere Aufgabenstellung?
- Wie denkt und berät das vorgesehene Team?
- Stimmt die persönliche und kulturelle Passung?
- Wie ist die Rollenverteilung im Team?
- Wie offen und konstruktiv verläuft die Diskussion?
- Entsteht eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe?

Ein Chemistry Meeting ist keine Wettbewerbspräsentation. Die Agentur soll keine fertig ausgearbeitete Kommunikationslösung präsentieren. Im Vordergrund stehen Team, Kompetenz, Arbeitsweise und gegenseitiges Verständnis.

Bei einer sehr guten Vorauswahl kann das Chemistry Meeting bereits eine ausreichende Entscheidungsgrundlage sein.

Der Vertiefungsworkshop: Zusammenarbeit erleben

Ein Vertiefungsworkshop geht einen Schritt weiter. Kunde und Agentur bearbeiten gemeinsam ausgewählte Fragestellungen. Dadurch lässt sich beobachten, wie die Agentur analysiert, strukturiert, argumentiert und mit dem Kundenteam zusammenarbeitet.

Ein Workshop eignet sich besonders, wenn strategische Kompetenz, Beratungsqualität, Prozesse und Zusammenarbeit wichtiger für die Entscheidung sind als eine ausgearbeitete kreative Lösung.

Der Vorteil: Der Auftraggeber erlebt die Agentur näher an einer späteren realen Zusammenarbeit.

Das Challenge-Projekt: Die Agentur im Tagesgeschäft testen

Noch näher an der späteren Zusammenarbeit liegt ein reales, honoriertes Challenge-Projekt. Hier erhält eine oder erhalten mehrere Agenturen eine konkrete Aufgabe und bearbeiten diese unter realistischen Bedingungen. So lassen sich neben Strategie und Kreation auch Projektmanagement, Reaktionsgeschwindigkeit, Beratungsqualität, Teamarbeit und Verlässlichkeit beurteilen.

Das Challenge-Projekt eignet sich vor allem dann, wenn die Qualität der laufenden Zusammenarbeit einen hohen Stellenwert hat.

Die Wettbewerbspräsentation: Lösungen miteinander vergleichen

Eine Wettbewerbspräsentation ist sinnvoll, wenn Unternehmen strategische, konzeptionelle oder kreative Lösungsansätze verschiedener Agenturen miteinander vergleichen möchten.

Sie verlangt allerdings einen professionell vorbereiteten Prozess.

Aus unserer Erfahrung gehören dazu:

- ein klares und vollständiges Briefing,
- ein eindeutig definierter Scope of Work,
- maximal drei teilnehmende Agenturen,
- ausreichend Bearbeitungszeit,
- ein persönliches Briefing,
- ein Re-Briefing für offene Fragen,
- idealerweise strategische und kreative Schulterblicke,
- transparente Bewertungskriterien,
- ein angemessenes Präsentationshonorar,
- eine einheitliche Besetzung des Entscheidungsgremiums.

Parallel sollten auch Agenturvertrag und Agenturvergütung geklärt werden. So lassen sich Dealbreaker nach der eigentlichen Agenturenentscheidung vermeiden.

Welches Verfahren ist das richtige?

Eine pauschale Antwort gibt es nicht.

Geht es vor allem um Team, Zusammenarbeit und kulturelle Passung, kann ein Chemistry Meeting ausreichen.

Stehen strategische Kompetenz, Beratung und gemeinsame Arbeitsweise im Mittelpunkt, bietet sich ein Vertiefungsworkshop an.

Soll die Agentur unter realistischen Bedingungen getestet werden, ist ein Challenge-Projekt eine gute Entscheidungsgrundlage.

Sollen konkrete strategische, konzeptionelle oder kreative Lösungen verglichen werden, ist eine professionell organisierte Wettbewerbspräsentation das passende Verfahren.

Eine gute Agenturauswahl beginnt deshalb nicht mit der Festlegung auf einen Pitch. Sie beginnt mit der Definition dessen, was für eine fundierte Entscheidung tatsächlich geprüft werden muss.

FRANCIS DRAKE begleitet Unternehmen und öffentliche Auftraggeber bei der Agentursuche und Agenturauswahl. Aus mehr als 200 Auswahlprozessen kennen wir klassische Wettbewerbspräsentationen ebenso wie alternative Auswahlformate.

—

FRANCIS DRAKE
FDR Pitchberatung GmbH

Grimm 8
202457 Hamburg

Tel. +49 40 210 91 12 70

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

Jörg Lüsebrink
jl@francisdrake-pitchberatung.de

Christian Niemeyer
cn@francisdrake-pitchberatung.de