Ziel der Studie

Aufgabe der Umfrage ist die Sammlung konkreter Informationen über die administrativen Tätigkeiten in den Agenturen und deren Ausgestaltung. So geht es im ersten Teil um die Ermittlung von Fakten im administrativen Agenturworkflow und im zweiten Teil steht die Nutzung von Software in Verwaltung und Administration von der Terminplanung bis zur Angebotskalkulation im Mittelpunkt. In diesem Fragenkomplex geht es schwerpunktmäßig um so genannte „Agentursoftware-Lösungen“.

Weitere Informationen

Über Werbeagenturen und deren Arbeitsweisen in Administration und Verwaltung gibt es wenige Aussagen. In der Regel gilt die Aufmerksamkeit in Fachliteratur und Medien den kreativen Prozessen und Ergebnissen der Agentur, sowie den Anforderungen in der Produktion.

Ein Thema in der Beratung von Werbeagenturen ist somit nicht ohne Grund die Frage danach, wie es „die anderen tun“. Die Studie soll helfen, diese Fragen zu beantworten, sowie Trends und Meinungen erfragen.

Ein zweiter Teil sammelt Aussagen zum Einsatz von Software in Agenturen mit Schwerpunkt auf „Agentursoftware“ und dreht sich um die Anwendung und die Nutzerzufriedenheit.

Bis dato gibt es keine zusammengefassten Aussagen über die Nutzung von Agentursoftware in den Agenturen. Ein Ziel der Studie ist die Sammlung von Informationen über die Verbreitung, die Auswahl und die Nutzungsqualität von Agentursoftware.

Zielgruppe/Teilnahme

Die Studie richtet sich an Werbeagenturen jeglicher Größe und inhaltlicher Ausrichtung – von der Fullservice- über die Media- bis zur Eventagentur, vom kleinen Designbüro bis zur Unit. Angesprochen sind Mitglieder aus Agenturleitung und Administration, also aus Geschäftsführung, Controlling, Personalwesen, aber auch aus Beratung und Kontakt.

Vertraulichkeit

Der Versand der Antworten erfolgt anonym. Für den Versand der Studie an die Teilnehmer/innen und die Verlosung werden Kontaktdaten benötigt. Diese werden nach dem anonymen Versenden der Antworten in einem separaten Formular erfasst. Zwischen den Antworten und den persönlichen Daten sind keine Rückschlüsse möglich. Die Kontaktdaten werden keinerlei Dritten zur Verfügung gestellt; die Angabe ist freiwillig.

Veranstalterin

Durchgeführt wird die Befragung von der Agenturberatung hm43.

Die Agenturberatung hm43 wurde 2002 von Heike Mews gegründet und berät Werbeagenturen im Einsatz von Agentursoftware wie auch in Fragen der Prozessoptimierung. Bekannt wurde Frau Mews u.a. durch Veröffentlichungen in der „Page“ und der „w&v“, wie auch der Erstellung der ersten kompletten „Marktübersicht Agentursoftware“.

Aufwand und Einsendeschluss

Die Beantwortung der ca. 30 Fragen dauert ca. 15 Minuten, Die Antworten werden anonym ausgewertet. Einsendeschluss ist der 30. Juni 2008.

Zugang zum Online-Fragebogen

http://survey.2ask.de/7e94e5fea49bf73f/survey.html

Bereitstellung der Ergebnisse und Verlosung

Nach der Auswertung der Befragung im August erhalten die Teilnehmer/innen – sofern sie ihre Kontaktdaten angegeben haben – eine Teil-Auswertung der Studie als PDF; die gesamte Studie können teilnehmende Agenturen mit einem Rabatt von 25% bei der Agenturberatung hm43 erwerben.

Zusätzlich werden unter allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern attraktive Preise im Gesamtwert von ca. 1.300,– Euro verlost. Die Gewinner/innen werden im Anschluss an die Verlosung in der ersten Juli-Woche benachrichtigt.

Die Preise

- 5 mal den „Etatkalkulator“ der Firma ccvision GmbH
- 10 mal den „Vergütungstarif Design“ des AGD Allianz deutscher Designer
- 10 Broschüren „Richtlinien für Entwurfswettbewerbe“ des BDG Bund deutscher Grafikdesigner
- 4 mal das Nachschlagewerk „Rotstift“ der Werbecheck GmbH und
- einen iPod touch, gestiftet von der FileMaker GmbH.