

Den Wandel gestalten

Welche Folgen hat die Digitalisierung für das Geschäft der Mediaagenturen? HORIZONT hat die Agenturmanager zu den Herausforderungen der neuen interaktiven Medienwelt befragt.

Mit welchen Budgetverschiebungen in Richtung digitale Medien und Content rechnen Sie in den kommenden fünf Jahren?

Wie aufgeschlossen sind die Kunden bereits für diese Themen? Wie viel werden Ihre Kunden bis Ende 2009 hier investieren?

Welchen Mehrwert können Ihre Kunden dadurch erzielen?

Womit werden die Mediaagenturen in zehn Jahren ihr Geld verdienen?

NET Die vollständige Umfrage:
Horizont.net/mediaumfrage37c



Manfred Kluge, CEO
Omnicom Media Group
Germany, Düsseldorf und
Hamburg

Die Bereiche Display und Performance werden sich wertmäßig mindestens verdoppeln. Der Mobile-Anteil wird sich verzehnfachen, der Anteil von Ingame-Advertising sogar vervierfachen. In diesem Zusammenhang wird auch Branded Content jedweder Art weiter an Bedeutung zunehmen.

Unsere Kunden sehen vielfach den „digitalen Mehrwert“. Allerdings sind die digitalen Kanäle noch nicht bei allen Kunden ein „Must have“. Insgesamt wachsen wir in diesem Bereich weiterhin, wenn auch – konform zum Markt – gebremster als in den Vorjahren. Der Branded-Content-Bereich innerhalb der OMG 4CE wächst dagegen stark zweistellig.

Siehe Antwort zu Frage 2.

Zu allererst mit strategischer Beratung! Die drei zentralen Trends „Fragmentation“, „Battle of Messages“ und „Consumer Empowerment“ werden die Komplexität der Kommunikationslandschaft weiter steigern. Im Zuge dessen werden die Agenturen neue Dienstleistungen entwickeln, die auch zwangsläufig das Thema Kreation beinhalten werden.