



**Der Mediendienst der  
Schweizer Kommunikationsbranche.  
Erscheint täglich und kostenlos.**

# KleinReport

**Archiv - Donnerstag, 30. März 2006**

[zurück](#)

**Werbeagenturen: Mit Vitamin B zum Pitch**

Eine Agentur, die ist lustig und kreativ, damit sie Auftrag um Auftrag reinholt, Preis um Preis gewinnt und viel Geld verdient. So denken die Werber, oder zumindest 64,2% davon, wie eine am Donnerstag veröffentlichte Studie der Beratungsfirma BBDO Consulting Suisse AG ergeben hat. Dabei ist es ganz anders: Die Auftraggeber vergeben die meisten Pitches an eine Agentur, die schon für andere Projekte in der Firma gearbeitet hat, Know-how in der integrierten Kommunikation ausweisen kann und die Branche kennt. Gewonnene Preise sind eher sekundär. Ausserdem wünschen die Auftraggeber ein möglichst genaues Umsetzen ihres Briefings.

Am Schluss bleiben 83% Werber, die mit den vergebenen Pitches unzufrieden sind und 68% ihrer Kunden, die nichts zu beanstanden haben. «Damit millionenschwere Fehlinvestitionen in Werbekampagnen, die am Ziel vorbeischiessen, vermieden werden können, braucht es standardisierte Prozesse», fasst Sandro C. Principe die Studienerkenntnisse zusammen. «Solange die Bedürfnisse und Erwartungen der Auftraggeber nicht mit denjenigen der Agenturen harmonisiert sind, laufen beide das Risiko, dass sie viel Geld und Energie falsch investieren.»

 [Zum Drucken](#)  [Zum Weiterschicken](#)

-  [Home](#)
-  [sämtliche News](#)
-  [Leute-Ressort](#)
-  [Gratis: Newsletter abonnieren](#)
-  [Party- u. Veranstaltungs-Ressort](#)
-  [Woche im Überblick / Archiv](#)
-  [Links der Kommunikationsbranche](#)
-  [Werbetarife Klein Report](#)
-  [Herausgeberin / Impressum](#)
-  [Klein Report Stellenbörse](#)
-  [Hier können Sie Inserieren!](#)

Copyright © by Press Media AG, Klein Report - alle Rechte vorbehalten:  
Jegliche Vervielfältigung auf jedem Medium, ob in Teilen oder im Ganzen,  
ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Press Media AG erlaubt.