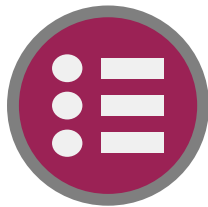


Das Agenturgeschäft in und nach der Corona-Krise



Eine Umfrage unter PR- und
Kommunikationsagenturen
in Deutschland

TEIL 2:

Antworten zu den aktuellen Herausforderungen im
operativen Betrieb

Frage 4: Ihre aktuell größten Herausforderungen im operativen Betrieb (in Stichworten)

- 1 In den Bereichen Kampagnen u. Live Kommunikation schien 2020 das beste Jahr seit langem zu werden. Einige Kampagnen-Projekte wurden nun gestoppt u. fast alle Live-Kom-Projekte gekündigt oder auf irgendwann verschoben. Vorher hatten wir neue, sehr gute Kräfte eingestellt, die wir lange gesucht hatten. Was tun, wenn evtl. im Herbst dann doch die gestoppten u. verschobenen Projekte doch noch realisiert werden, wir dann aber zu wenig Personal haben, weil wir MA wieder entlassen mussten? Zweite Herausforderung: Beteiligung an Ausschreibungen, dringend erforderlich. Aber nun fehlt Personal, weil teilweise für Kurzarbeit angemeldet. Mehrarbeit für die, die noch im Normalbetrieb arbeiten. Verunsicherung der Mitarbeiter/innen. Dritte Herausforderung: Preiskampf verschärft sich, weil viele Agenturen versuchen, weggebrochene Aufträge durch neue zu ersetzen - koste es, was es wolle. Vierte Herausforderung: Alle machen Homeoffice, auch auf Kundenseite. Folge: Mehraufwand durch mehr Einzelkommunikation u. Koordination von Abläufen. Lob unseren Kunden: Bereits erbrachte Leistungen für inzwischen gestoppte oder gecancelte Projekte werden anstandslos bezahlt. Nur ein Versuch, mit Verweis auf "höhere Gewalt", Zahlung zu verweigern. Langes Telefonat, dann Einsicht u. Zahlung.
- 2 Unplanbarkeit von Kundenentscheidungen / Starke Einschränkung durch Kinderbetreuung von Mitarbeitern mit Kindern
- 3 New Bizz / Koordination der Workforce bei Kurzarbeit
- 4 Interne Kommunikation, weil alle im Home Office arbeiten
- 5 Optimismus bewahren - gerade an Tagen, an denen Aufträge storniert werden / Unsere Ansprechpartner (Kunden, Journalisten, Partner) sind auch teils in Kurzarbeit, ihre Budgets, Jobs, Motivation teilweise in Gefahr - bleibt das Netzwerk funktional u. zukunftsfähig? / Wie beugen wir Risiken vor? / Wie können wir in Zeiten des Social Distancing unser Netzwerk pflegen u. erweitern? / Ideen für die Weiterentwicklung des Leistungsangebots waren schon im laufenden Betrieb nicht einfach zu finden bzw. wirtschaftlich abzubilden. Wenn sich der Markt verkleinert, dürfte es noch herausfordernder werden, was für die Branche voraussichtlich einen wachsenden Preisdruck zur Folge hat.
- 6 Workshops o. gemeinsame Erarbeitungen, die sich schlecht(er) digital abbilden lassen
- 7 Erreichbarkeit von Kunden, die in Zwangsurlaub oder Kurzarbeit gesendet wurden
- 8 bei maximaler Flexibilität in der Kurzarbeit den Austausch zwischen den Mitarbeitern sicher zu stellen / alle auch mit wenig Arbeit zu motivieren
- 9 Junioren remote zu führen, um dem Ausbildungsanspruch gerecht zu werden
- 10 Wir haben unseren Mitarbeitern bereits frühzeitig empfohlen, die Möglichkeiten von Remote Work u. Homeoffice zu nutzen u. arbeiten bereits in der 5. Woche von zuhause. Anfangs gab es Herausforderungen im Bereich Admin u. Abstimmung, die wir aber innerhalb von einer Woche gut in den Griff bekommen haben. Wir bieten unseren Kunden proaktiv Alternativen u. Lösungen an u. vermerken einen höheren Beratungsbedarf sowie einen verstärkten Shift zum Digitalgeschäft.
- 11 Die dezentrale Steuerung der Agenturprozesse
- 12 Wir sind sehr gut auf die Arbeit aus dem Homeoffice vorbereitet, weil wir unseren Mitarbeitern bereits vor Corona viel Homeoffice-Freiraum gegeben haben. Das daily business läuft also wie gehabt weiter. Was sicherlich noch nicht so geübt ist, ist das empathische Führen aus Entfernung. Das ist ein neuer Aspekt, der in dieser Dimension noch nicht da war. Aber unsere Führungskräfte lernen schnell und machen bisher einen guten Job :-)

-
- 13 Motivation, Sicherheitsgefühl und Unterstützung für alle Mitarbeiter*innen bieten (essentiell) / Effektive Abstimmungsprozesse mit dem Kunden
-
- 14 Balance zwischen effizienten Teammeetings u. lockeren Plauderrunden in der virtuellen Arbeitsumgebung sicher zu stellen. Unseren anstehenden 30. Agenturgeburtstag der Situation angemessen gebührend zu feiern - mit den Kollegen, Kunden, Partnern u. auch allen unseren Alumnis. Die geplante große Party werden wir wohl verschieben müssen. Vielleicht auf den 31. Geburtstag oder den 33. - oder beide Geburtstage.
-
- 15 Kunden davon zu überzeugen, dass Projekte trotz Corona realisiert werden können
-
- 16 Kostendisziplin / Umsatz- und Ertragsstabilisierung
-
- 17 Vertriebschancen fallen aus / Abschluss von Neugeschäft dauert länger / Abstimmung mit Kunden ist zeitintensiver
-
- 18 Wir haben leichte Kürzungen, gleichzeitig aber neue Projekte generieren können. Ebenfalls bei Kunden durch Corona neue Aufgaben übernehmen können. Daher Umsatzsteigerung trotz Rückgang bei bestehenden Projekten. Größte Herausforderung ist aktuell alles zu bedienen. Natürlich weiß keiner, was in 3 Monaten ist. Aktuell betrifft es den Zeitraum bis 15.4
-
- 19 Personal- u. Kundenmanagement
-
- 20 Die relevanten Medienpartner u. Pressekontakte im Homeoffice zu erreichen, um über die zu kommunizierenden Themen der PR-Kunden zu sprechen. Dazu wird es zunehmend schwierig Redaktionen zu erreichen, da sie nach u. nach in Kurzarbeit gehen. Dies betrifft in DACH schon sehr viele Verlagshäuser.
-
- 21 Unterstützung der Kunden / Steuerung Liquidität / Kundenkontakt / Verhinderung Projektverschiebungen
-
- 22 Neukundenakquise / Ausrichtung Kunden-Events und -Roundtables
-
- 23 Liquidität, schneller Abbau von Kosten
-
- 24 Hygiene-Standards verifizieren / Homeoffice Fähigkeit für 100% der MA sicherstellen / MA wg. Schulschließungen unterstützen - flexible Arbeitszeiten / Büroeinrichtungen adaptieren / tatsächliche Vorgaben der Landesverordnung (Hessen) beachten u. umsetzen
-
- 25 Liquidität und Neugeschäft
-
- 26 Mitarbeiter beruhigen, Personalplanung bei unklarer Auftragslage
-
- 27 100 % Homeoffice
-
- 28 Pitches wurden on hold gesetzt; generelle Unsicherheit über die wirtschaftliche Entwicklung zwingt uns zu sehr vorsichtigem Agieren, bereits fest geplante Investitionen in den Ausbau der Agentur haben wir vorsichtshalber verschoben.
-
- 29 Organisation des Alltags trotz Homeoffice / Planung der nächsten Wochen
-
- 30 Mitarbeiter finden
-
- 31 Themensetting im Zusammenhang mit Covid-19 / Planungssicherheit für den Rest 2020 / im Falle reduzierter PR-Retainer diese wieder baldmöglichst aufs alte Niveau bringen / weitere Kürzungen durch gute Arbeit und Kundennähe vermeiden
-
- 32 kurzfristig: Kapazitäten, Videokonferenzen
-
- 33 Innerhalb kürzester Zeit den Ablauf vollkommen zu digitalisieren, was sehr gut gelungen ist. Die persönliche Nähe zu den Mitarbeitern u. untereinander nicht zu verlieren, was wir über regelmäßige Videocalls versuchen umzusetzen.
-
- 34 Handling der Kurzarbeit, Verteilung u. Planung der dadurch weniger zur Verfügung stehenden Stunden
-

-
- 35 Gute Stimmung im Home office
-
- 36 das Projektgeschäft mit bestehenden Kunden stagniert.... Umgang mit der Krisensituation generell "Macht diese o. jene in 2019 freigegebene Maßnahme noch Sinn?" Die digitale Welt ist doch nicht sooo einfach wie oft gelesen...
-
- 37 Die Stimmung oben halten
-
- 38 Management der Teams u. Mitarbeiter aus dem HomeOffice / virtuelle Brainstormings und Teamarbeit zu organisieren / Motivation u. für weiterhin gute Stimmung und Enthusiasmus sowie Spaß bei der Arbeit zu sorgen
-
- 39 Umschichtung von Event-Kommunikation auf Inbound / Marketing, Social Selling u. Virtual Event Marketing / sonst keine, da wir schon vor der Corona-Krise zu 90 % in Home Offices gearbeitet haben
-
- 40 Überhaupt oder einigermaßen zeitnah Feedbacks von Kunden erhalten
-
- 41 Wie lange dauert dieser Zustand? Wie lange können wir das aushalten?
-
- 42 Das Neugeschäft ist zum Erliegen gekommen. Alle im Februar/Anf. März noch aktiven Leads sind auf Eis. Das macht die Planung für den Rest des Jahres sehr vage. Wir fahren auf Sicht.
-
- 43 Motivation der Mitarbeiter / langfristige Planung
-
- 44 Übersicht / Aufwand Detailabstimmungen
-
- 45 Umsatzplanung weiter als 4 Wochen in die Zukunft / Ressourcenplanung für alle Mitarbeiter in 50% Kurzarbeit bei unterschiedlich ausgelasteten Teams (zwischen 0 und 100%)
-
- 46 Wir kämpfen mit den Konsequenzen einer nicht zu Ende geführten Digitalisierung: schlechte Qualität von Videocalls, Bandbreitenprobleme, fehlende oder schlechte Tools
-
- 47 Motivation aufrechterhalten bei langen Home Office Phasen / Neueinstellungen: Onboarding neuer Mitarbeiter derzeit nicht möglich; Office Management aufrechterhalten
-
- 48 Kundenbindung aufrecht erhalten / Neugeschäft / Sehr genaues Umsatzscreening, um Warnsignale so früh wie möglich zu erkennen u. entsprechend handeln zu können
-
- 49 Aufrechterhalten von Moral und Stimmung / Arbeitssituation von Junioren
-
- 50 Agenturinterne Abstimmungen
-
- 51 Keinerlei organisatorische/operative Auswirkungen - Unsere Agentur war immer schon vollständig digital aufgestellt, mit 100 Prozent Home-Office-Möglichkeit
-
- 52 Cashflow sicherstellen
-
- 53 Die zusätzlichen Aufträge sehr gut abzuwickeln / neue Mitarbeiter zu gewinnen, wenn man keine persönlichen Vorstellungsgespräche machen kann.
-
- 54 kaum Möglichkeiten für New Business u. Akquise-Aktivitäten / positiv: Mitarbeiter nutzen zahlreiche Webinare für die Weiterbildung
-
- 55 Doch deutlich höherer Koordinations- u. Abstimmungsaufwand in den Teams und mit den auch verstreuten Ansprechpartnern bei den Kunden
-
- 56 Projektkoordination via Homeoffice (Orga von Meetings, Abläufen, technische Voraussetzungen) / Qualitäts- und Effizienzsicherung
-
- 57 Heimarbeitsplätze erträglich gestalten
-
- 58 Liquiditätsmanagement / Kundenbeziehung aufrecht erhalten / Stimmung u. Kultur aus dem Homeoffice hochhalten / NewBiz Pipeline
-

-
- 60 Stimmung der MA einfangen und Maßnahmen ergreifen / Schockstarre der Kunden durch Beratung aufzufangen und aufzulösen
-
- 61 Mitarbeiter managen / Kundenverhalten zu antizipieren / neue Mitarbeiter einarbeiten / Planung für das kommende Jahr
-
- 62 Austausch unter den Teams organisieren / Kapazitätsplanungen / Brainstormings mit mehreren Mitarbeitern
-
- 63 Die Ruhe u. Konzentration für eigene Projekte finden u. Ruhe bewahren bis das Geschäft wieder anläuft
-
- 64 Lead Generierung
-

Kontakt

