

© Agenturberatung hm43  
Heike Mews  
Ahrensburg  
2017/2018  
Alle Rechte vorbehalten



Agenturberatung hm43

---

# Studie Agenturorganisation und Softwarenutzung

---

2017/2018

---

# Einstieg

Unter der Bezeichnung Agentursoftware werden Software-Lösungen verstanden, die vornehmlich alle klassischen kaufmännischen Prozesse von Agenturen unter einem Dach vereinen: Kundenanfrage, Kalkulation und Angebote, Projektverwaltung, Erfassung und Projektzuordnung von Eigenleistungen (Projektzeiten) und Fremdleistungen (Eingangsrechnungen) sowie Faktura.

Damit spielt Agentursoftware eine ganz zentrale Rolle, wenn es um die Steuerung des Agentur-Betriebes geht.

Mit Einführung und Nutzung werden unternehmenskritische Daten und Prozesse an die Software-Systeme übertragen. Dazu ist Vertrauen nötig – Vertrauen in die Software und in die Anbieter. Software muss funktionieren, stabil und verlässlich sein. Software-Anbieter müssen solvent sein, über eine große Erfahrung, Einführungscompetenz und Branchenkenntnis verfügen.

Gleichzeitig muss Agentursoftware passen – zur Agentur, zu den Prozessen, zu den Anwender/innen. Voraussetzung dafür ist die exakte Bestimmung der Anforderungen und für diese wiederum eine gründliche Bestandsaufnahme der betroffenen Geschäftsprozesse und der Rahmenbedingungen. Denn nur bekannte und gut aufeinander abgestimmte Geschäftsprozesse können durch Software optimal unterstützt werden. Die Software soll schließlich zur Agentur passen – und nicht umgekehrt.

Die Studie „Agenturorganisation und Software-Nutzung“ untersucht deshalb beides: Die Software und ihre Nutzung wie auch die Arbeitsweise und die Struktur, die Organisation der Agenturen.

Diese Studie wurde in ähnlicher Form 2008 schon einmal durchgeführt. Auf diese Studie wird an geeigneten Stellen Bezug genommen und werden Vergleiche angestellt.



# Inhalt

Datenbasis und Statistik	
Teilnehmende und Funktionen in der Agentur	3
Stammsitz der Agenturen und regionale Beteiligung	4
Die Agenturen	
Gründung, Betriebsform und Ausrichtung	5
Agenturumsätze	6
Mitarbeiter/innen	7
Agenturpraxis	
Unternehmensprozesse und behördliche Anforderungen	8
Agenturorganisation	9
Projektorganisation und Ressourcenplanung	10
interne Kommunikation und Zusammenarbeit	11
Externe Kommunikation mit Kunden und Partnern	12
Controlling, Kalkulation und Preisermittlung	13
Einsatz von EDV	
Mobile Daten	14
Allrounder vs. Speziallösungen	15
Meinungen zu diversen Themen	16
Umsetzung von Aufgaben/Prozessen mit und ohne Software	17
Einsatz von Agentursoftware	
Einsatz von Agentursoftware	21
Auswahlverfahren	22
Ziele und Gründe für den Einsatz von Agentursoftware	23
Softwareeinführung und Zielerreichung	24
Gründe für Nicht-Nutzung	25
Gründe und Zufriedenheit bei Eigenentwicklungen	26
Gescheiterte Einführungen	27
Eingesetzte Agentursoftware-Lösungen	28
Nutzungsdauer	29
Ablösung und Ablösungsgründe	29
Anhang	
Studie und Beteiligung	30
Impressum	30

# Datenbasis und Statistik

## Wer hat sich beteiligt und welche Funktion haben die Beteiligten?

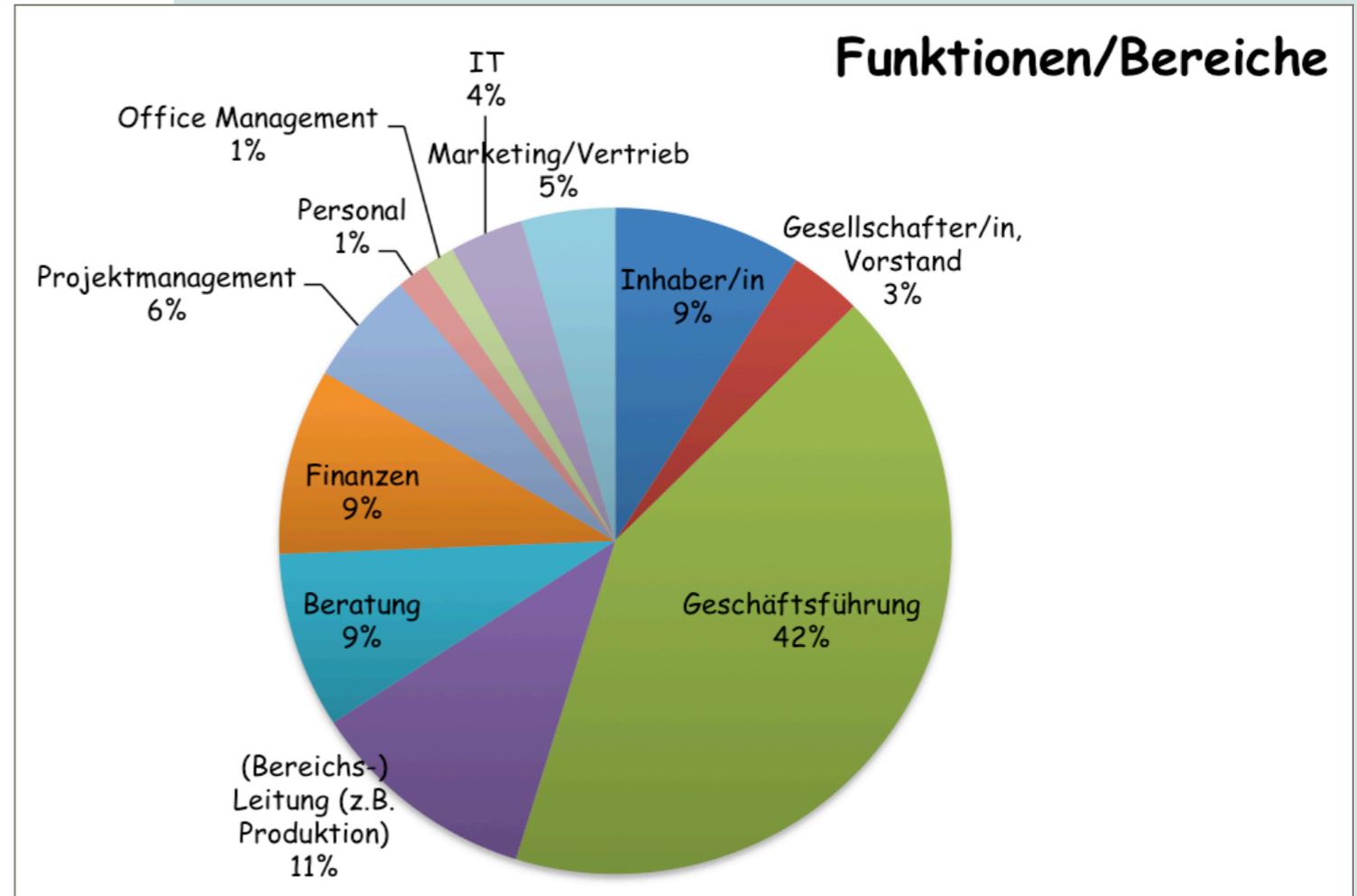
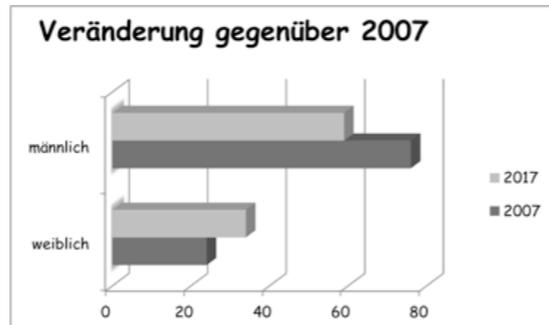
Die offene Frage zu der in der Agentur ausgeübten Funktion ergab **104** unterschiedliche Bezeichnungen. Teilweise wurden mehrere Funktionen gleichzeitig genannt: Angaben wie „Director Accounting & Controlling & Legal / Prokurist“, „Konzeptentwicklung und Umsetzung im Einzelhandel“ oder auch „Projektleiterin, Services, Produktion, Verantwortung Agentursoftware“ erschwerten die Einteilung in Gruppen. Allerdings gab die überwiegende Anzahl der Teilnehmer/innen mit Nennungen wie „Inhaber“, CEO, Geschäftsführer/ Geschäftsführung“ an, das Unternehmen zu leiten.

Die Frage nach dem Geschlecht der Teilnehmenden hat einen erheblich gestiegenen Anteil der Frauen gegenüber der Befragung 2008 ergeben.



Die Teilnehmer/innen der Studie waren zu 59% männlich, zu 34% weiblich, 7% haben keine Angabe gemacht.

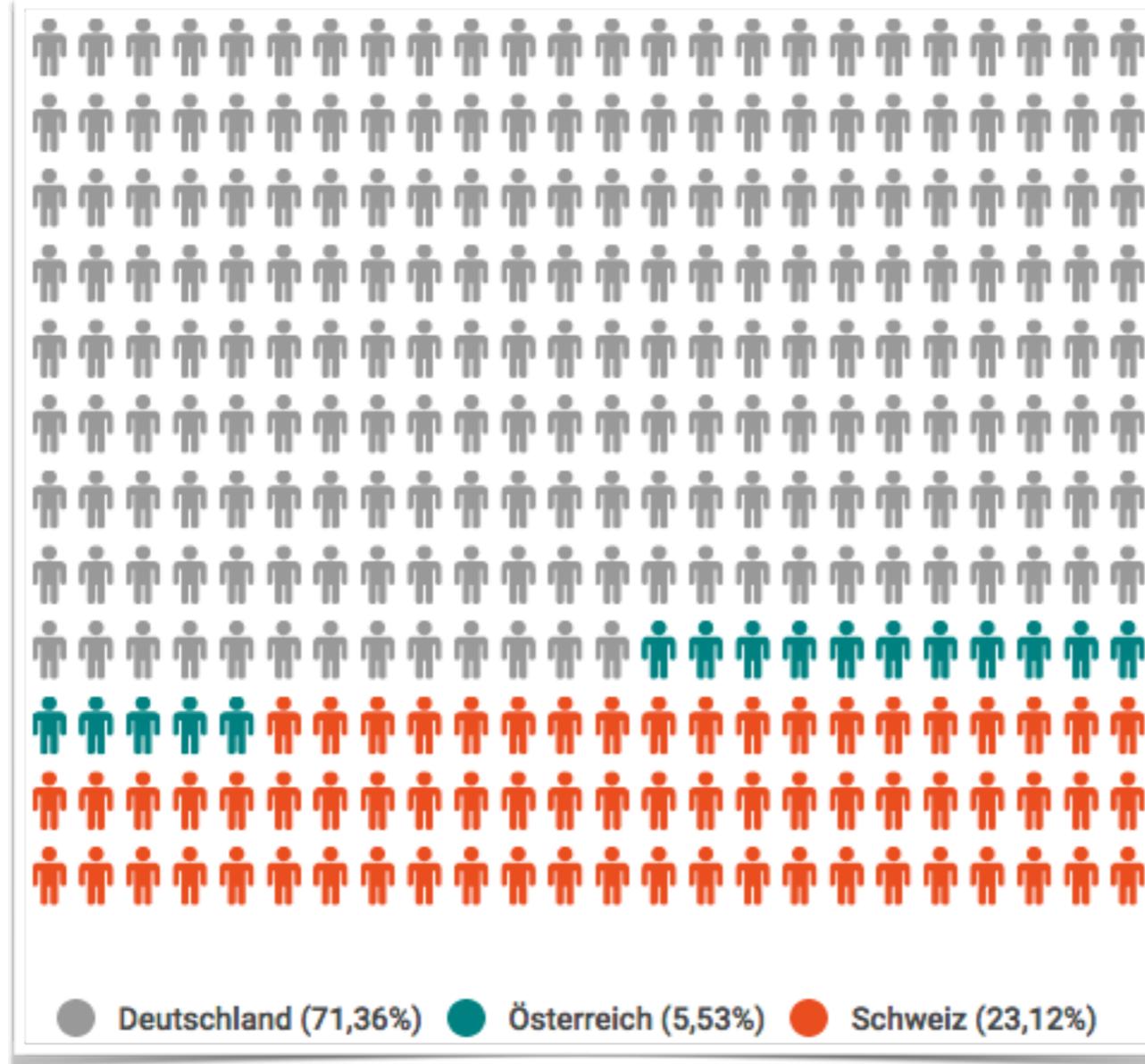
Der Anteil der Frauen ist gegenüber 2007 enorm gestiegen.



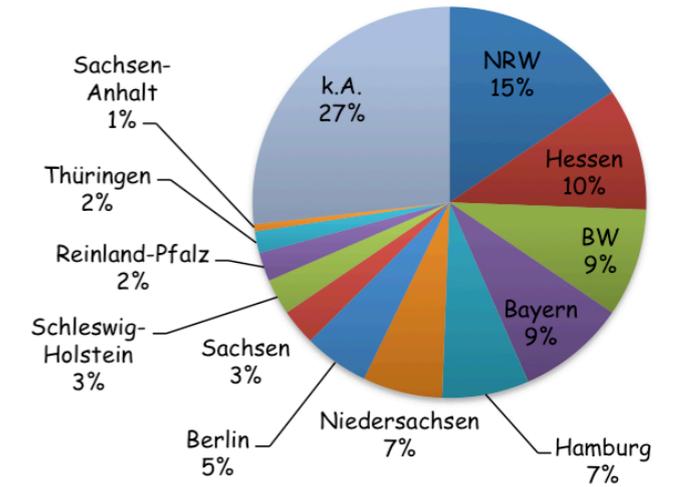
Offene Frage; n=333

# Datenbasis und Statistik

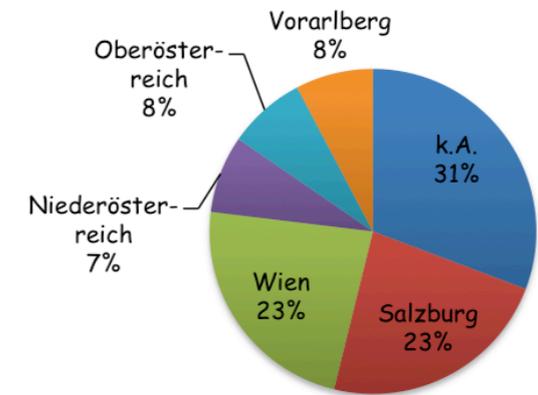
## Stammsitz der Agentur und regionale Beteiligung



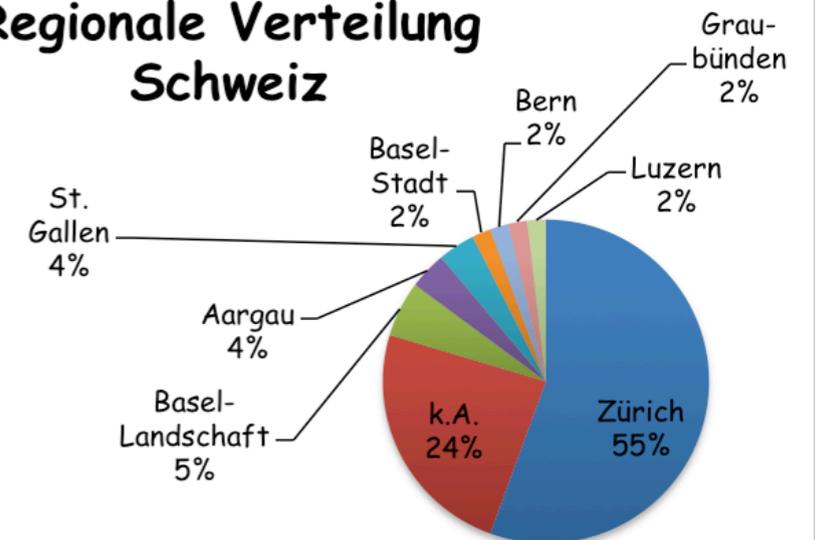
### Regionale Verteilung Deutschland

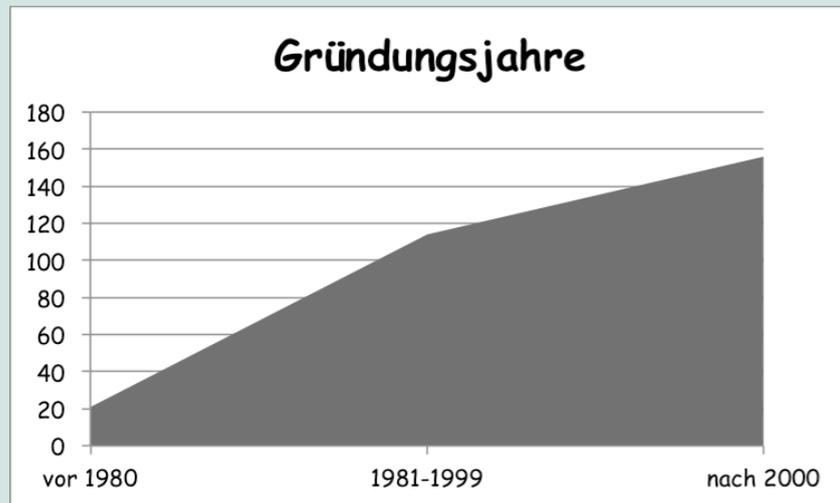


### Regionale Verteilung Österreich



### Regionale Verteilung Schweiz





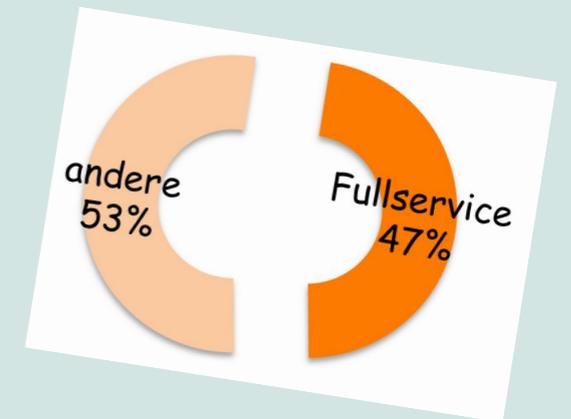
Offene Frage, Textfeld; n=291

Bemerkenswert bei den Gründungsdaten ist, dass für eine Agentur bereits 1928 und für eine andere 1936 angegeben worden ist.

Die jüngste Agentur wurde 2016 gegründet. Das Entstehungsjahr der meisten Agenturen lag nach 2000.

# Die Agenturen

## Gründung, Betriebsform und Ausrichtung



Zur Betriebsform befragt, bezeichneten sich die weitaus meisten Agenturen – **93,47%** – als inhabergeführt. Die weiteren Antwortmöglichkeiten waren Network-Agentur oder Hausagentur/Atelier/Marketing-Abteilung und ein Freitextfeld.

Bei der Frage nach der Spezialisierung der Agentur – die von 285 Teilnehmer/innen beantwortet worden ist – nannte als Hauptbegriff die überwiegende Mehrheit die Kategorie „Fullservice“ (135).

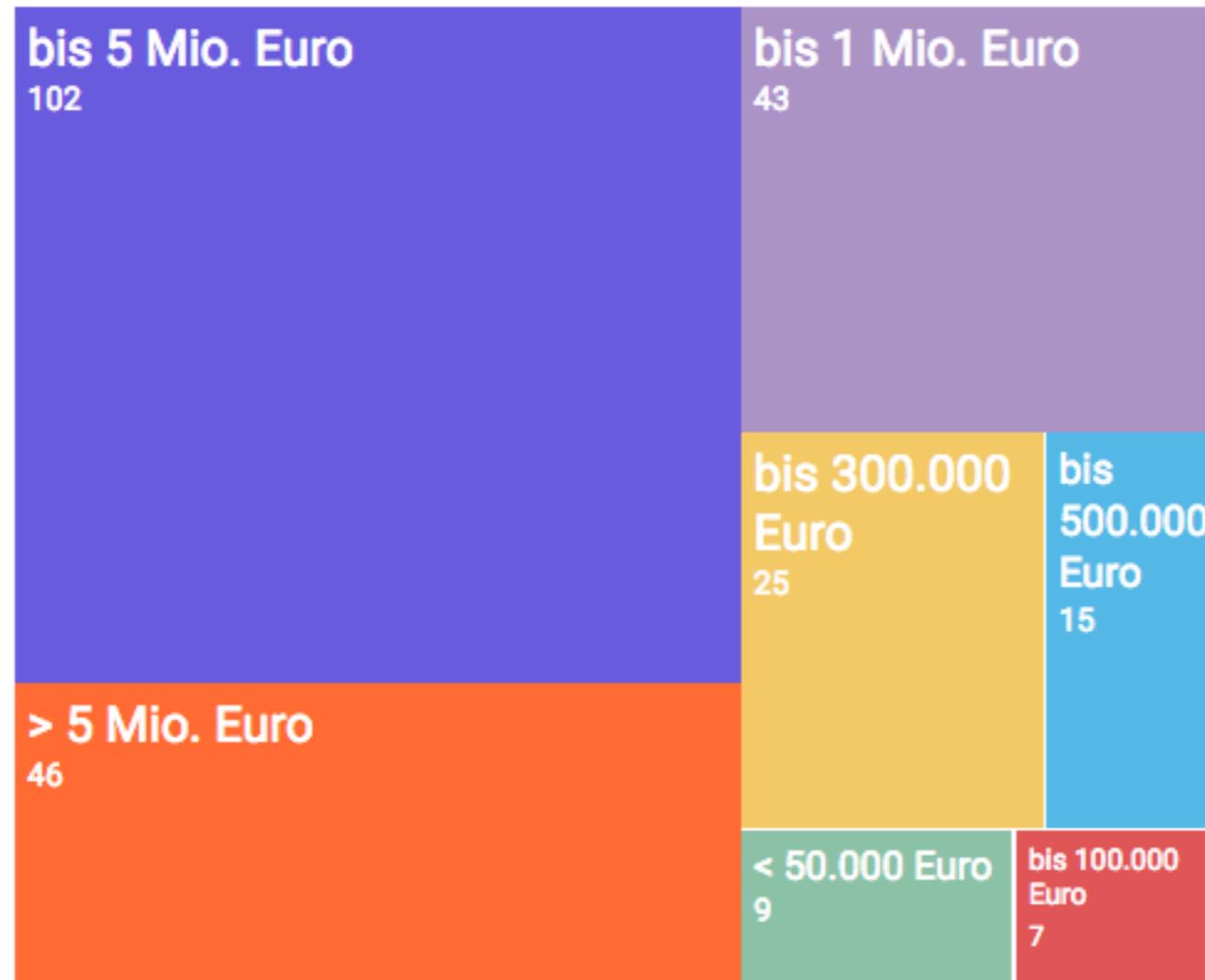
Die Frage „Bitte nennen Sie die inhaltliche Ausrichtung der Agentur“ war als offene Frage gestaltet und die Antworten also durch eine reine Texteingabe möglich. Dies führte teilweise auch zu fehlerhaften Eingaben (z.B. der Angabe „GmbH“) und Mehrfachnennungen wie „Industriedesign, UX Design, Grafik“. Bezeichnungen dieser Art wurden in Hauptrubriken eingeordnet.

Offene Frage, Textfeld; n=285

# Die Agenturen

## Agenturumsätze

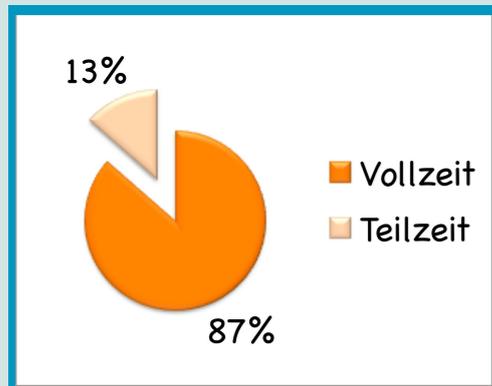
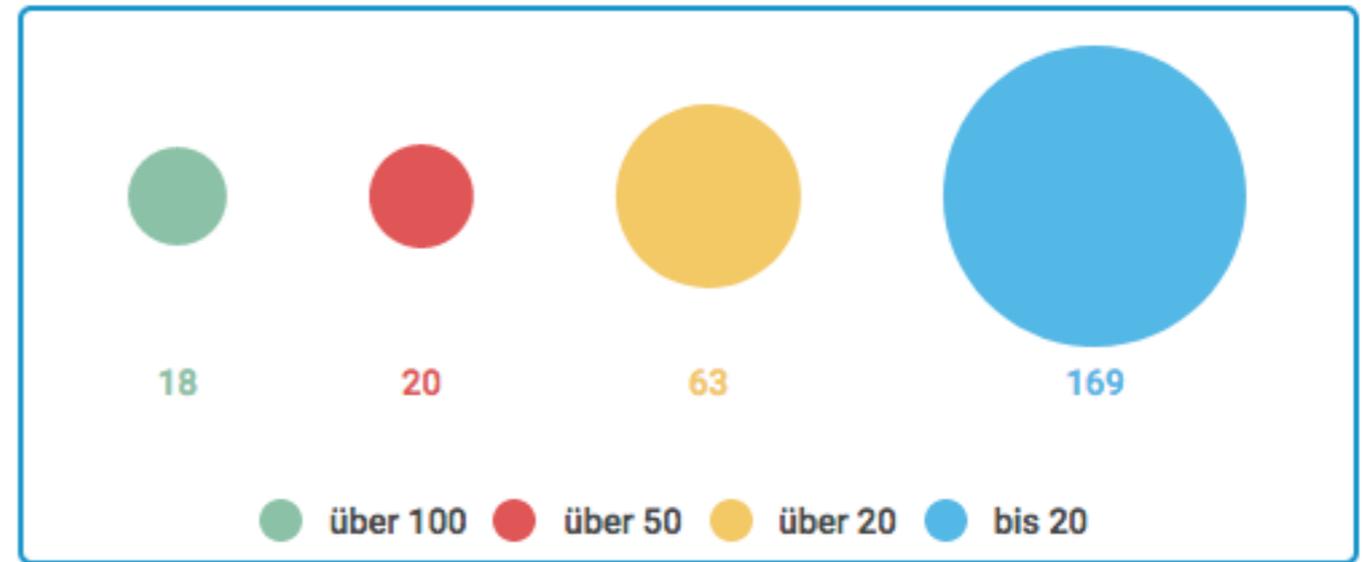
Die Frage nach dem Umsatz der Agentur im letzten Geschäftsjahr beantworteten 264 Teilnehmer/innen. Die größte Gruppe verzeichnete in der Befragung einen Umsatz zwischen einer und fünf Millionen Euro, gefolgt von den Umsatzspannen „über 5 Mio.“ und „bis eine Mio.“



# Die Agenturen

## Mitarbeiter/innen

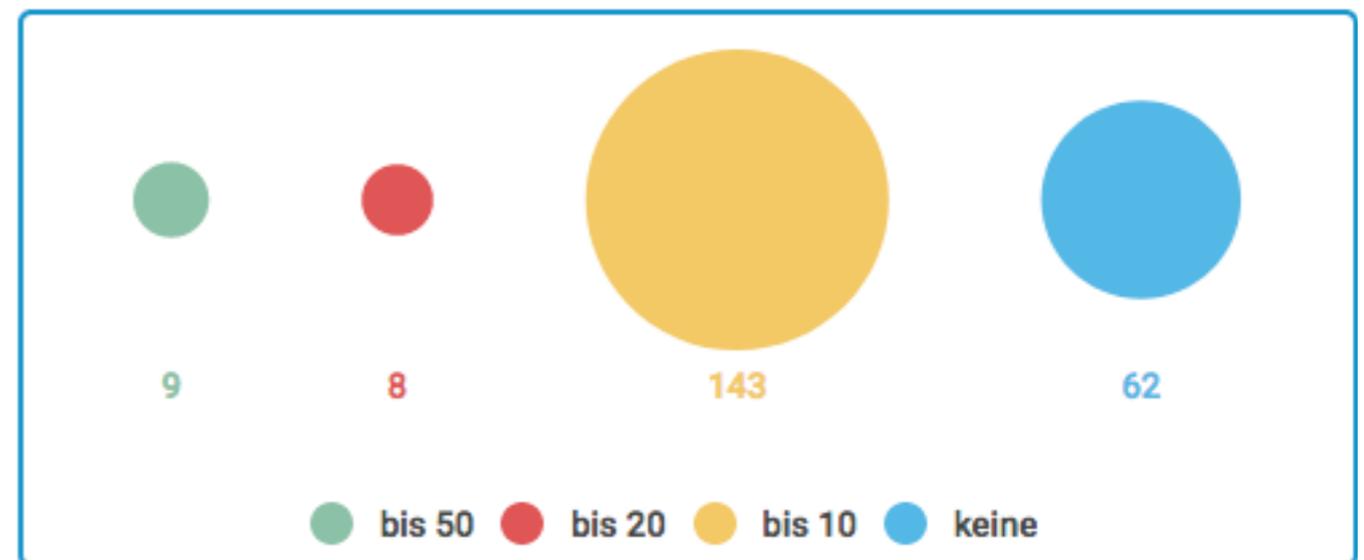
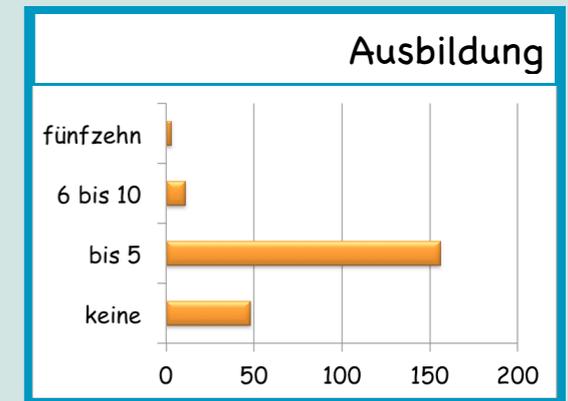
Angestellte Mitarbeiter/innen



Der weitaus größte Anteil der erreichten Agenturen beschäftigt bis 20 fest angestellte Mitarbeiter/innen. Unter den Antworten waren zwei „Ausreißer“: eine Agentur beschäftigte 3.600, eine andere 600 Mitarbeiter/innen. In die Grafik wurden diese beiden Antworten nicht einbezogen.

Die Mehrzahl der Agenturen stellt bis zehn freie Mitarbeiter/innen an; 62 Befragte haben angegeben, keine freien Mitarbeiter/innen zu beschäftigen. Auch hier wurde eine Antwort, die die Anzahl der Freien auf 3.000 bezifferte, nicht in die Grafik einbezogen.

Die Frage nach der Anzahl von Auszubildenden, Trainees und Praktikanten wurde 218 mal beantwortet. Demnach bildet ein großer Teil der Agentur aus.



Freie Mitarbeiter/innen

# Agenturpraxis

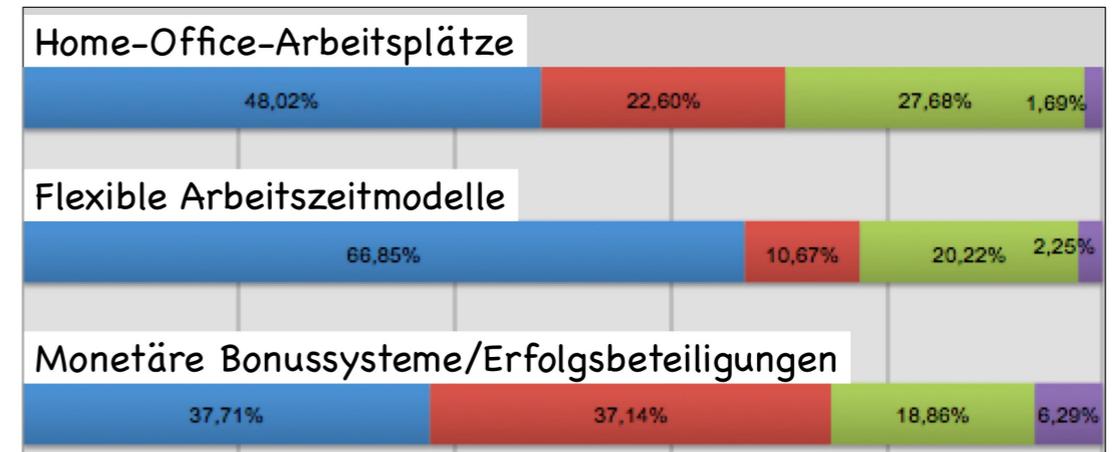
Im zweiten Teil wurden Fragen zur Agenturpraxis gestellt.

Ziel war es zu erfahren, wie Agenturen sich organisieren, welche Themen hier wichtig sind und welche Probleme sie sehen.

Diese Informationen haben auch eine Bedeutung für den Einsatz einer Unternehmenssoftware. Denn damit diese erfolgreich ist, müssen Auswahl, Einführung und Nutzung optimal auf die Unternehmensorganisation und die Prozesse zugeschnitten sein.

Welche angestrebten oder gegenwärtigen Prozesse soll die Software unterstützen? Welche aktuellen oder zukünftigen Herausforderungen soll sie meistern?

Ähnliches gilt für die Umsetzung behördlicher Anforderungen und gesetzlicher Bestimmungen.



Mehrfachauswahl; Antwortmöglichkeiten: ja, nein, teilweise/(noch) im Aufbau, weiß nicht/k.A.; n=267

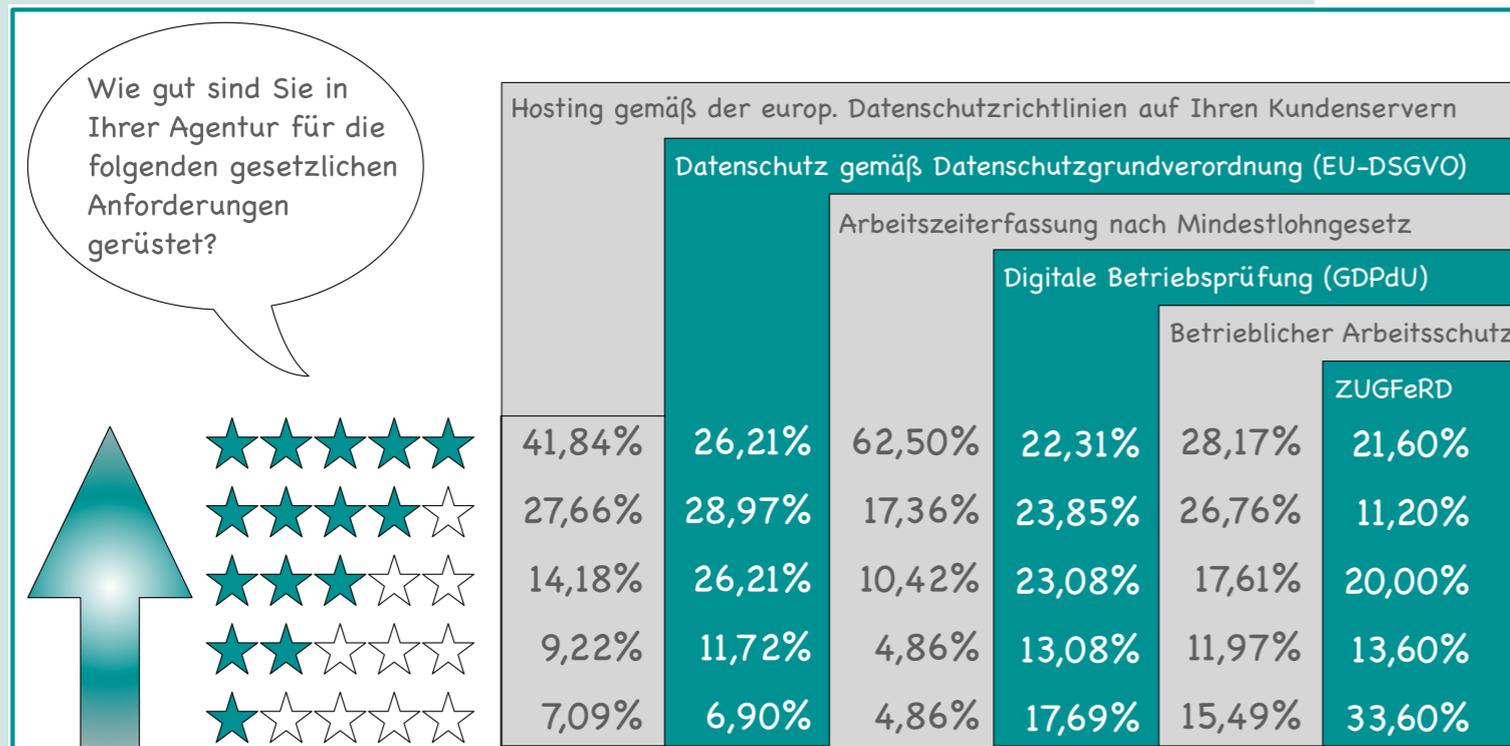
Einen Zusammenhang zu notwendigen Anpassungen der genutzten Systeme und der IT-Strategie lassen die drei Antworten aus der ersten Fragen in diesem Fragenkomplex zu.

Denn mit zunehmender Flexibilisierung von Arbeitszeiten und -orten ändern sich die Anforderungen an Zugriffsmöglichkeiten, Netz- und Servertechnologie sowie IT-Sicherheitsfragen.

Die Frage nach den Bonussystemen kann einen Rückschluss auf zukünftige funktionale Anforderungen für Personalverwaltungs-Module oder -Funktionalitäten in einer Agentursoftware erlauben.

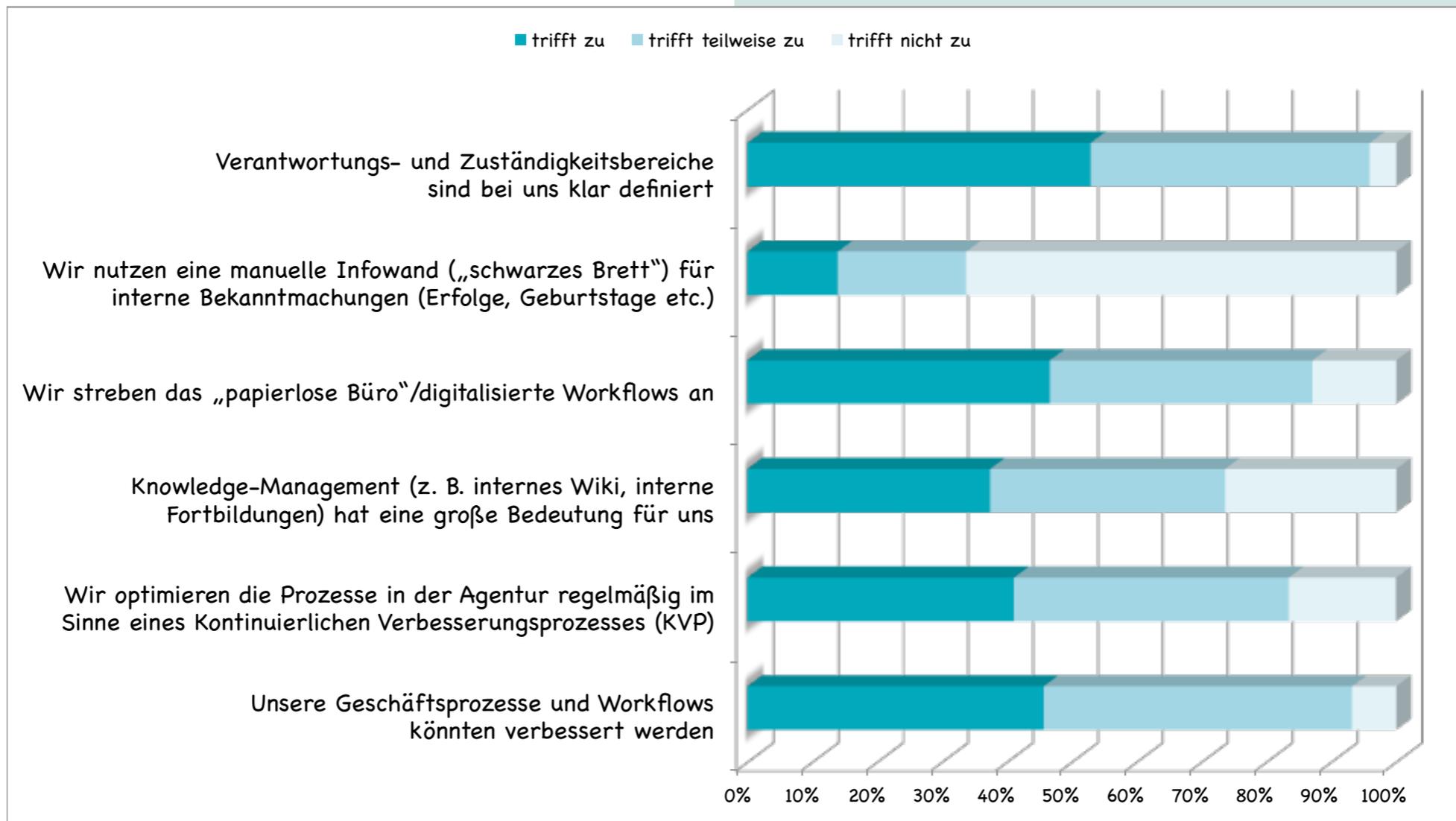
In Unternehmen werden Geschäftsprozesse zunehmend digital abgebildet. Die damit verbundenen Prozessketten müssen u. a. für behördliche Kontrollen nachweisbar sein. Praxisnahe Beispiele für die Umsetzung dieser Beweispflicht sind die digitale Steuerprüfung nach den Grundsätzen zum Datenzugriff oder auch Datenschutzgesetze.

Die wenigsten Fragen haben die Agenturen offenbar im Bereich (oder der Notwendigkeit) einer Arbeitszeiterfassung nach Mindestlohngesetz. Demgegenüber deutet die Zustimmung mit einem bis drei Sternen zum Stichwort ZUGFeRD – also dem einheitlichen Datenformat zur Verarbeitung elektronischer Rechnungen – darauf hin, dass hier noch Informationsbedarf besteht.



Abstimmung mit einem bis fünf Sternen; n=222

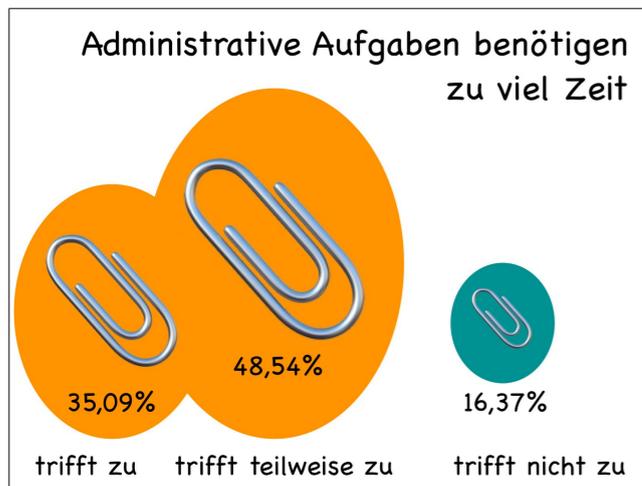
Bewertung ein Stern geringste Zustimmung; fünf Sterne größte Zustimmung.



# Agenturpraxis Organisation

Im Block der allgemeinen Organisationsfragen bestätigte sich die Beobachtung sehr eindeutig, dass die „gute alte“ Agenturwand weitestgehend ausgedient hat. Andere Antworten fielen weniger eindeutig aus.

Zu erkennen ist, dass für die großen und wichtigen Trends zu mehr Digitalisierung und Wissensmanagement ein gewisser Nachholbedarf besteht. Zusätzlich stellt sich die Frage, inwieweit sich die Antworten zu kontinuierlicher Optimierung einerseits und dem allgemeinen Wunsch nach Verbesserung der Prozesse andererseits gegenseitig bedingen.

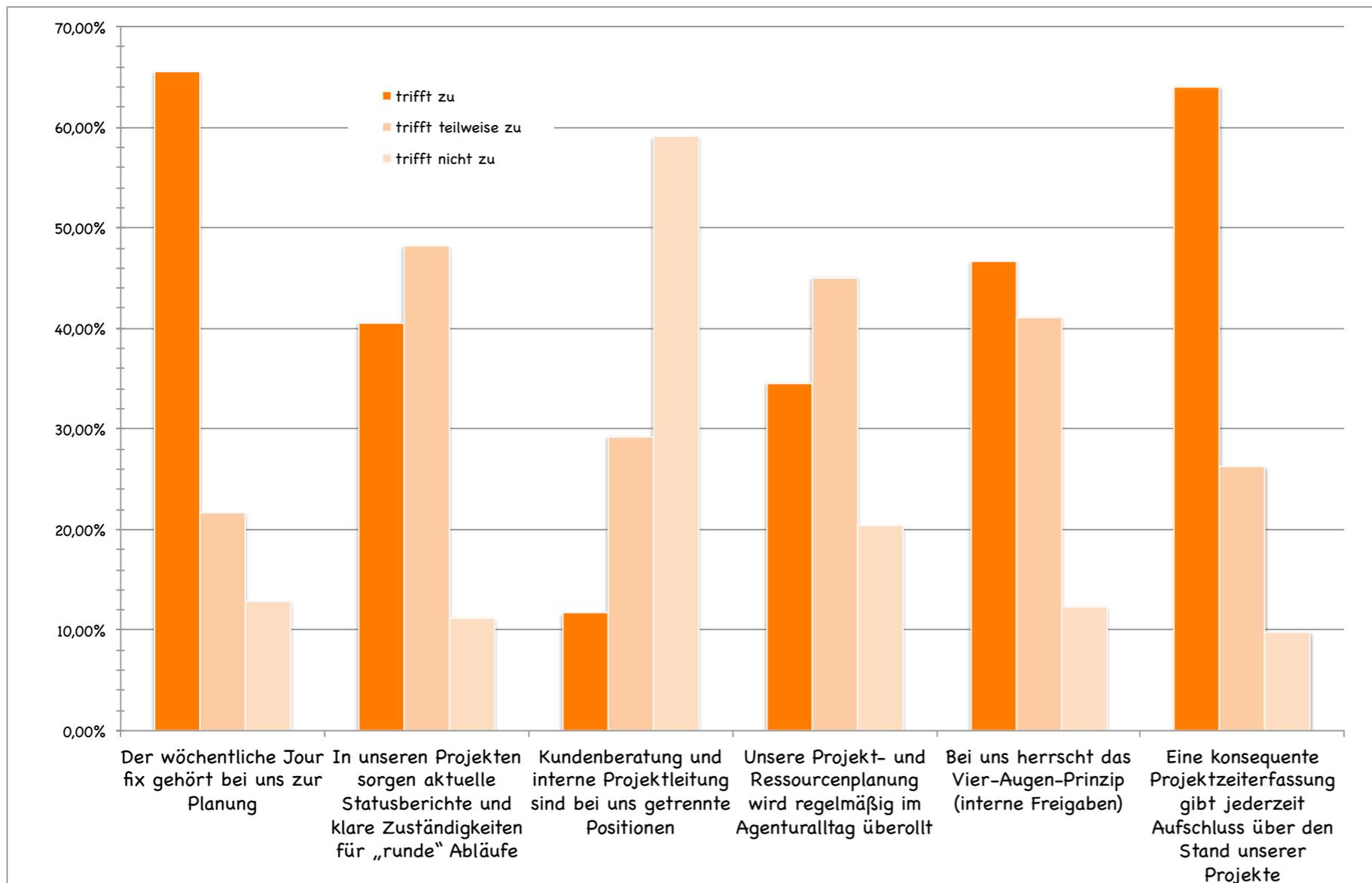


# Agenturpraxis

## Projektorganisation und Ressourcenplanung

In der Projektorganisation setzen die Agenturen vornehmlich auf das wöchentliche Jour fixe, Statusberichte und das Vier-Augen-Prinzip. Der aktuelle Stand eines Projektes wird über eine aktuelle Zeiterfassung festgestellt.

Hauptprobleme machen die Mitarbeiter- und Ressourcenplanung. Erstaunlicherweise haben sich diese Werte gegenüber 2008 verschlechtert. Damals bestätigten nur 18% mit „trifft zu“ und 45 % mit „trifft teilweise zu“, dass es hier Verbesserungsbedarf gibt.



Mitarbeiterplanung in der Agentur ist generell verbesserungswürdig



34,50%  
trifft zu



46,20%  
trifft teilweise zu



19,30%  
trifft nicht zu

Beachtliches Ergebnis:

Die Ressourcen- und Mitarbeiterplanung wird zu relativ gleichen Teilen in Agentursoftware, externen Tools und manuell umgesetzt. Siehe Seite 19.

Eine Notwendigkeit zur Verbesserung in der Mitarbeiterplanung sehen Agenturen, die die Mitarbeiterplanung wie folgt umsetzen:

- In Agentursoftware zu 32%
- In externen Tools zu 46%
- Manuell zu 29%

Am zufriedensten sind diesbezüglich also die Agenturen, die die Mitarbeiterplanung manuell durchführen.

# Agenturpraxis

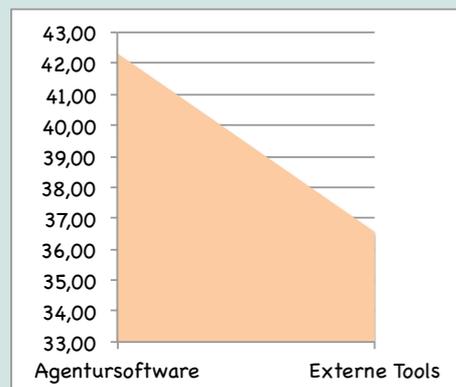
## Interne Kommunikation und Zusammenarbeit

Wie wollen Agentur-Mitarbeiter zusammenarbeiten, welche Aufgaben stellen sich für Mitarbeiter/innen in der Zusammenarbeit, wie können die Aufgaben geteilt und gemeinsam bearbeitet werden, wie wird über den Status informiert oder auch darüber, dass etwas liegengeblieben ist?

Eine reibungslos funktionierende Kommunikation zwischen Mitarbeitern, Teams, Bereichen ist das A&O der innerbetrieblichen Zusammenarbeit. Der verbale und non-verbale Austausch muss organisiert werden und mit den erforderlichen Instrumenten abgesichert werden.

Mit der Fragestellung: „Welche der folgenden Aussagen trifft für Ihre Agentur zu?“ wurde um die Einschätzung zu einigen Elementen der internen Kommunikation gebeten.

Das Ergebnis zeigt, dass E-Mails eine große Rolle spielen, aber auch Chatrooms Einzug gehalten haben. Und obwohl in den Agenturen mehrheitlich in sich selbst organisierenden Teams gearbeitet wird, werden Aufgaben eher zugeteilt oder zugeordnet, denn über Aufgabenpools gezogen.



Insgesamt freut sich ein gutes Drittel über eine reibungslos funktionierenden interne Kommunikation. Allerdings fällt diese Zufriedenheit bei denen, die für die interne Kommunikation vorwiegend ihre Agentursoftware nutzen, deutlich höher aus.

Angaben in % derjenigen, die überhaupt Angaben zur Kommunikation mit EDV gemacht haben und die Aussage zur internen Kommunikation mit „Trifft zu“ bewertet haben.

Wir arbeiten verstärkt in sich selbst organisierenden Teams



Aufgaben werden nicht nur nach Push- sondern auch Pull-Prinzip abgearbeitet



Die interne Kommunikation klappt in der Regel reibungslos



Für den internen Austausch nutzen wir Chatrooms oder ähnliches



Aufgabenverwaltung erfolgt über ein manuelles oder digitales Aufgabenboard („Kanban/Scrum-Board“)



In erster Linie läuft unsere Kommunikation – intern wie extern – über E-Mails



Alternativ-Frage; Antwortmöglichkeiten: trifft zu, trifft teilweise zu, trifft nicht zu; n=258

# Agenturpraxis

## Externe Kommunikation mit Kunden und Partnern

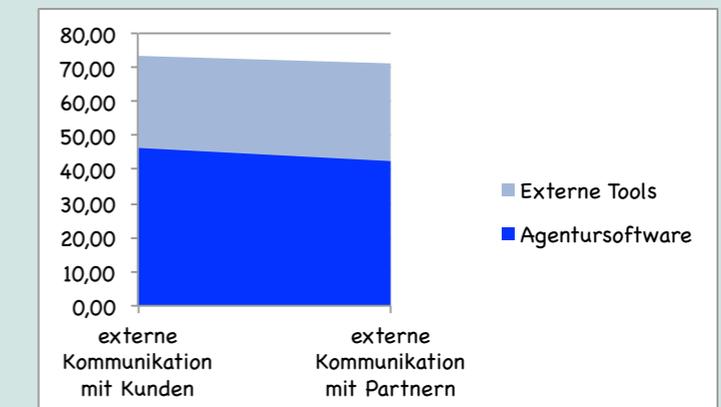
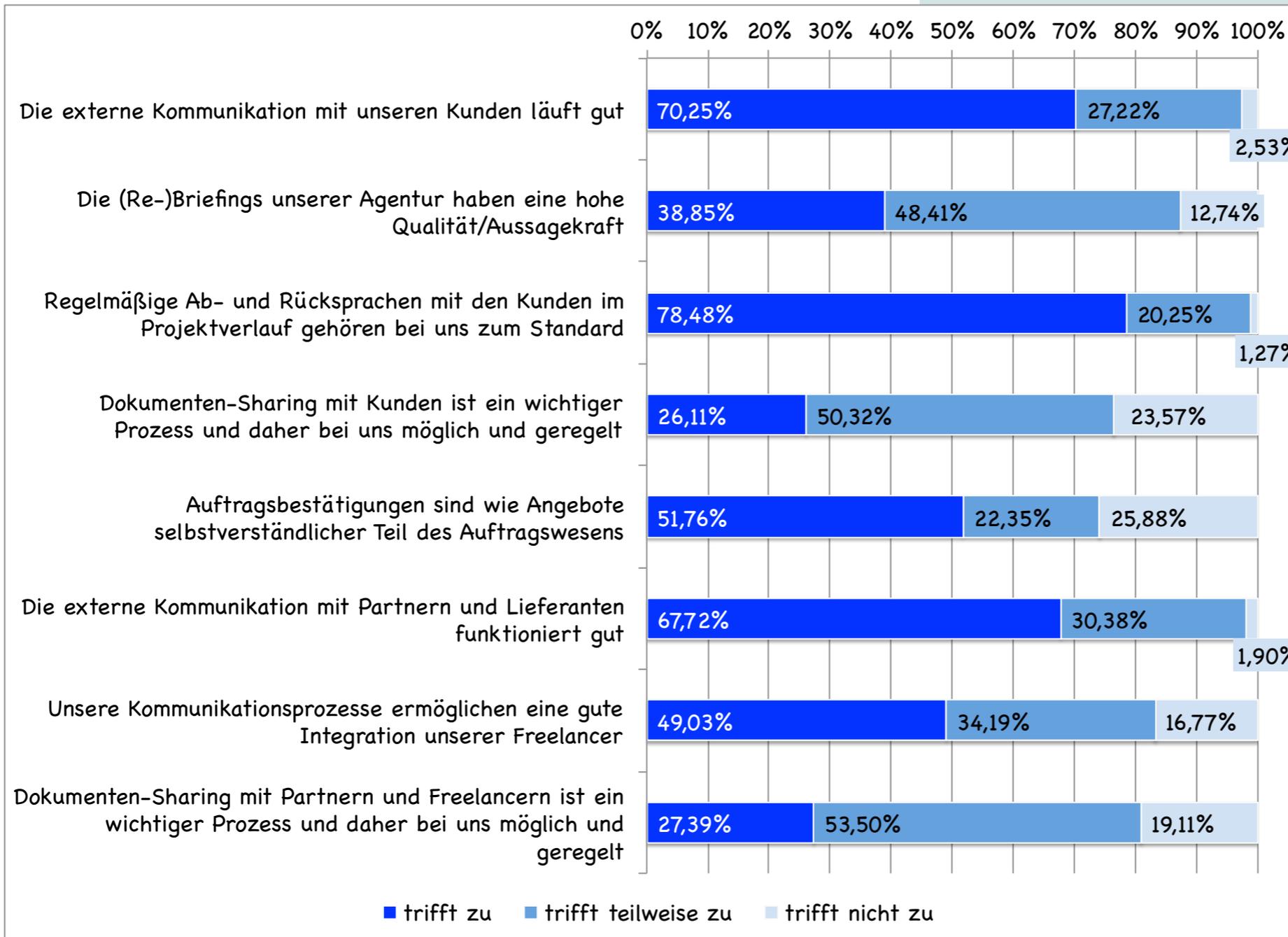
Egal ob bei der Gewinnung von Aufträgen, der Durchführung von Kundenprojekten oder auch dem Aufbau langfristiger Kundenbeziehungen: Gute Kommunikation mit den Kunden, aber auch Lieferanten und anderen Partnern ist ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Umgekehrt können Störungen und Konflikte die erfolgreiche Umsetzung von Projekten maßgeblich torpedieren. Schlechte Kommunikation unter den Beteiligten ist (nach einer Studie der GPM Deutsche Gesellschaft für Projektmanagement) die Hauptursache dafür, dass Projekte der Unternehmen scheitern.

In den Bereich der externen Kommunikation fallen alle Instrumente und Maßnahmen die geeignet sind, die Auftrags- oder Projektumsetzung für Kunden und mit Partnern erfolgreich zu realisieren.

In der Befragung sind die Agenturen in den wesentlichen Aussagen recht zufrieden mit sich – außer, was das Dokumenten-Sharing wie auch die Briefingqualität angeht.

Insgesamt funktioniert die externe Kommunikation – sowohl mit Partnern als auch den Kunden – ziemlich gut.

Wird diese mit elektronischen Mitteln umgesetzt, ist die Zufriedenheit mit externen Tools höher als die Durchführung mit einer Agentursoftware.



Angaben in % derjenigen, die überhaupt Angaben zur Kommunikation mit EDV gemacht haben und die Aussage zur externen Kommunikation mit „Trifft zu“ bewertet haben.

# Agenturpraxis

## Controlling, Kalkulation und Preisermittlung

Agenturen fühlen sich im Bereich Agentur- und Projektcontrolling überwiegend gut aufgestellt – warten jedoch auch gerne auf die Zahlen des Steuerberaters.

Bei der Preisgestaltung verlassen sich die Agenturen auf eine Mischung aus Bauchgefühl und Erfahrung sowie auf Auswertungen und Nachkalkulation. Allerdings würden sie ihre Einschätzungen gerne mit Hilfe von Verbands-Veröffentlichungen absichern.

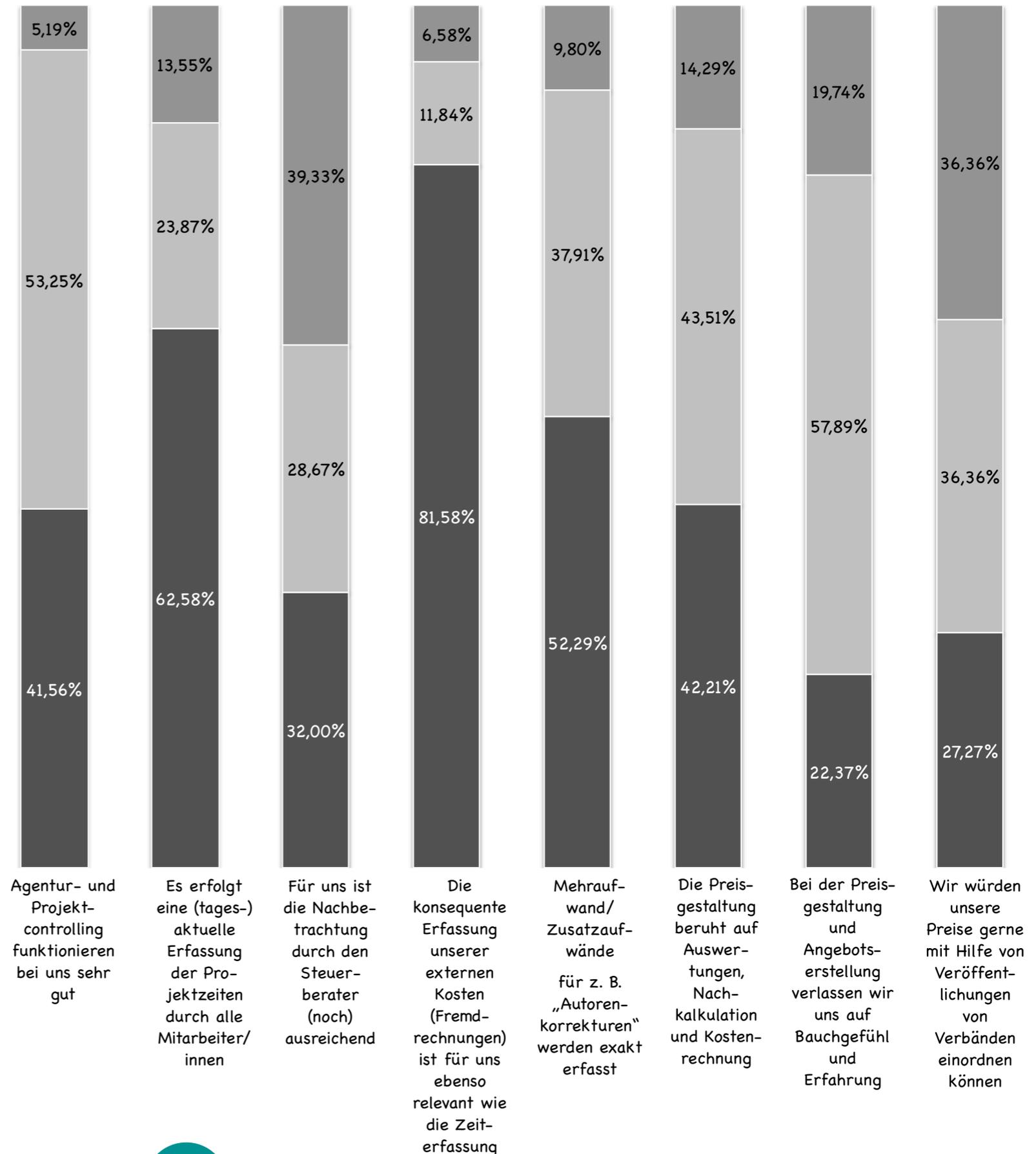
Sehr wichtig ist die tagesaktuelle Erfassung von Projektzeiten sowie die Aufzeichnung von Mehraufwänden bzw. Autorenkorrekturen.

Überraschend die sehr hohe Zahl derer, für die die Erfassung der externen Kosten ebenso relevant ist wie die Zeiterfassung – gibt es doch eine wachsende Zahl an Agentursoftware-Anbietern, die diesen Funktionsbereich arg vernachlässigen.

Dies passt zu den gegebenen Antworten auf die Frage, welche Aufgaben mit welchen Lösungen umgesetzt werden. Auch hier hat die Verwaltung von Fremdrechnungen in einer Unternehmenssoftware einen hohen Anteil (Seite 20).

Rechnet man die hohe Zustimmung bei den Items „papierloses Büros“ (46%, Seite 9) bzw. „digitale Workflows“ (62%, Seite 23) schreiben sich die Anforderung nach einem digitalen Rechnungserstellungs- und verwaltungs-Workflow von selbst auf die Agenda der Software-Anbieter.

■ trifft zu ■ trifft teilweise zu ■ trifft gar nicht zu



Alternativ-Frage; Antwortmöglichkeiten: trifft zu, trifft teilweise zu, trifft nicht zu; n=234

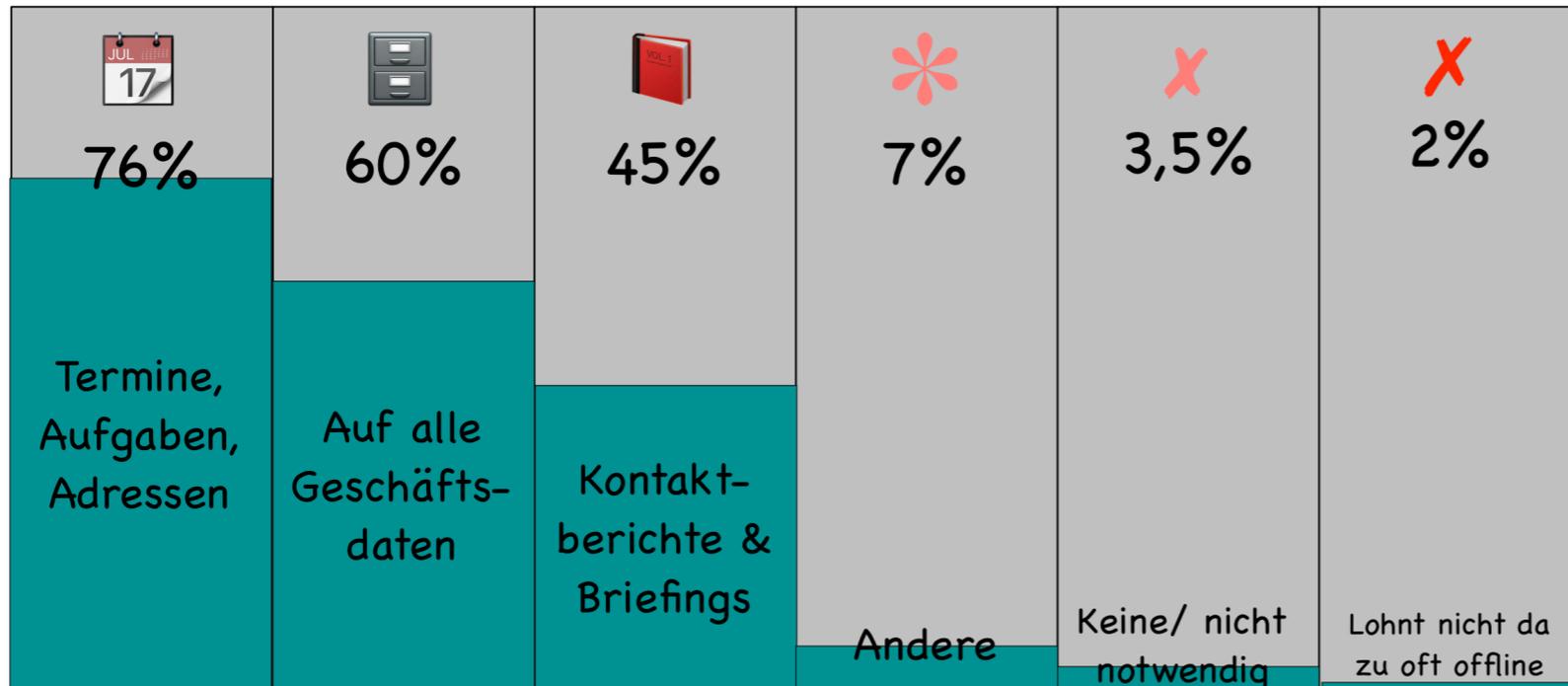
# Einsatz von EDV

Im dritten und letzten Teil der Umfrage ging es um den Einsatz und den Nutzungsgrad von Software in den Bereichen Administration/ Verwaltung sowie Projekten im Tagesgeschäft. Hierbei stand die Nutzung von „Agentursoftware“ – also integrierter branchenspezifischer Business Software – und deren Potential im Mittelpunkt.

## Mobile Daten

Zu Beginn die Frage, auf welche Geschäftsdaten die Teilnehmer/innen gerne mobil zugreifen können und zwar unabhängig davon, ob über eine eigens entwickelte App oder das responsive Design der Unternehmenssoftware.

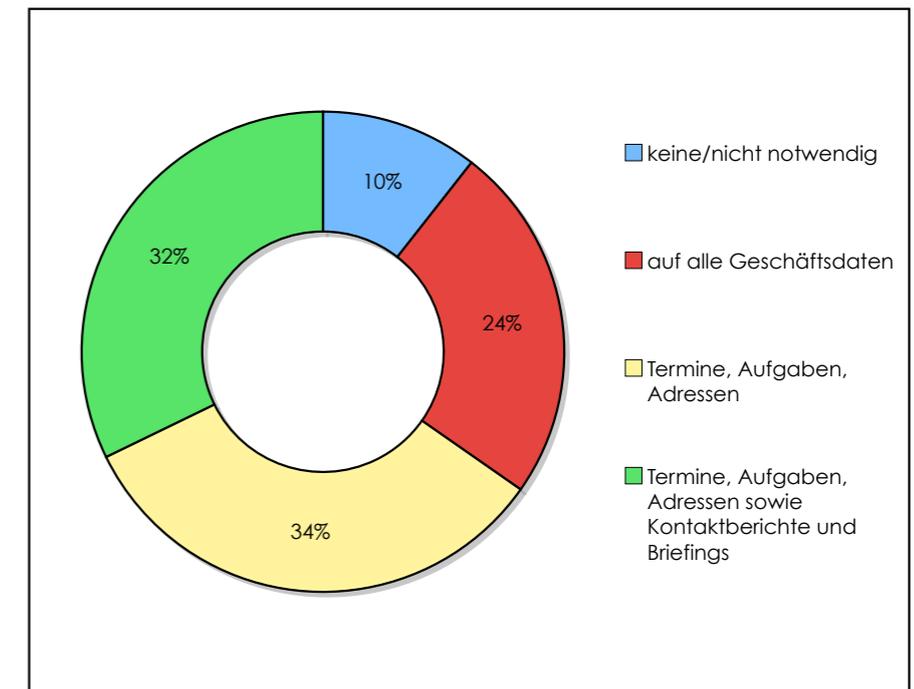
Es zeigt sich, dass eine gestiegene Anzahl der Teilnehmenden nicht nur auf Termine, sondern zunehmend auf alle Geschäftsdaten Zugriff haben möchte und damit dem allgemeinen Trend nach mehr Mobilität folgt.



Mehrfachauswahl möglich; n=216

Im Zeichen der Zeit steht die Verdoppelung bzw. Verdreifachung in der Zunahme des Wunsches danach, auf alle Geschäftsdaten (von 24 auf 60%) oder wenigstens auf die Termine, Aufgaben und Adressen (von 34 auf 76%) zugreifen zu können.

Demgegenüber ist im Vergleich zur Agenturumfrage 2008 nur noch ein Drittel der Teilnehmenden der Meinung, dies sei gar nicht notwendig.



# Einsatz von EDV

Im Auswahlprozess von Software-Systemen für die Verwaltung von Unternehmen und Projekten gibt es eine immer wieder geführte Diskussion: Ist es besser, auf ein All-in-one-System zu setzen oder bringt der „best of breed“ Ansatz die beste Lösung?

Allrounder decken die mannigfaltigen administrativen Aufgaben – von CRM bis Faktura, von der Zeiterfassung bis zur Projektplanung – in einem System ab. Ganz anders beim Einzellösungs-Konzept, bei dem für Teilbereiche des Unternehmens die jeweils beste Software eingesetzt wird.

Diese Herangehensweise findet mit der ständigen Weiterentwicklung von Webservices sowie der verstärkten Bereitstellung von Schnittstellen/APIs immer mehr Befürworter.

In der Agenturbefragung zeigte sich hier eine gewisse Ambivalenz: Einerseits eine sehr hohe Zustimmung zur Aussage, die die „Spezialisten“ sehr positiv bewertet, andererseits besteht offenbar wenig Vertrauen in die Verknüpfung unterschiedlicher Lösungen an ein führendes System.

Unterm Strich erhalten die All-in-One-Lösungen die höchste Zustimmung. Dies korreliert auch mit der Aussage „Eine vollständige Integration unserer wesentlichen Prozesse in ein Komplett-System ist uns lieber“, der immerhin knapp 47% komplett und 36% teilweise zustimmen. (Siehe nächste Seite.)

Die Frage zu „Management by Excel“ erhielt die geringste Zustimmung: Immerhin die Hälfte der Befragten gaben der betreffenden Aussage nur einen Stern. Ein guter Trend, bestätigen doch immer wieder Untersuchungen, dass ein hoher Prozentsatz der Tabellenkalkulationen schwerwiegende Fehler enthalten.

Abstimmung mit einem (= geringste Zustimmung) bis fünf Sternen (=höchste Zustimmung); n=216

## Allrounder vs. Speziallösungen



„All-in-One-Lösungen sind schwerfälliger und können mit modernen technologischen Entwicklungen schwerer Schritt halten.“ (Mittlere Zustimmung; häufigste Bewertung: drei Sterne 29%)



„Was haben Sie gegen Management by Excel? Das können alle und es lässt sich viel damit abbilden.“ (Geringe Zustimmung; häufigste Bewertung: ein Stern 54%)



„Spezialisten-Tools sind häufig schlanker, flexibler und einfacher in der Anwendung bei gleichzeitig hoher Funktionserfüllung.“ (Hohe Zustimmung; häufigste Bewertung: vier Sterne 30%, fünf Sterne 24%)



„Die Anbindung von speziellen Tools an ein führendes System verlangt viele Schnittstellen, was die Fehleranfälligkeit des Gesamtsystems erhöht.“ (Mittlere Zustimmung; häufigste Bewertung: drei Sterne 31%)



„Die ideale – weil individuelle Lösung – heißt für mich: spezielle Tools für spezielle Aufgaben (Zeiterfassung, Ressourcenplanung o. ä.), die an ein übergreifendes System via API/REST /Webservices angebunden sind.“ (Geringe Zustimmung; häufigste Bewertung: ein Stern 25%)



„All-in-One-Lösungen sind meist lange am Markt und es handelt sich um erprobte, etablierte Produkte. Das spiegelt sich in Nutzerfreundlichkeit, Funktionalität und Sicherheit wider.“ (Ausgewogene Zustimmung, Bewertung mit zwei bis vier Sternen je ca. 25%)

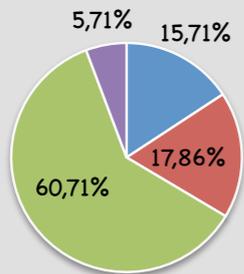


„All-in-One-Lösungen bedeuten Vereinfachung: ein Anbieter, ein Ansprechpartner, eine Oberfläche und Software-Konzept, also einfacher zu erlernen, alles aus einer Hand.“ (Hohe Zustimmung; häufigste Bewertung: vier und fünf Sterne je ca. 29%)

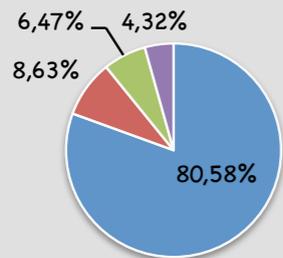
# Einsatz von EDV

## Meinungen

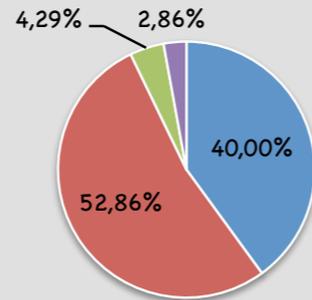
**Beim Einsatz von Cloud-Lösungen spielt es für uns keine Rolle, wo die Daten gehostet werden**



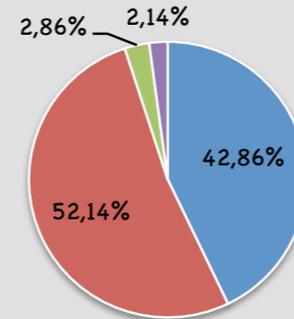
**Wichtig ist bei Cloud-Lösungen eine Datenhaltung in DACH-Ländern bzw. nach deutschen oder vergleichbaren Datenschutzrichtlinien**



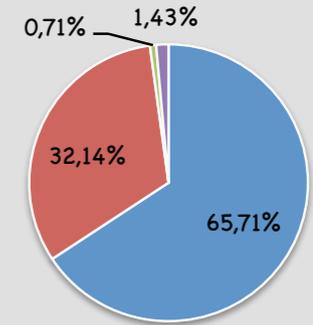
**Ausreichende Funktionstiefe bewirkt hohe Nutzungsqualität, da die Arbeit insgesamt erleichtert wird**



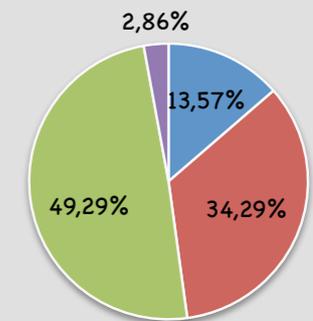
**Usability hat Vorrang vor Funktionstiefe, um Mitarbeiterakzeptanz zu gewährleisten**



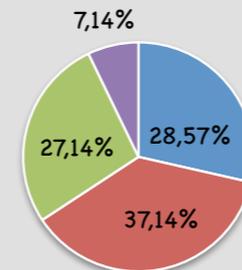
**Die Software sollte immer auf dem neuesten technischen Stand sein**



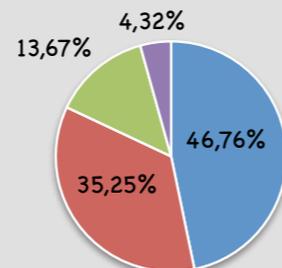
**Häufige Updates vermitteln ein ungutes Gefühl und/oder verursachen Kosten**



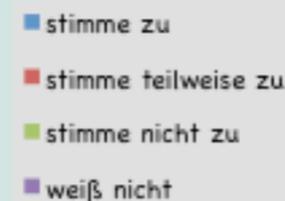
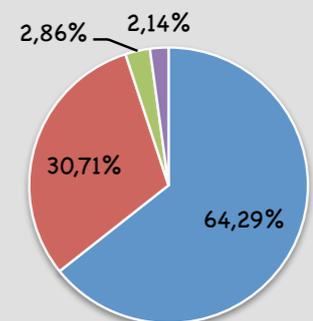
**Kunden und Partner sollen auf ihre Daten/Projekte/Dokumente in unserem System zugreifen können**



**Eine vollständige Integration unserer wesentlichen Prozesse in eine Komplettlösung ist uns lieber**



**Regelmäßige Updates vermitteln Sicherheit und erhöhen die Usability**



Alternativ-Frage mit Aussagen zu Agentursoftware. Welchen Aussagen stimmen Sie zu? ; Antwortmöglichkeiten: stimme zu, stimme teilweise zu, stimme nicht zu; n=210

# Einsatz von EDV

## Umsetzung von Aufgaben und Prozessen mit und ohne Software

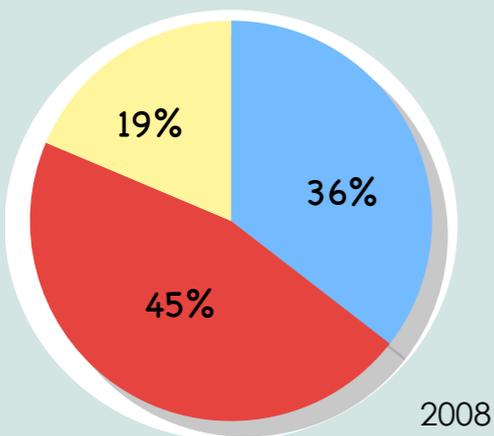
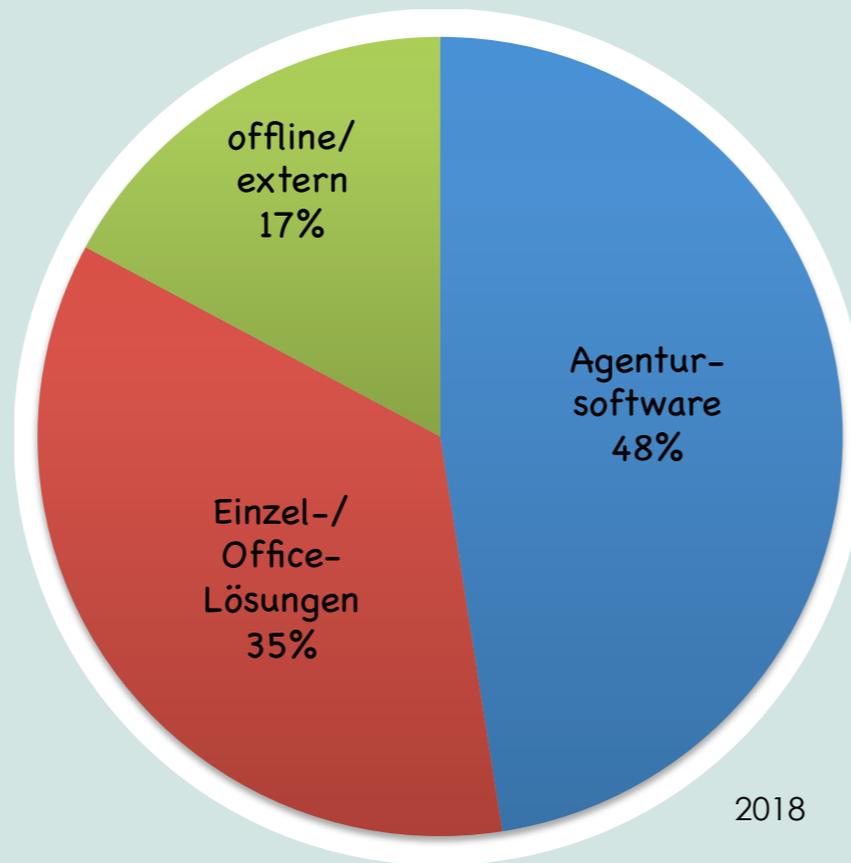
In der nächsten Frage ging es darum, welche Prozesse und Aufgaben in der Agentur wie umgesetzt werden. Siehe die Abbildungen auf den nächsten drei Seiten.

Die Wahlmöglichkeiten waren:

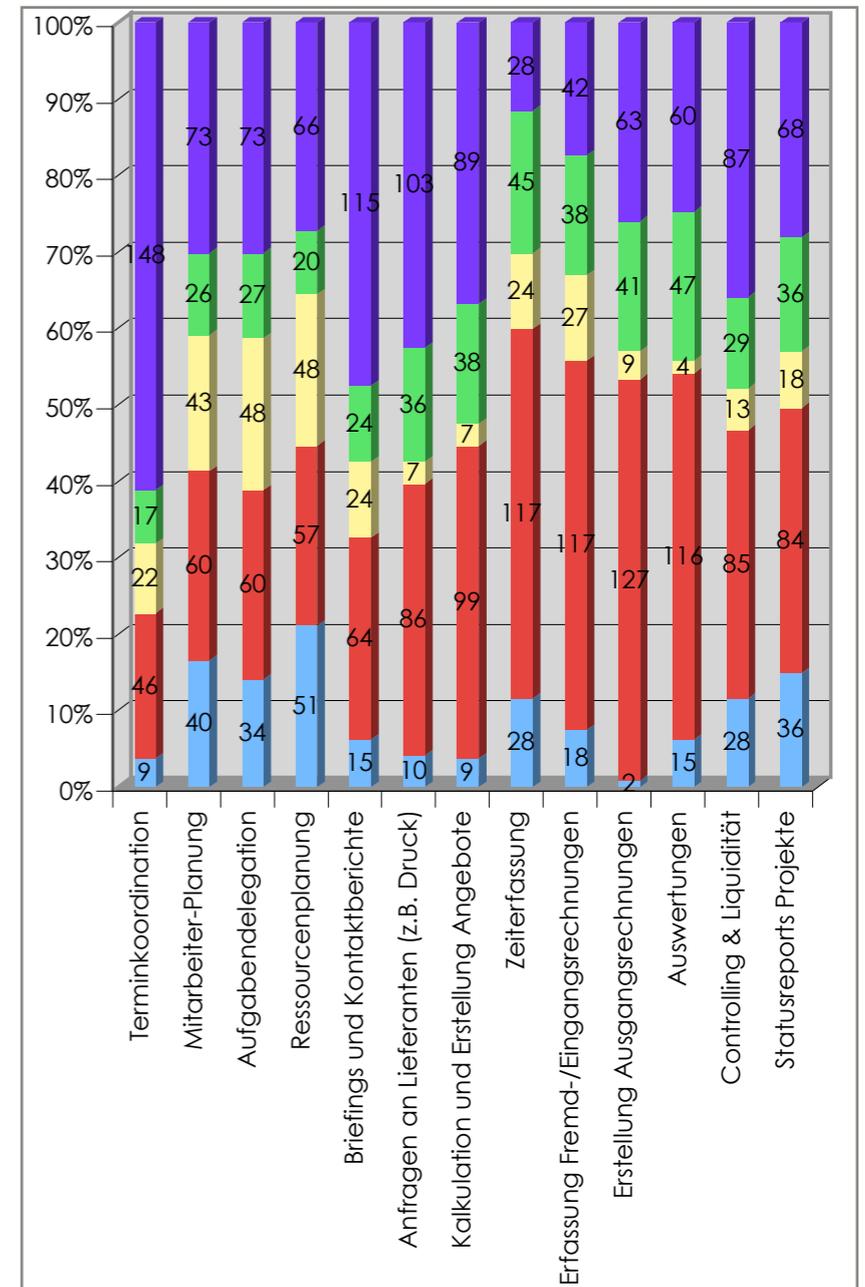
- Agentursoftware (integrierte Verwaltungslösung/übergreifende selbstentwickelte Lösung)
- unterschiedliche (Hilfs-)Programmen (z. B. Excel, Outlook, Buchhaltungssoftware etc.)
- „offline“/manuell (ohne EDV/IT - Papier, Taschenrechner, Zeitplansystem, Formulare/ Checklisten etc.)
- gar nicht
- extern

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass knapp die Hälfte der Prozesse in Agentursoftware gestaltet werden und ein gutes Drittel mit Einzellösungen zu denen auch Office-Anwendungen gehören.

Dieses Ergebnis hat sich im Laufe der letzten 10 Jahre umgekehrt.



Alternativ-Frage; n=225



- mit Standard-Bürolösungen (z.B. Word, Excel, Outlook...)
- mit Hilfe selbst entwickelter Lösungen über z.B. FileMaker
- manuell (Papier, Zeitplansystem, Jobtasche...)
- innerhalb einer integrierten Verwaltungssoftware (Agentursoftware)
- gar nicht

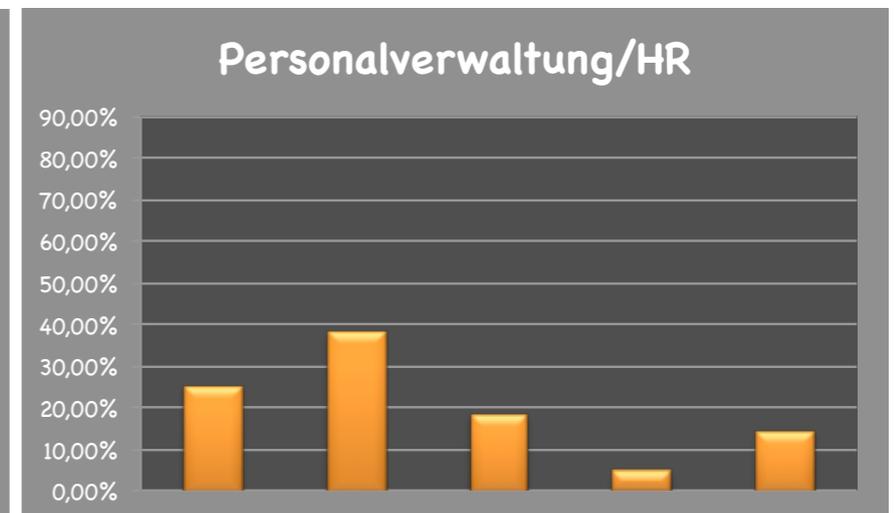
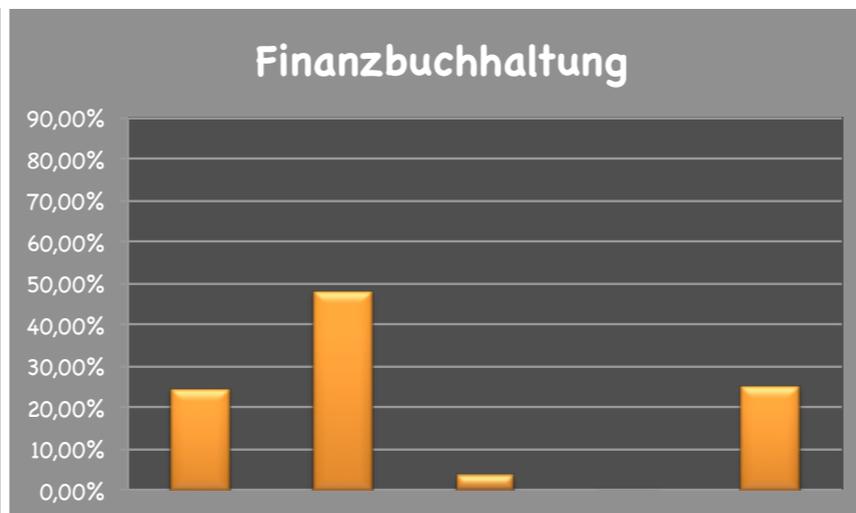
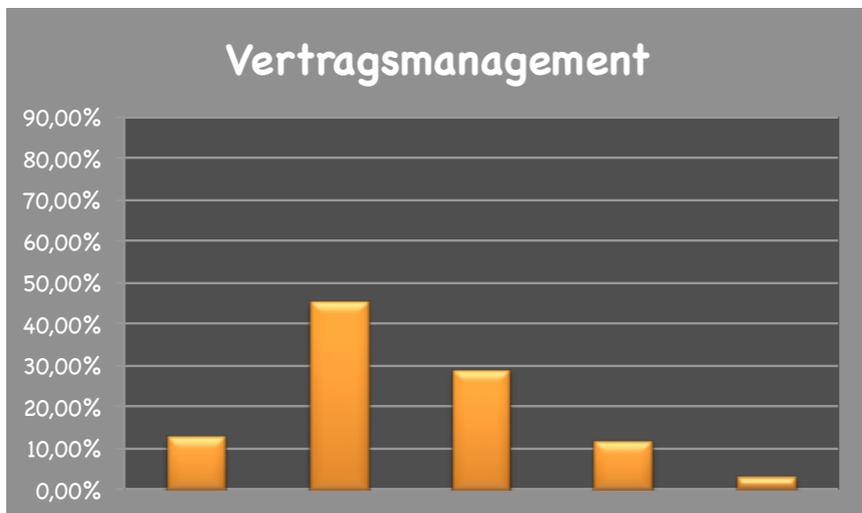
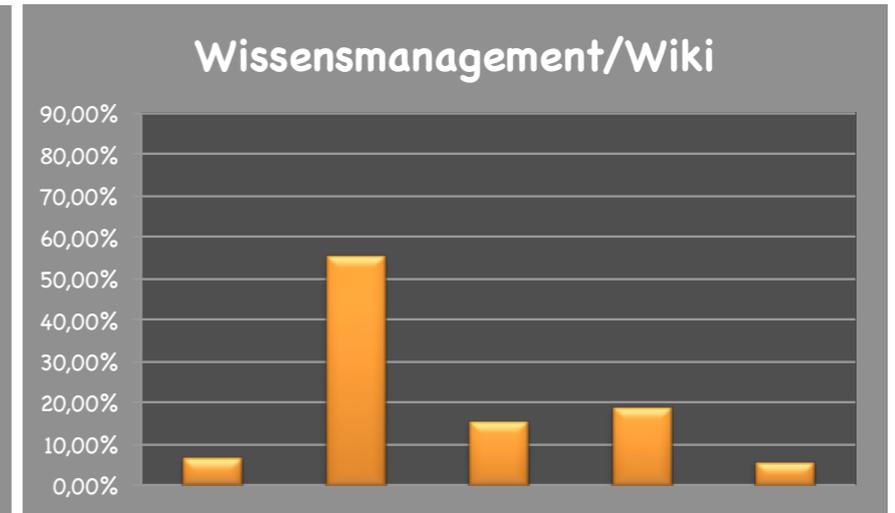
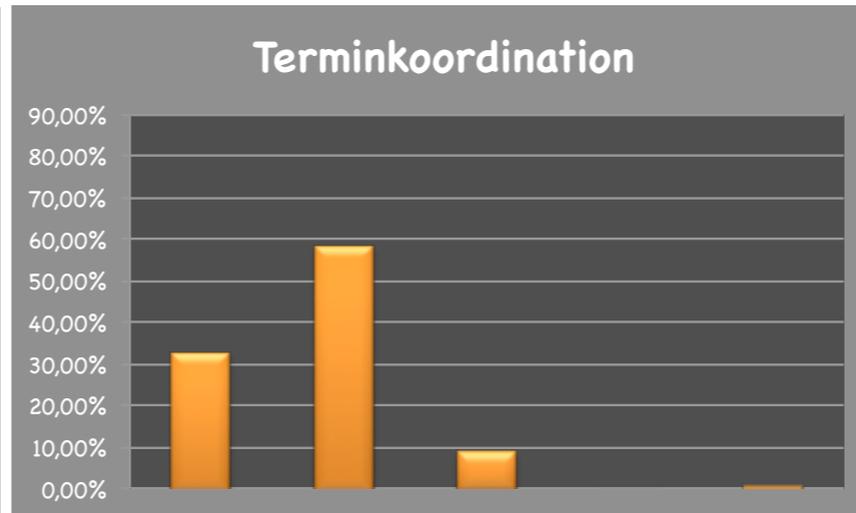
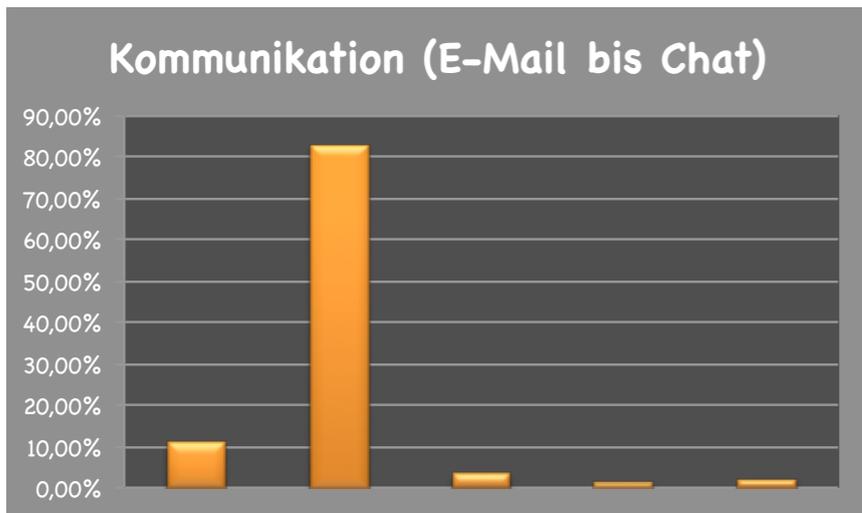
### Vergleich zu 2008

Die Frage nach dem Einsatz von EDV wurde auch in der Befragung 2008 für eine ähnliche Prozess-Auswahl gestellt.

Die Gegenüberstellung zeigt, dass mittlerweile für mehr Prozesse häufiger Agentursoftware eingesetzt wird.

# Einsatz von EDV

## Ergebnisse 1: vorwiegende Umsetzung in Office- oder Büroanwendungen



Insgesamt wurde für 18 Prozesse der Unternehmensrealität gefragt, wie bzw. womit diese in erster Linie umgesetzt werden. Die Antwortmöglichkeiten waren „Umsetzung in einer Agentursoftware (integrierte Komplettlösung/auch Eigenentwicklung)“, „mit unterschiedlichen Einzellösungen (auch: Office-Programme)“, „offline/manuell“, „gar nicht“ oder „extern“.

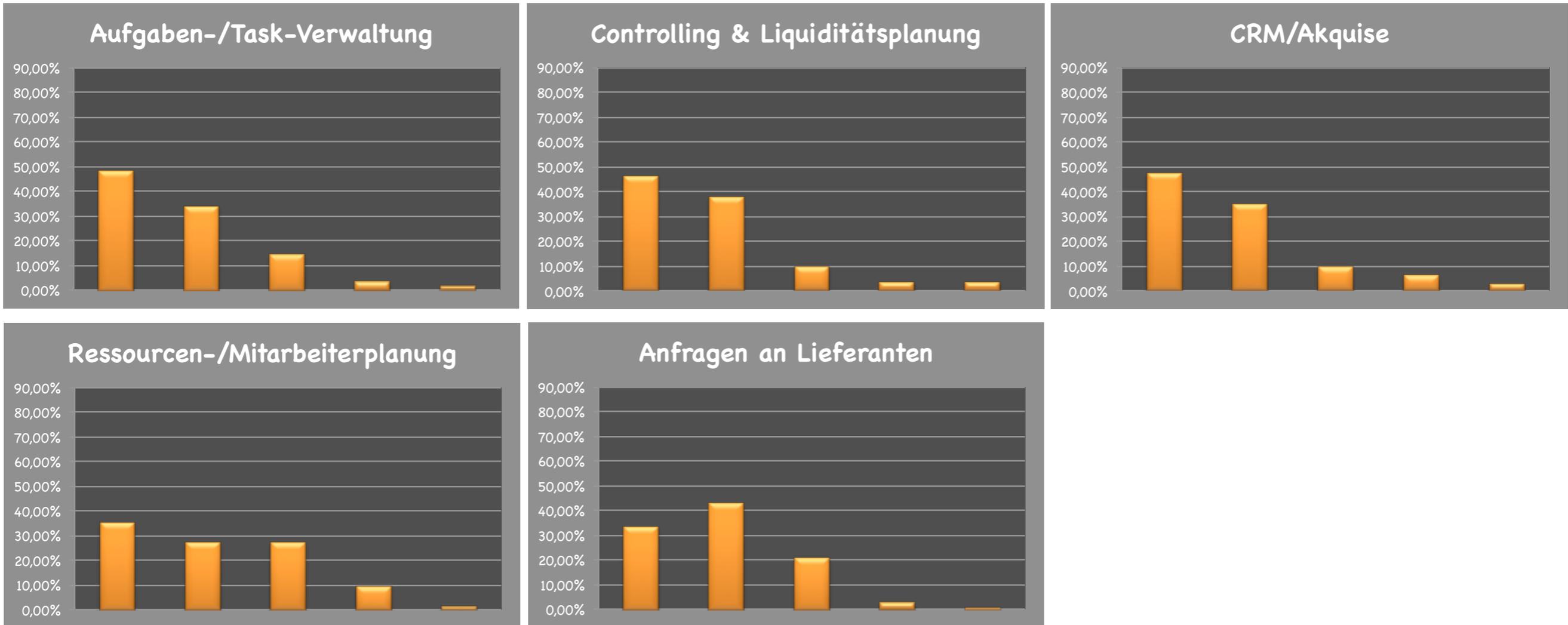
Auf dieser Seite wurde alle Prozesse zusammengefasst, deren Umsetzung vorwiegend in externen – spezialisierten – Softwareanwendungen (zweite Reihe) erfolgt.

Antwortmöglichkeiten/Legende: **Erste Reihe:** Umsetzung in einer Agentursoftware (integrierte Komplettlösung/auch Eigenentwicklung); **zweite Reihe:** mit unterschiedlichen Einzellösungen (auch: Office-Programme); **dritte Reihe:** „offline“/manuell; **vierte Reihe:** gar nicht; **fünfte Reihe:** extern



# Einsatz von EDV

## Ergebnisse 2: Umsetzung in Agentursoftware oder mit externen Tools



Auf dieser Seite die Zusammenfassung der Prozesse, deren Umsetzung annähernd in gleichem Maße in Agentursoftware (erste Reihe) oder in externen – spezialisierten – Softwareanwendungen (zweite Reihe) erfolgt.

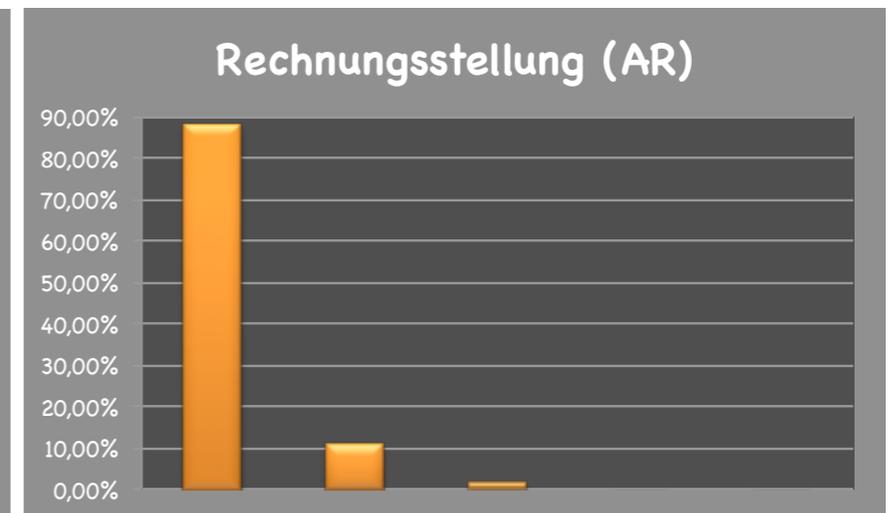
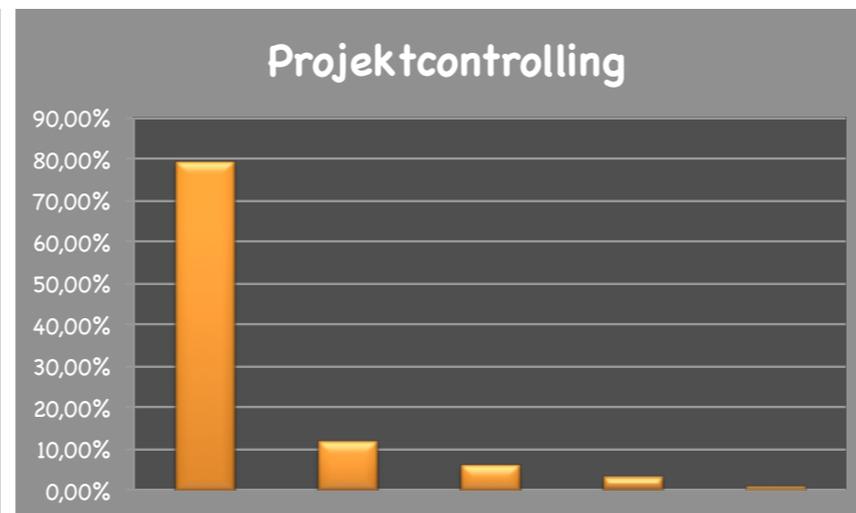
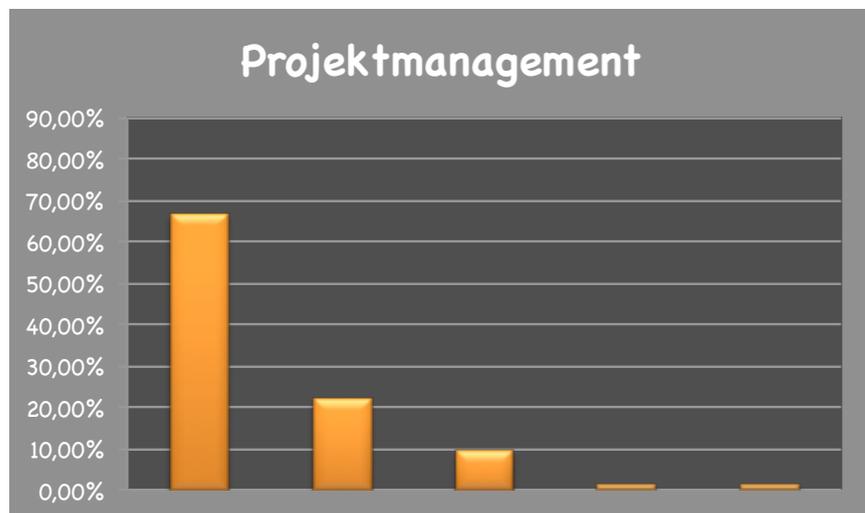
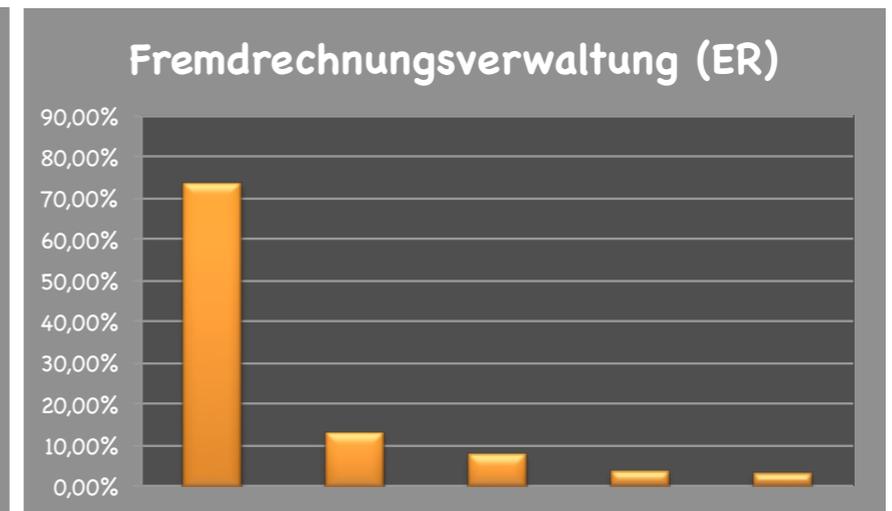
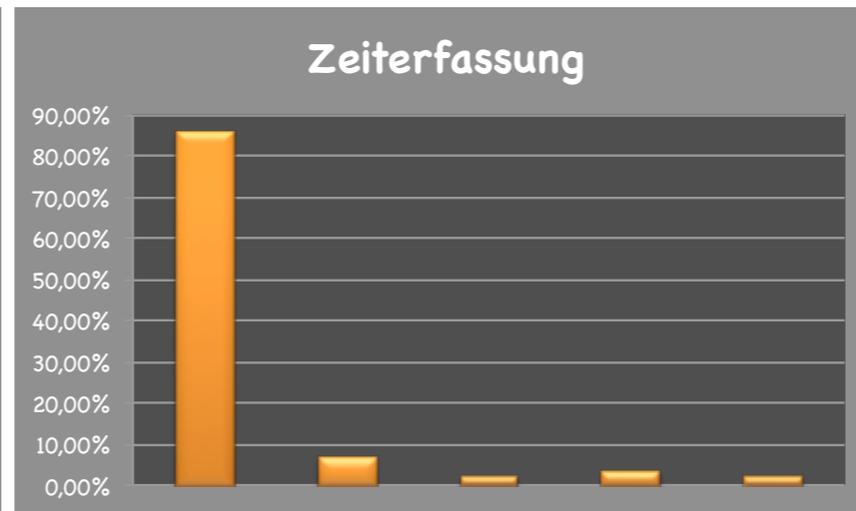
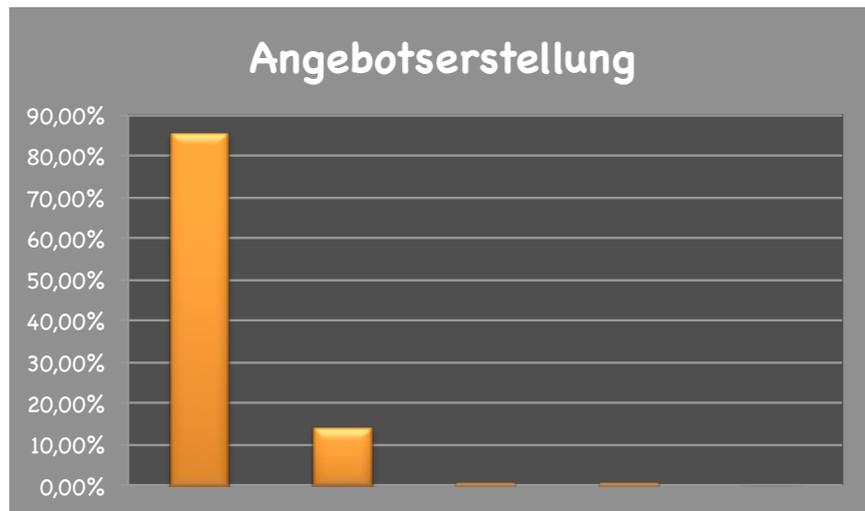
Während die kaufmännischen Kernprozesse Angebot - Auftrag - Rechnung größtenteils in Agentursoftware umgesetzt werden (siehe nächste Seite), werden die unmittelbar unterstützenden Prozesse der Kontakt- und Aufgabenverwaltung sowie das Controlling auch gerne über externe Tools realisiert. Was nicht verwundert, da hier MS Excel und Word gern genutzte Lösungen sind.

Antwortmöglichkeiten/Legende: **Erste Reihe:** Umsetzung in einer Agentursoftware (integrierte Komplettlösung/auch Eigenentwicklung); **zweite Reihe:** mit unterschiedlichen Einzellösungen (auch: Office-Programme); **dritte Reihe:** „offline“/manuell; **vierte Reihe:** gar nicht; **fünfte Reihe:** extern

Alternativ-Frage; n=225

# Einsatz von EDV

## Ergebnisse 3: eindeutige Umsetzung in Agentursoftware



Für eine Reihe von Prozessen erfolgt die Umsetzung eindeutig in Agentursoftware: Für die geschäftlichen Kernprozesse von der Angebotserstellung über die Auftrags- bzw. Projektabwicklung bis zur Rechnungsstellung verlassen sich die Agenturen größtenteils auf ihre Unternehmenssoftware.

Antwortmöglichkeiten/Legende: **Erste Reihe:** Umsetzung in einer Agentursoftware (integrierte Komplettlösung/auch Eigenentwicklung); **zweite Reihe:** mit unterschiedlichen Einzellösungen (auch: Office-Programme); **dritte Reihe:** „offline“/manuell; **vierte Reihe:** gar nicht; **fünfte Reihe:** extern

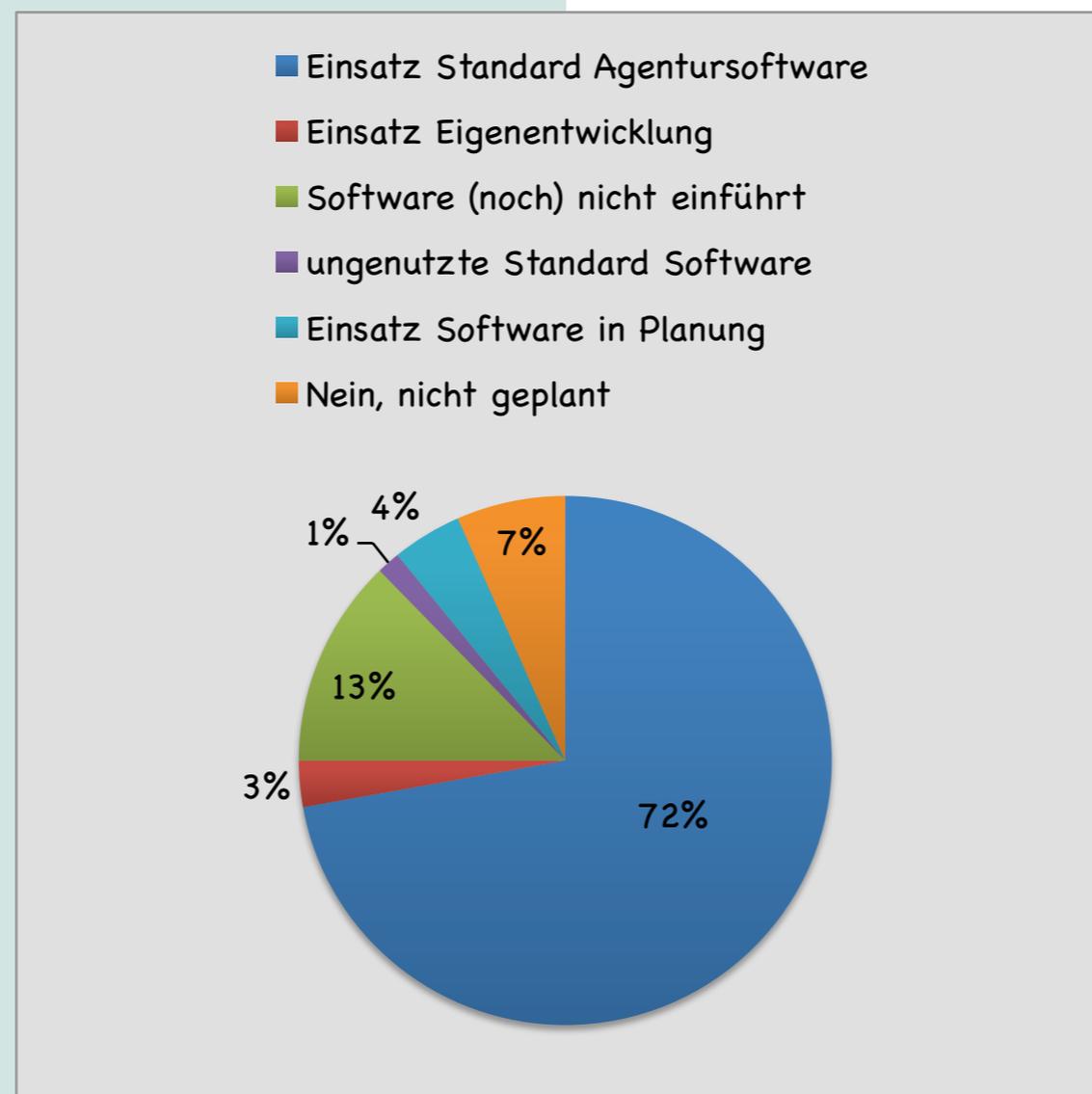
# Einsatz von Agentursoftware

## Setzen Sie Agentursoftware ein?

Ein wesentliches Ziel des dritten Teils der Befragung war es herauszufinden, inwieweit von den Agenturen eine Agentursoftware eingesetzt wird, wie die Einführung verlaufen ist, wie die Auswahl erfolgt, wie zufrieden sie mit Software und Anbietern sind und welche Produkte eingesetzt werden.

Die Fragestellung lautete: „Setzen Sie für die administrative Verwaltung Ihrer Agentur eine Agentursoftware (eine spezialisierte Software, die den Agenturworkflow abbildet und optimiert) ein?“

Es zeigte sich, dass rund Dreiviertel der Teilnehmenden eine Agentursoftware einsetzen.



# Agentur- software

## Auswahl- verfahren

Agentursoftware-Systeme können grundsätzlich nicht alles. Ein „Standard“, der jegliche Organisation, jeden Agenturschwerpunkt oder Funktionen abbildet, die gewünscht werden, existiert nicht. Die Systeme haben ihre Stärken und Schwächen gleichermaßen. Und zusätzlich sollten auch die Meta-Anforderungen „zeitgemäß“, „einfach“ und „flexibel“ sowie „hohe usability“ mit Inhalt gefüllt und in die Auswahl einbezogen werden.

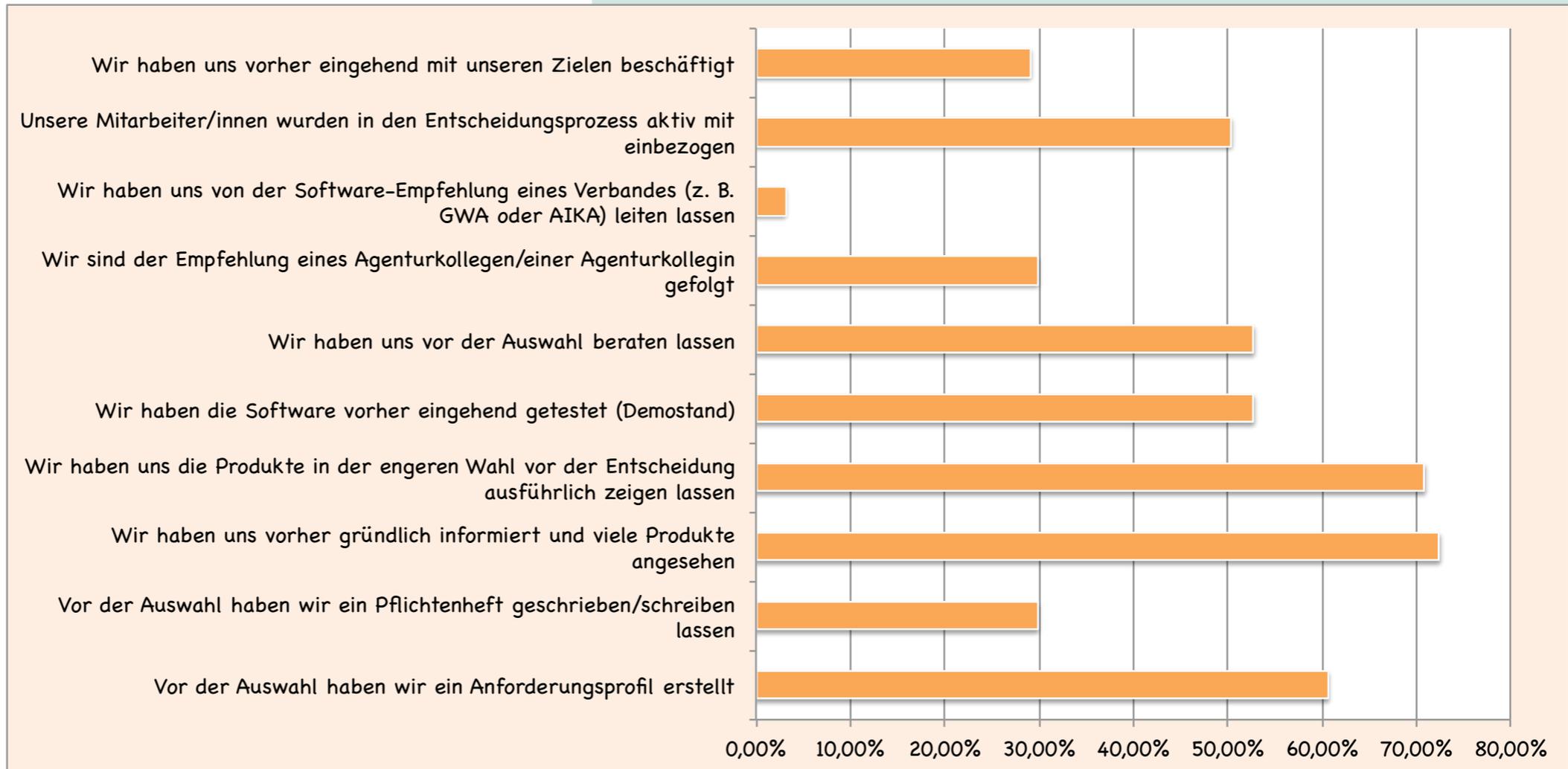
Deshalb müssen Auswahlverfahren präzise, anforderungs- und anwenderbezogen ausgerichtet sein und Unzulänglichkeiten in den Systemen für den eigenen Anwendungsfall aufdecken wie auch die entstehenden Kosten berücksichtigen.

Zum eigenen Auswahlverfahren befragt, haben die Teilnehmenden ausgesagt, sich über Demos, Tests und Präsentationen sehr mit der Software an sich auseinanderzusetzen. Allerdings erfolgte dies weniger auf der Basis von Zielen und nur bedingt mit der Formulierung der Anforderungen. Und leider wird nur von der Hälfte der Agenturen die Belegschaft in den Auswahlprozess einbezogen.

Erstaunlich ist, dass der Empfehlung von Kolleg/innen eher gefolgt wird, als der von Verbänden – ein Grund mehr für die Anbieter, dafür zu sorgen, dass ihre Produkte gut eingeführt durchgehend gern in den Agenturen genutzt werden.

Die Fragestellung lautete: „Welche der folgenden Aussagen trifft für den Auswahlprozess der Agentursoftware in Ihrer Agentur zu?“ Die Frage konnte nur von den Teilnehmenden beantwortet werden, die angegeben hatten, eine Agentursoftware einzusetzen.

Frage nur sichtbar, wenn „Standardsoftware“ bei Frage nach Agentursoftware-Einsatz gewählt.  
Mehrfachauswahl möglich; n=191



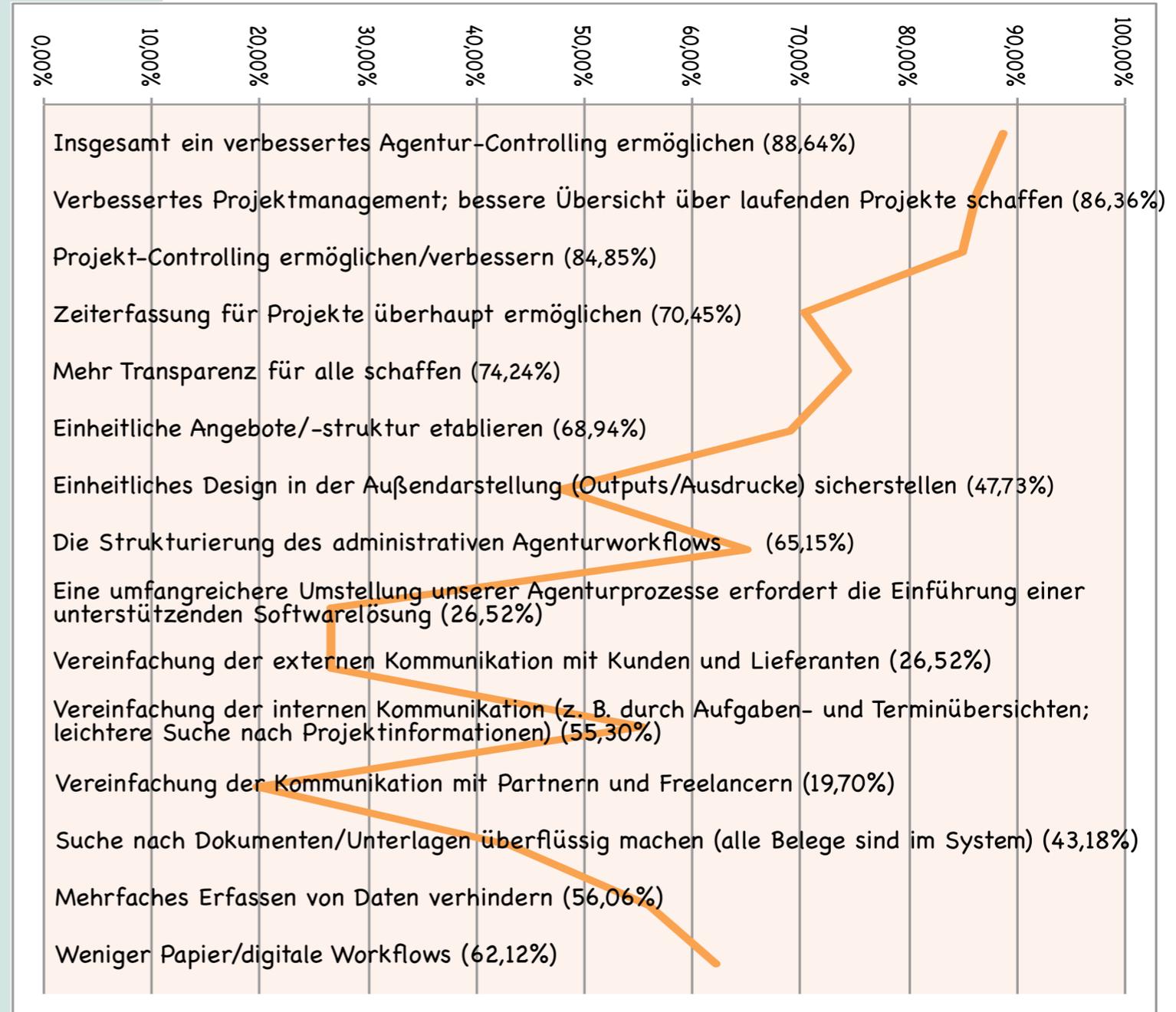
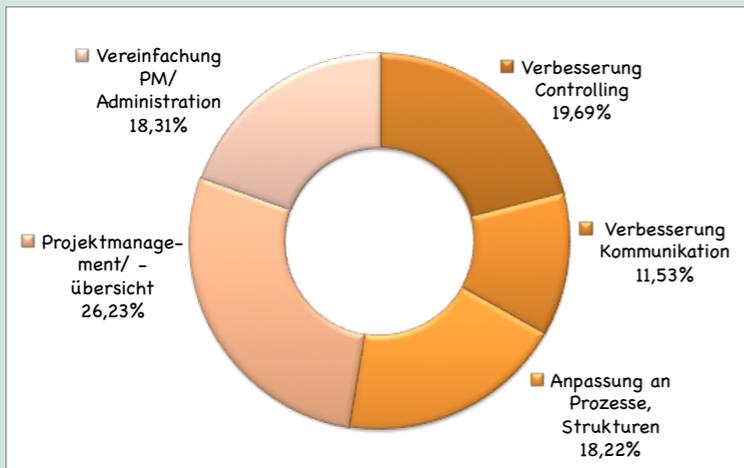
# Einsatz von Agentursoftware

## Ziele/Gründe

Die Gründe für die Einführung einer Unternehmenssoftware sind vielfältig. In der aktuellen Trovarit Zufriedenheitsstudie „ERP in der Praxis 2018/2019“ werden vorwiegend „Prozesse schnell und einfach“ (64%), „Informationen schnell und einfach“ (53%) und „Durchgängige Prozessunterstützung“ (51%) genannt.

Für die Agenturen stehen die Verbesserung im Agentur- und Controlling sowie im Projektmanagement inkl. Zeiterfassung im Vordergrund. Allerdings sind auch Transparenz sowie die Workflow-Strukturierung und -Digitalisierung wichtige Anliegen.

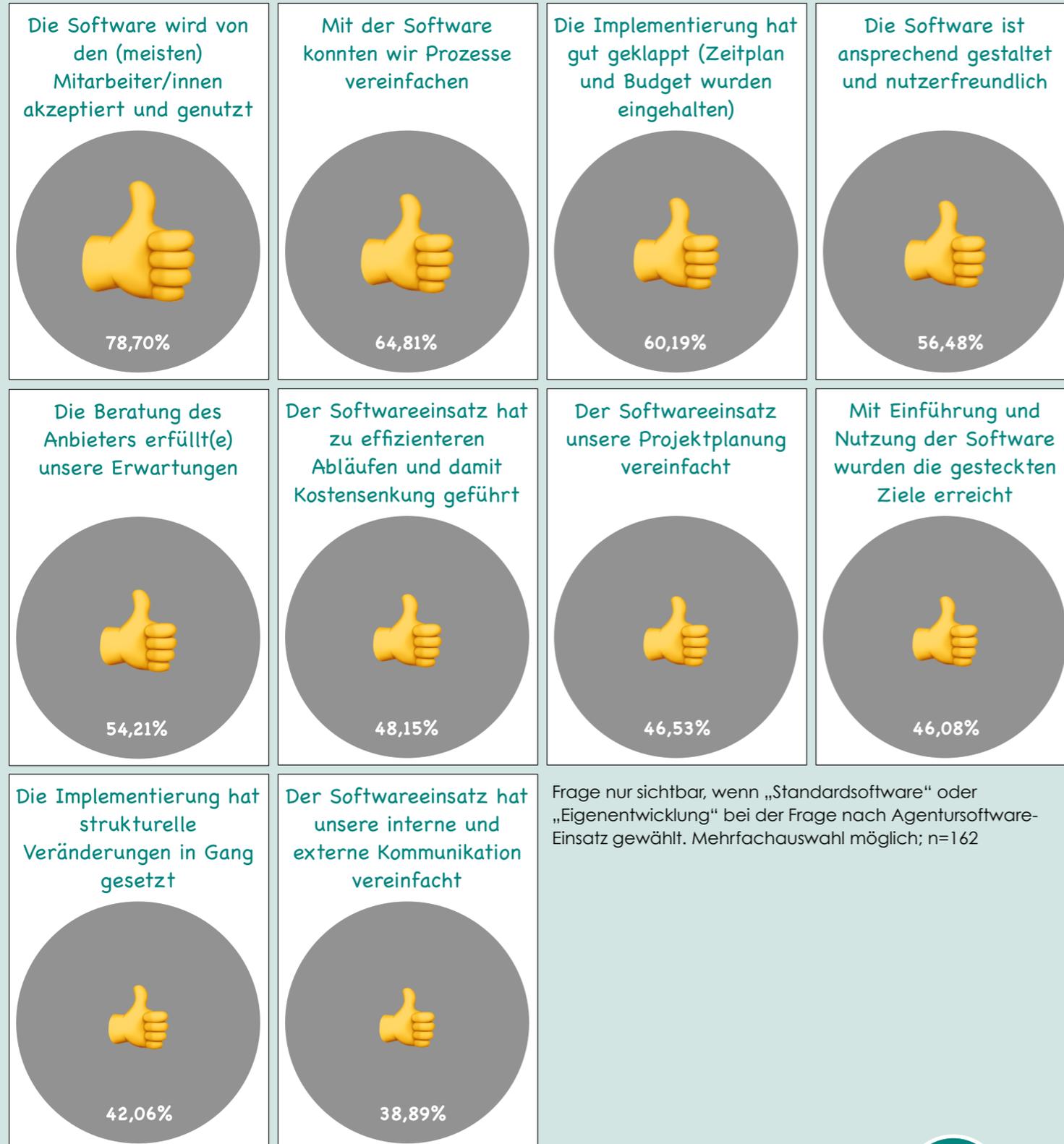
Die Fragestellung lautete: „Was waren die ausschlaggebenden Argumente/Hintergründe für die Einführung bzw. Eigenentwicklung von Agentursoftware?“ Die Frage konnte nur von den Teilnehmenden beantwortet werden, die angegeben hatten, eine Standard-Agentursoftware oder eine Eigenentwicklung (Komplettsystem) einzusetzen.



Frage nur sichtbar, wenn „Standardsoftware“ oder „Eigenentwicklung“ bei der Frage nach Agentursoftware-Einsatz gewählt. Mehrfachauswahl möglich; n=198

# Agentursoftware

## Softwareeinführung und Zielerreichung



„Es zeigt sich, dass die Mehrheit der Agenturen mit Software und Anbieter zufrieden sind. Herausragend ist die Akzeptanz unter den Mitarbeiter/innen, die von 61% der Agenturen zutreffend bewertet wird!“

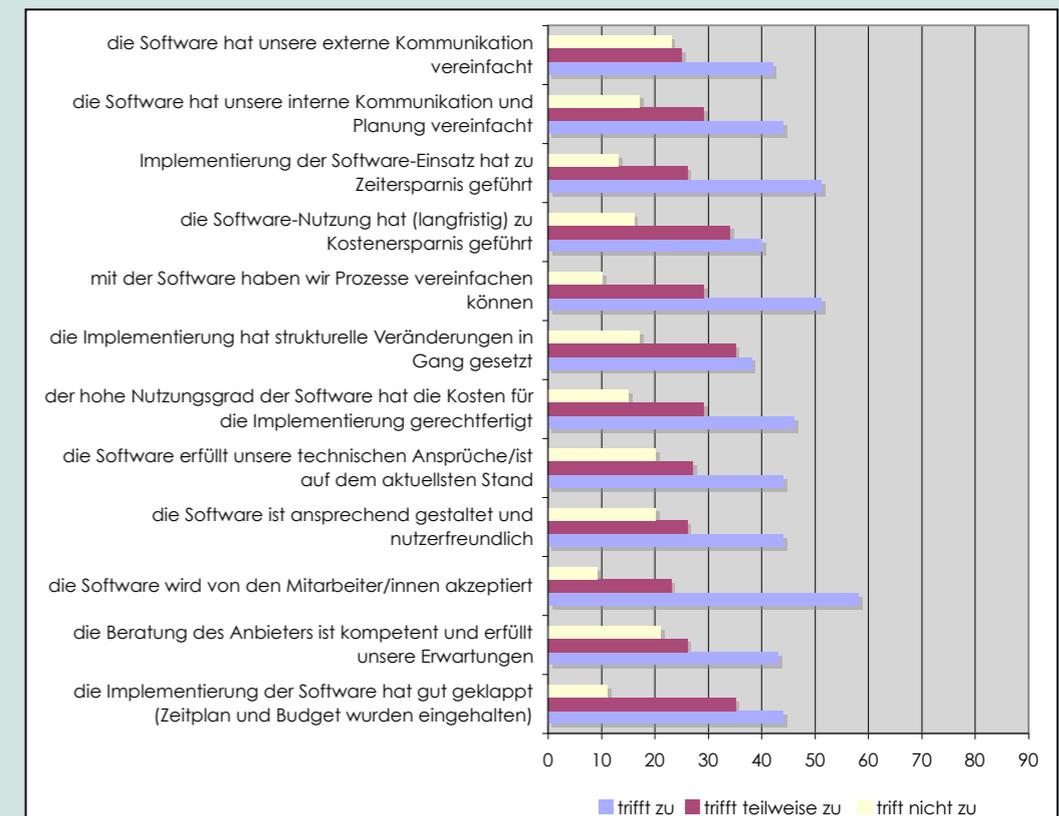
Dies war eine Zusammenfassung der Studie von 2008.

Die positivsten Auswirkungen der Einführung einer Agentursoftware ist die Vereinfachung von Prozessen, gefolgt von effizienteren Abläufen und einfacherer Projektplanung.

Die Implementierung von Agentursoftware funktioniert überwiegend gut und die Mehrheit empfindet die Software-Produkte ansprechend gestaltet und nutzerfreundlich.

Die Fragestellung lautete: „Wenn Sie eine Agentursoftware erfolgreich eingeführt haben, welche Aussagen treffen auf Einführung, Anbieter und Software zu?“ Die Frage konnte nur von den Teilnehmenden beantwortet werden, die angegeben hatten, eine Standard-Agentursoftware oder eine Eigenentwicklung (Komplettsystem) einzusetzen.

Studienergebnisse aus 2008

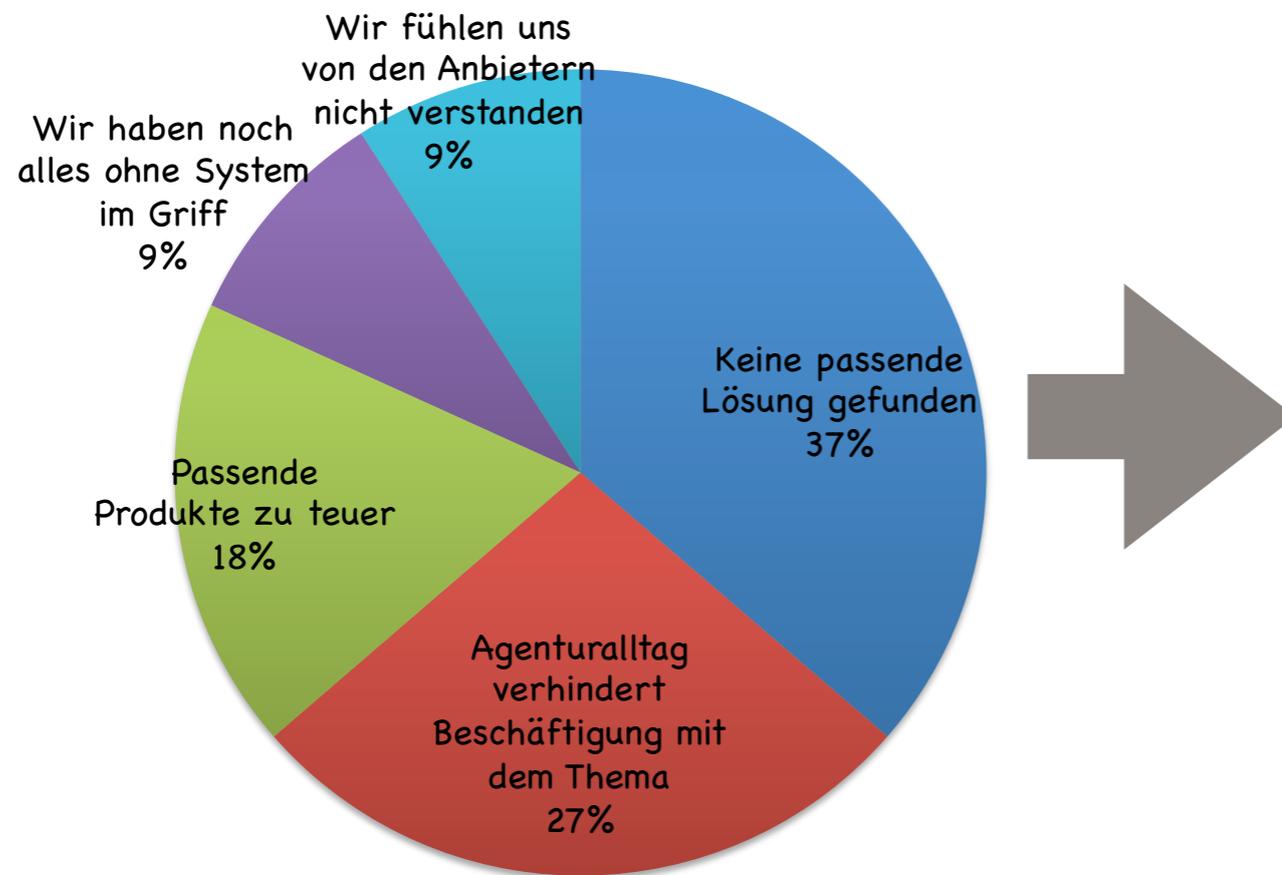


# Agentursoftware

## Keine Nutzung

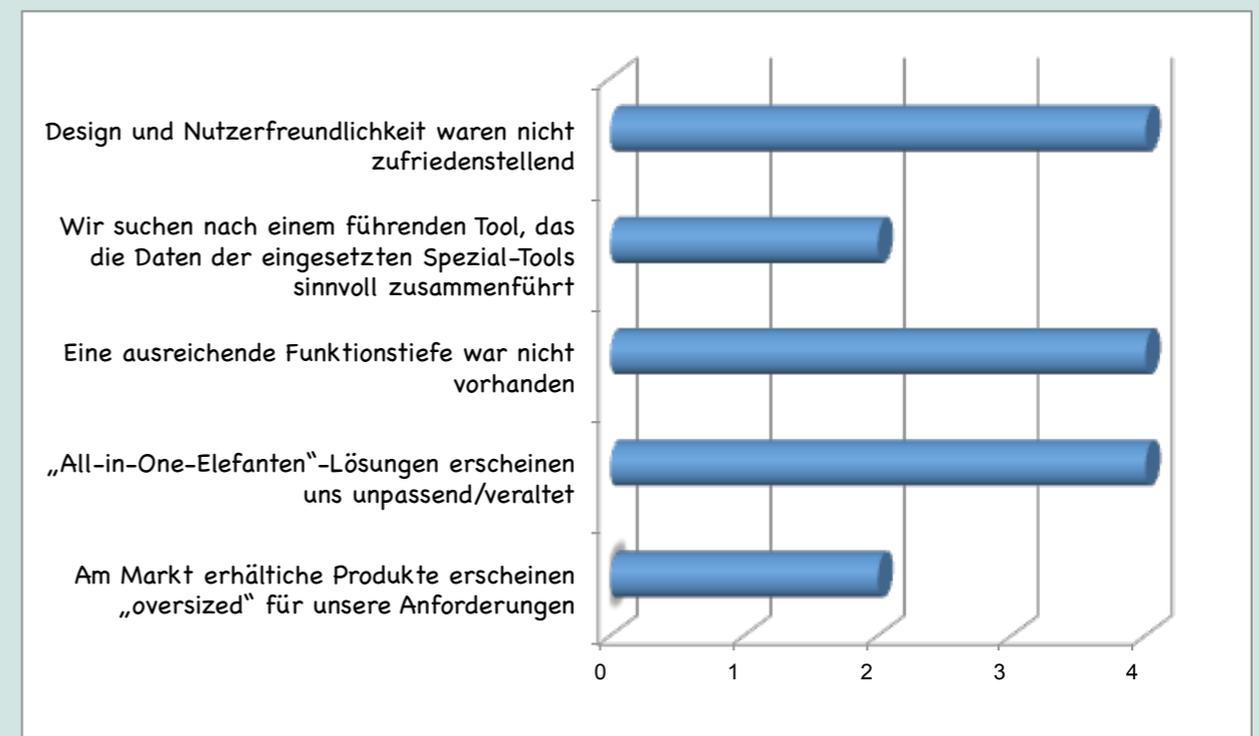
Einige Teilnehmer/innen (11) haben angegeben, keine Agentursoftware einzusetzen.

Nach den Gründen befragt, gab die Mehrheit an, keine passende Lösung gefunden zu haben. Gefolgt von der – bedauerlichen – Einschätzung, dass der Agenturalltag es nicht zulässt, sich mit der Thematik auseinanderzusetzen.



Frage nur sichtbar, wenn bei der Frage nach einem Agentursoftware-Einsatz „Nein“ gewählt worden ist. Mehrfachauswahl möglich; n=11

Die, die keine passende Lösung finden konnten (8) machten dafür überwiegend nicht-zufriedenstellendes Design und Nutzerfreundlichkeit und mangelnde Funktionstiefe verantwortlich und auch, dass ihrer Meinung nach „All-in-One-Lösungen“ veraltet sind.



Frage nur sichtbar, wenn bei Nicht-Nutzung „keine passende Lösung gefunden“ gewählt worden ist. Freie Texteingabe; n=8

# Agentursoftware Eigenentwicklung

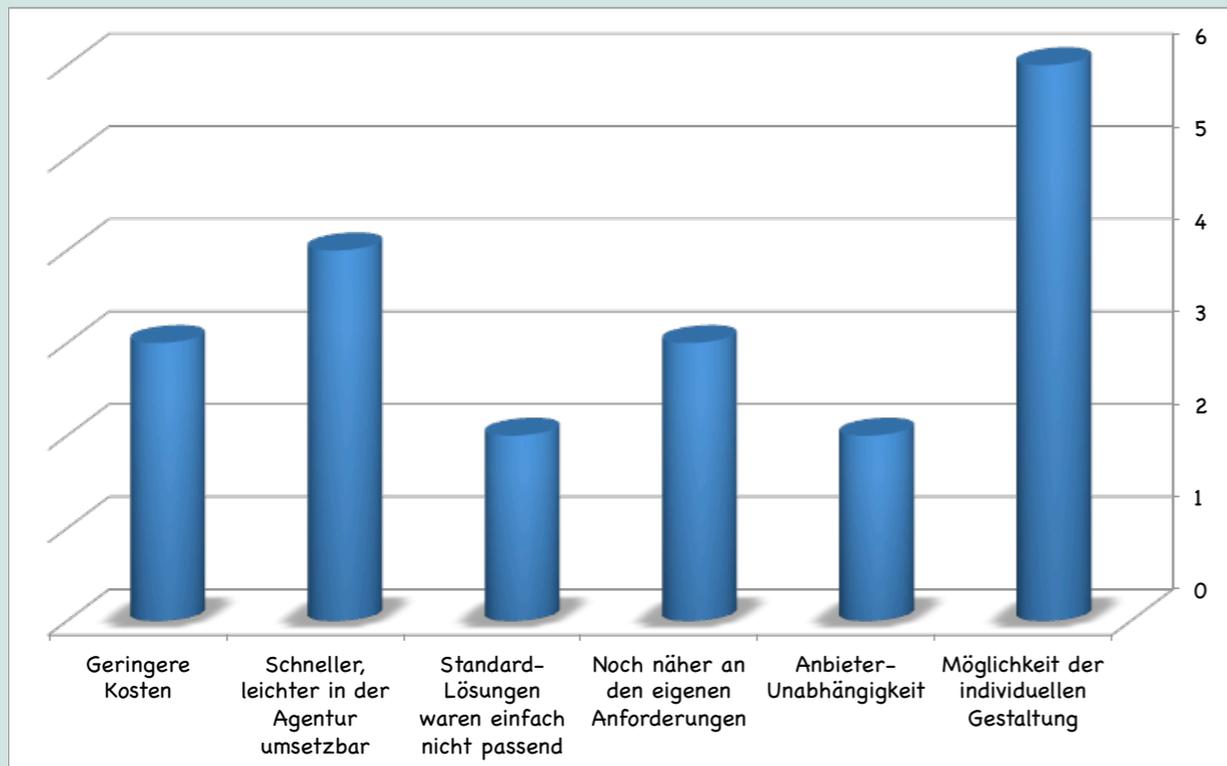
## Gründe und Zufriedenheit

In der Frage nach der Entwicklung eigener Lösungen ergab sich seit 2008 ein drastischer Rückgang.

2008 hat „(...) ein Viertel der Agenturen (...) für komplexere Aufgaben (z.B. die Adresdatenbank oder Mediaabrechnungen) selbst Lösungen entwickelt und über ein Viertel sogar eine eigene Agenturverwaltung.“

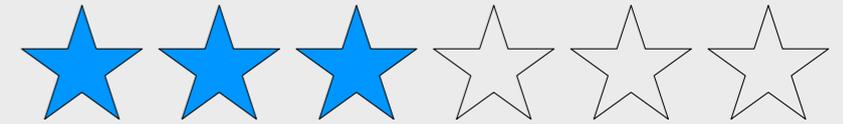
In dieser aktuellen Erhebung haben lediglich 6 Teilnehmende angegeben, mit einer Eigenentwicklung zu arbeiten.

Die Frage nach den Gründen wurde wie folgt beantwortet:

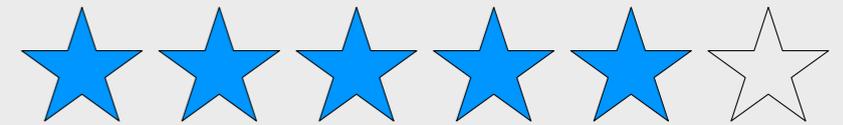


Frage nur sichtbar, wenn bei der Frage nach einem Agentursoftware-Einsatz „Eigenentwicklung“ gewählt worden ist. Mehrfachauswahl möglich; n=6

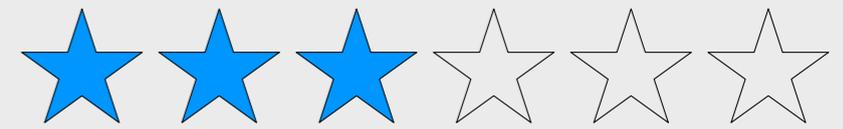
Die Entscheidung war richtig



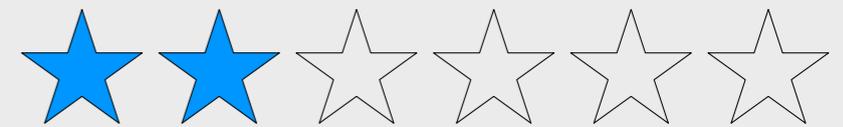
Unsere Ziele wurden mit der Eigenentwicklung realisiert



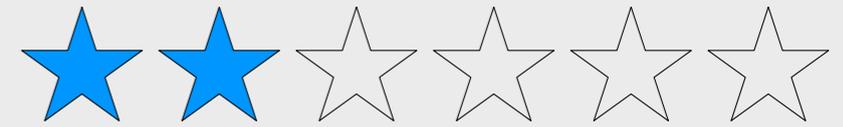
Umsetzung lief gut und ist in der geplanten Zeit gelungen



Die Software wird gern von den Mitarbeiter/innen genutzt



Die Entscheidung war falsch



Die Umsetzung dauerte viel länger als geplant



Die Beantwortung der Frage „Wenn Sie eine Anwendung selbst erstellt haben, wie zufrieden sind Sie mit dieser Lösung?“ ergab eine hohe Zufriedenheit in der Entwicklung – allerdings eine nicht so hohe in der Anwenderzufriedenheit.

Frage nur sichtbar, wenn bei der Frage nach einem Agentursoftware-Einsatz „Eigenentwicklung“ gewählt worden ist. Abstimmung mit einem bis fünf Sternen; n=6

# Agentursoftware

## Einführung gescheitert

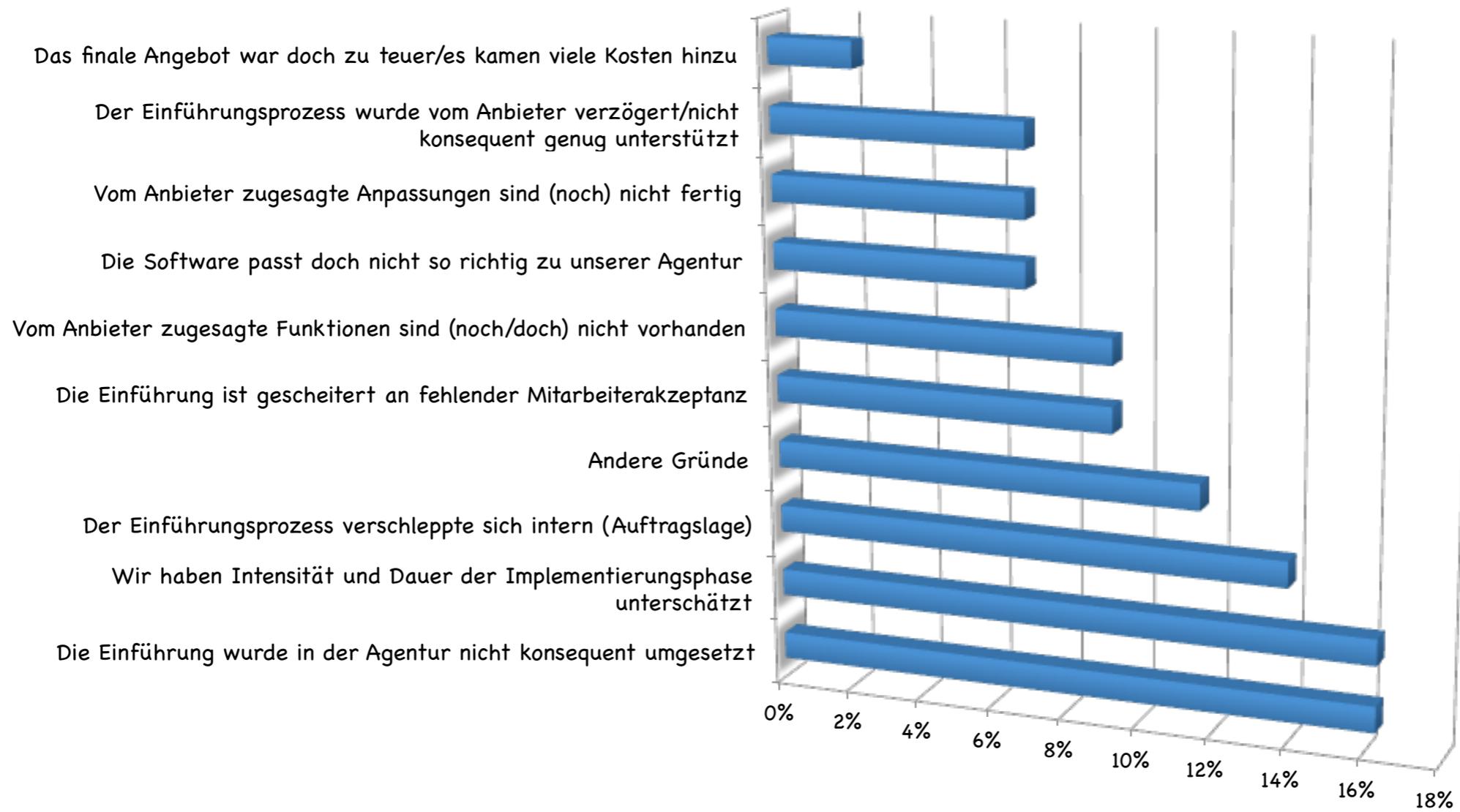
Den Anbietern von Agentursoftware wird in einer vorhergehenden Frage ein überwiegend gutes Zeugnis ausgestellt. Auch bei denen, die angegeben haben, dass die Einführung der Software gescheitert ist, sahen die Ursache dafür hauptsächlich in internen Problemen.

Dieses Ergebnis ist nahezu identisch zur Umfrage 2008.

Lediglich sechs der teilnehmenden Agenturen haben angegeben, eine eingeführte Agentursoftware nicht mehr zu nutzen.

Drei davon haben zu den Gründen ausgesagt:

- Unstimmigkeiten mit dem Anbieter (z. B. schlechter Support, fehlende Kommunikation)
- War generell eine Fehlentscheidung
- Funktionstiefe war nie gegeben



Frage nur sichtbar, wenn bei der Frage nach einem Agentursoftware-Einsatz „Einführung gescheitert“ gewählt worden ist. Mehrfachauswahl möglich; n=24

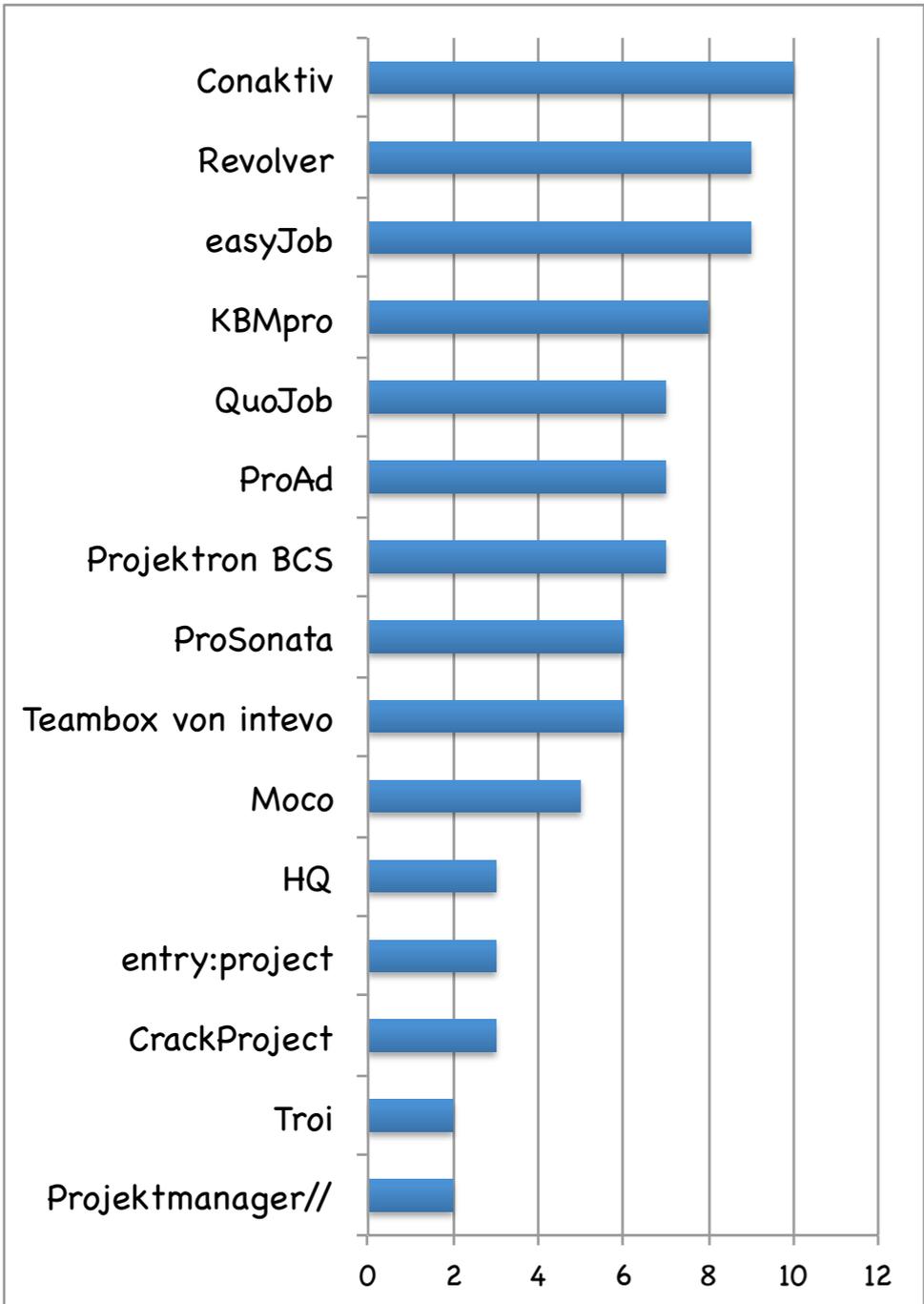
Frage nur sichtbar, wenn bei der Frage nach einem Agentursoftware-Einsatz „Software wird nicht mehr eingesetzt“ gewählt worden ist. Mehrfachauswahl möglich; n=3

## Produkt-nennung Deutschland



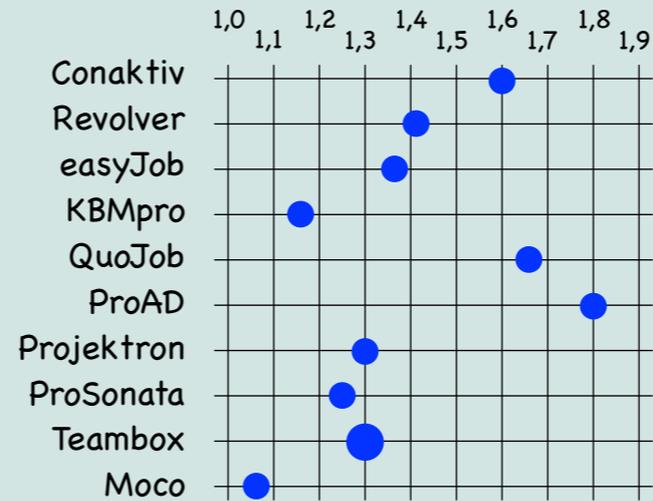
Von den deutschen teilnehmenden Agenturen haben 70 angegeben, eine Standard-Agentursoftware einzusetzen.

In der Grafik sind die Software-Produkte gelistet, die mindestens zweimal genannt worden sind. Je eine Nennung für: Activecollab, Daylite, Harvest, Maconomy, Pool, Spirit, work 4 all. Elf der Teilnehmenden haben keine Angabe zur eingesetzten Software gemacht.



# Agentursoftware Produkte und Anbieter

## Benotung



Einordnung:

Für das Voting haben die Anbieter der Produkte teils selbst dazu aufgerufen, sich an der Studie zu beteiligen.

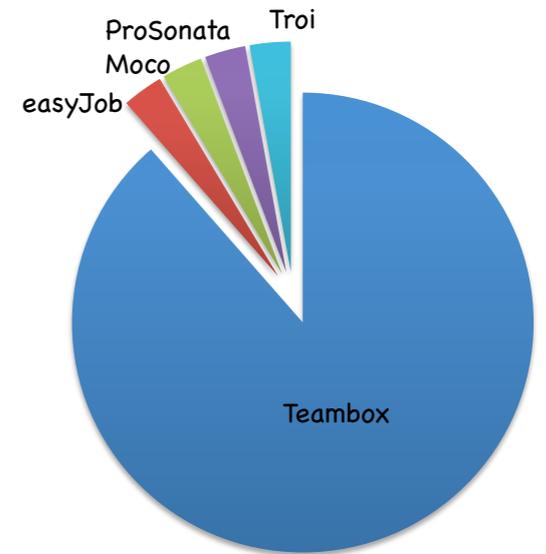
Benotung:

Die Benotung zur Zufriedenheit wurde nur für Produkte vorgenommen, die ab fünf Mal genannt worden sind. Für die Benotung der Teambox wurden alle Nennungen aus den drei Ländern hinzugezogen und ist damit am aussagekräftigsten.

Die Noten ergaben sich aus der Zustimmung zu Fragen nach der Zielerreichung, Mitarbeiterakzeptanz, Prozessoptimierung und Kostensenkung (Seite 24).

Frage nur sichtbar, wenn bei der Frage nach einem Agentursoftware-Einsatz „Standard-Agentursoftware“ gewählt worden ist. Freie Texteingabe/Software- und/oder Anbieter-Nennung; n=153

## Produkt-Nennung Schweiz



Aus der Schweiz haben 35 der 41 Agenturen, die angegeben hatten, eine Standard-Agentursoftware einzusetzen, ein Produkt angegeben. Dabei wurden easyJob, Moco, ProSonata und Troi einmal genannt, die restlichen Angaben fielen auf die aus Österreich stammende Teambox der Intevo GmbH.

## Produkt-Nennung Österreich



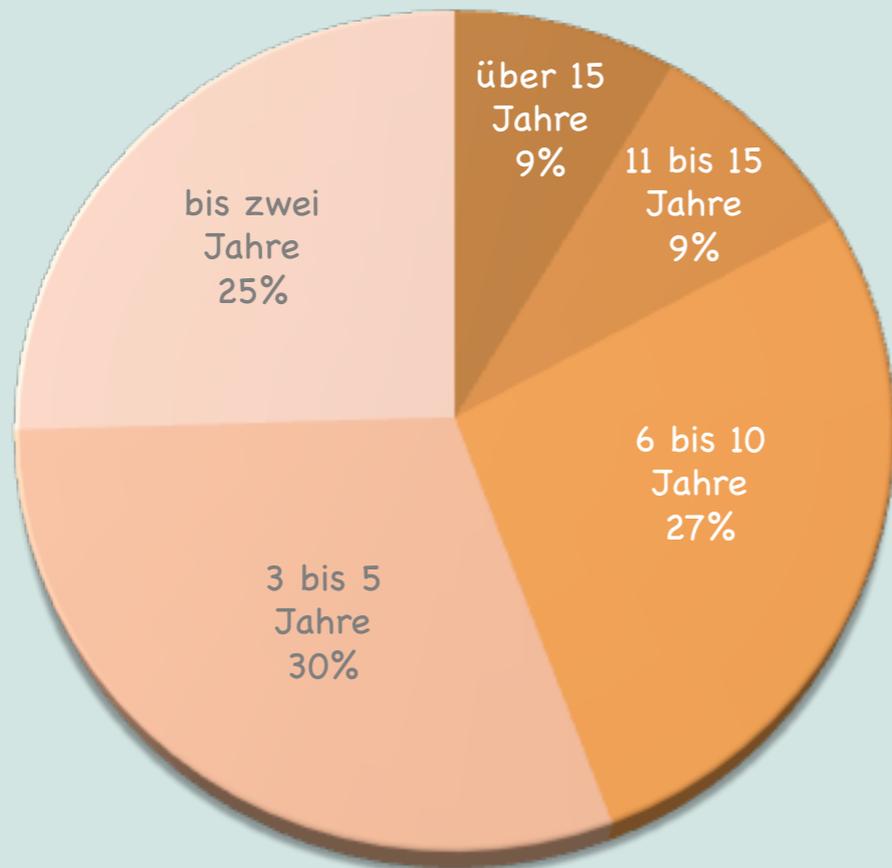
Auch vier der sieben österreichischen Agenturen, die Standardsoftware einsetzen, haben angegeben, die Teambox einzusetzen.

# Agentursoftware

## Nutzungsdauer

Laut Trovarit AG (Marktanalyst /Business Software) weisen „aktuelle Studien darauf hin, dass die durchschnittliche Lebensdauer der ERP Software Installationen (vom Start des operativen Einsatzes bis zum Ersatz durch ein Nachfolgersystem) in den letzten Jahren deutlich zugenommen hat und inzwischen bei fast 15 Jahren liegt.“

Für die Nutzungsdauer der branchenspezifischen Business Systeme hat die Befragung ergeben, dass bereits über ein Viertel ihre Agentursoftware zwischen sechs und zehn Jahren nutzen und knapp ein Fünftel über zehn Jahre.



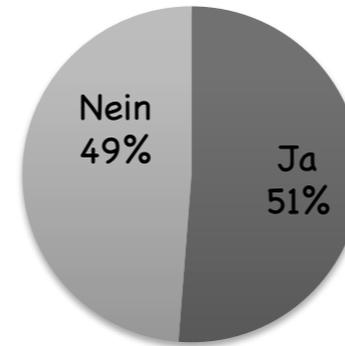
Frage nur sichtbar, wenn „Standardsoftware“ oder „Eigenentwicklung“ bei der Frage nach Agentursoftware-Einsatz gewählt. Freie Texteingabe; n=159

# Agentursoftware

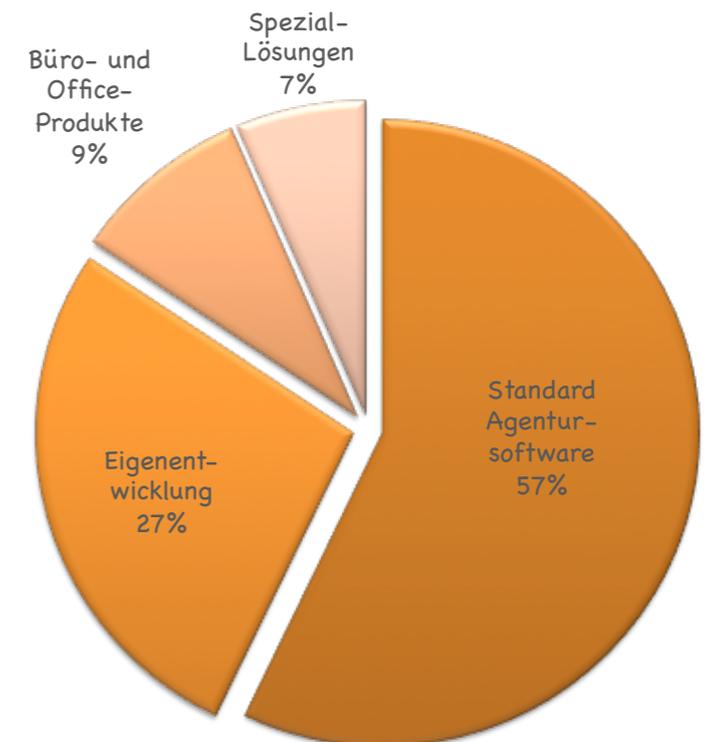
## Ablösung

Die letzten Fragen hatten die Ablösung von Software zum Thema. Es wurde gefragt: „Haben Sie vor dem Einsatz Ihrer aktuellen Agentursoftware oder Eigenentwicklung bereits eine andere Agentursoftware in Ihrer Agentur genutzt?“

Diese Frage wurde von der Hälfte der Teilnehmer/innen, die angegeben hatte, eine Agentursoftware oder ein selbstentwickeltes Komplettsystem einzusetzen, zustimmend beantwortet.



Danach gefragt, welche Produkte abgelöst worden sind, ermöglichte eine Einordnung der genannten Vorgänger-Produkte in die nebenstehenden Cluster. Demnach wird am häufigsten eine Standard-Agentursoftware durch eine andere abgelöst und an zweiter Stelle müssen Eigenentwicklungen weichen.



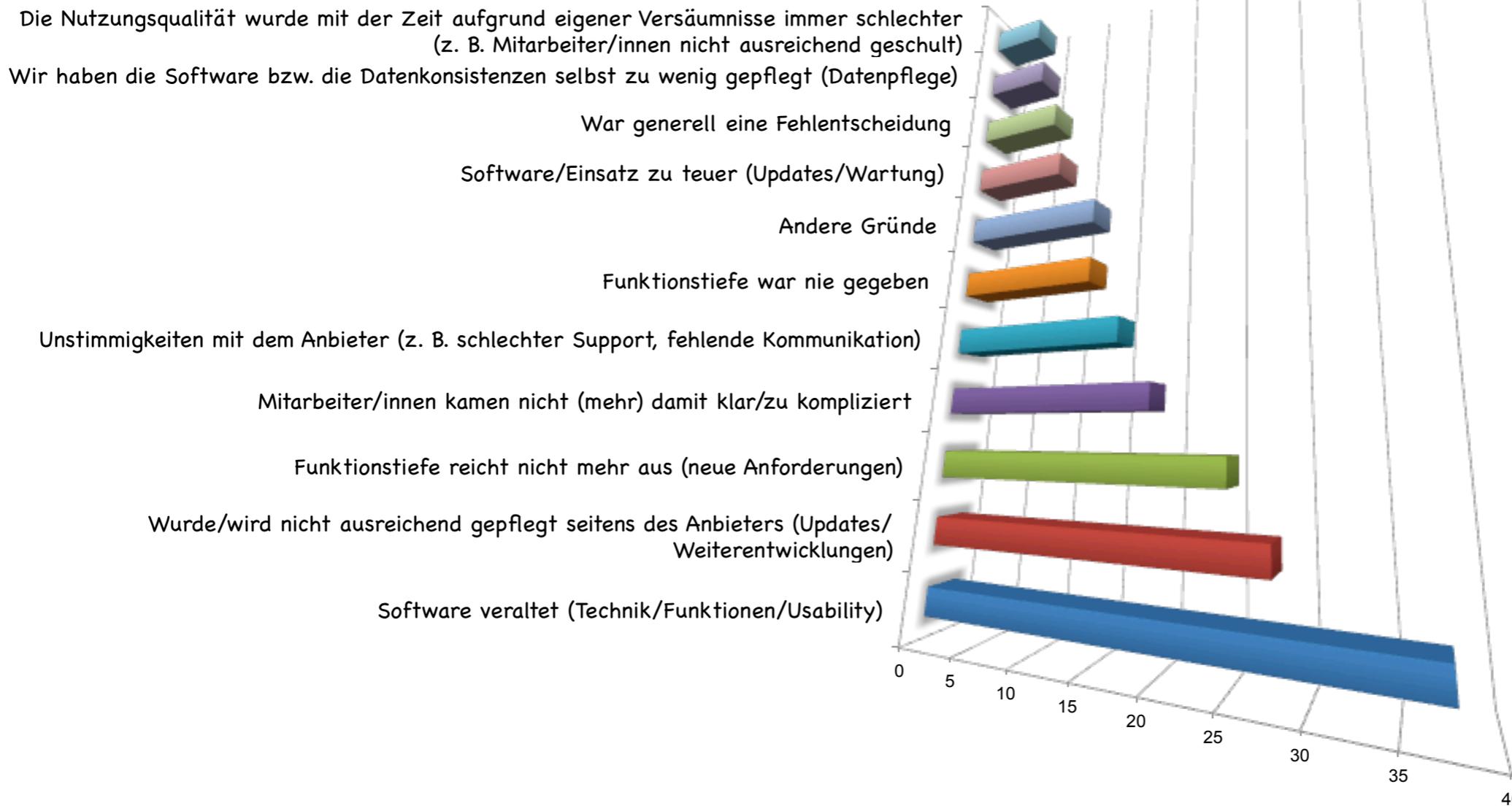
Frage nur sichtbar, wenn „Standardsoftware“ oder „Eigenentwicklung“ bei der Frage nach Agentursoftware-Einsatz gewählt. Mehrfachauswahl möglich; n=162

# Agentursoftware

## Ablösungsgründe

Zu den Gründen befragt, warum eine Software abgelöst wird, ergab sich ein deutliches Bild: In erster Linie wurde die Ablösung dadurch erforderlich, dass die Software nicht mehr den aktuellen technischen und funktionalen Ansprüchen genügte.

Nur zum geringsten Teil machen sich die Agenturen selbst dafür verantwortlich, dass die Software ihre Zwecke nicht mehr erfüllt.



### Textantworten zu „Andere Gründe“:

- Anbieter war Einzelperson > Risiko!
- Empfehlung von ITler und auf ersten Blick umfangreicher
- Entwicklung wurde eingestellt
- Mangelhafte Kommunikation
- Hersteller insolvent
- keine Controlling- und Zeiterfassungs-Optionen
- nicht webbasiert
- nicht umfassend genug
- SAP by Design war ein Flop
- Software konnte individuelle Lösungen nicht bieten
- Software passt nicht ins Agenturgeschäft, ist eine Projektmanagementsoftware für statische langlaufende Projekte, untauglich für Agenturen
- Software war nicht mehr kompatibel mit MacOS
- Wir konnten die Software zu wenig bedienen und daher das Potenzial nicht ausschöpfen
- zu kompliziert

Frage nur sichtbar, wenn bei der vorherigen Frage angegeben worden „Software-Ablösung“ angegeben worden ist. Mehrfachauswahl möglich; n=83

# Anhang

## Die Studie

Die Studie richtete sich an Werbeagenturen jeder Größe und inhaltlicher Ausrichtung – vom kleinen Designbüro bis zur Netzwerkagentur. Angesprochen waren Geschäftsführung und Agenturleitung, sowie Mitarbeiter/innen aus Beratung, Projektmanagement oder Finanz- und Personalwesen.

Grundlage der Studie ist eine Online-Befragung anhand eines teil- bzw. vollstrukturierten Fragebogens, der den Befragten teilweise über einen persönlichen Link mit Login zugänglich war. Andere Teilnehmer/innen, die über unterschiedlichste Medien von der Umfrage erfahren haben, konnten über einen allgemeinen Link teilnehmen.

Die Daten wurden im 3. Quartal 2017 erhoben. Die Beantwortung der ca. 30 Fragen dauerte ungefähr 15–20 Minuten – je nach Beantwortung bei Oder-Verzweigungen.

Art und Anzahl der beteiligten Agenturen resp. der Teilnehmenden erlauben, die Studie als repräsentativ zu betrachten.

Die Auswertung erfolgte auf Basis der Rohdaten von Lamapoll in Excel. Die Grafiken wurden größtenteils mit Excel erstellt, teilweise wurden die von Lamapoll zur Verfügung gestellten fertigen Grafiken genutzt, für manche Grafiken wurde das Online-Tool Infotram verwendet.

## Die Datenbasis – Beteiligung

An der Studie beteiligt haben sich – auswertbar – 351 Agenturen. Dies ist nur geringfügig mehr, als bei der 2008 durchgeführten Vergleichsstudie.

Die insgesamt 33 inhaltlichen Fragen sind nicht von allen und auch nicht durchgängig beantwortet worden. Dies war einerseits eine Folge von Oder-Verzweigungen: Manche Frage musste nur in Abhängigkeit zu einer vorhergehenden beantwortet werden.

## Agenturberatung hm43

Durchgeführt wurde die Befragung durch die Agenturberatung hm43.

Die Agenturberatung von Heike Mews berät seit 2002 Werbeagenturen in Fragen der Workflow- und Prozessoptimierung. hm43 bietet Beratung bei der Implementierung von Agentursoftware von der Anforderungsanalyse über die Auswahl der richtigen Software bis zur Integration, sowie mit dem Guide Agentursoftware ein Recherche- und Informationsportal zum Thema Agentursoftware.

## Impressum

© Agenturberatung hm43

Heike Mews

Ahrensburg

2017/2018

Alle Rechte vorbehalten

[www.hm43.de](http://www.hm43.de)

[www.agentursoftware-guide.de](http://www.agentursoftware-guide.de)

[info@hm43.de](mailto:info@hm43.de)

Alle genannten Warenzeichen, Produkte, Beschreibungen und damit verbundene Abbildungen/Logos sind eingetragene Warenzeichen und/oder urheberrechtlich geschütztes Material ihrer jeweiligen Inhaber.

