

## **Inhaber-geführte Kommunikationsagenturen haben in der Gunst der Kunden die Nase vorn**

Montag, den 13. Juni 2011 um 16:48 Uhr -

---

Die Agenturlandschaft im Bereich Marketing und PR ist vielfältig: Internationalen, branchenübergreifend tätigen Netzwerk-Agenturen stehen kleinere Spezialisten gegenüber, die sich häufig auf einen Themenbereich fokussieren. Dass kleine, inhabergeführte Kommunikationsagenturen ihren großen Konkurrenten in wichtigen Kategorien wie Kreativität und Effizienz überlegen sind, zeigt aktuell die Studie „agentur-images 2011“. Die Umfrage von Handelsblatt, der Fachzeitschrift absatzwirtschaft und der Innofact AG unter 366 Marketingentscheidern belegt den Branchentrend hin zu inhabergeführten Agenturen. „Kleinere Einheiten sind oftmals schneller und flexibler als die größere Konkurrenz“, ordnet Donata Schreiner, Geschäftsführerin von circlecomm, das Ergebnis ein.

Zudem könnten sie auf einen teuren Verwaltungsapparat verzichten – das spare Kosten. „Falls es das Projekt erforderlich macht, greift auch circlecomm auf ein Netzwerk unabhängiger Partnerunternehmen zurück“, führt Schreiner aus. Diese übernehmen Aufgaben wie grafische Bearbeitung, Marktforschung oder Medientraining. So könne sich jeder Netzwerkpartner auf seine Kernkompetenz konzentrieren. Abschließend weist Schreiner auf einen weiteren Vorteil kleinerer Agenturen hin: „Wenn circlecomm an einem Pitch teilnimmt, wird das Kreativkonzept von dem Team erstellt, das im Erfolgsfall auch für den Kunden zuständig ist. Der Kunde weiß also von Anfang an, mit wem er künftig zusammen arbeitet.“ (Quelle: [circlecomm](#) , Mühlital)