

Checkliste: «Zusammenarbeit mit einer Werbeagentur»

Auswahl der Werbeagentur

<input type="checkbox"/>	Bevor Sie ein Werbebüro oder eine Agentur kontaktieren, informieren Sie sich genau. Denn eine langfristige Zusammenarbeit ist erfolgreicher als ein ständiger Wechsel.
<input type="checkbox"/>	Allgemeine Kriterien: Standort, Agenturorganisation, Arbeitsweise, Sympathie, Grösse, Alter, Ruf, Kundenstruktur, Referenzen, Verbandsmitgliedschaft, Beispiele
<input type="checkbox"/>	Kompetenzen der Agentur: fachliche und soziale Kompetenzen, Erfahrungen generell und speziell in unserer Branche, Marketingverständnis, Kostenbewusstsein
<input type="checkbox"/>	Kreativität: Stil, Grafiken, generell visuelle und textliche Umsetzung
<input type="checkbox"/>	Kosten: Preise, Honoraransätze, Konditionen, Erfolgsorientierung

Inhalt des schriftlich formulierten Werbeauftrags (Briefing)

<input type="checkbox"/>	Formulieren Sie schriftlich, was Sie von der externen Partnerin erwarten. Je konkreter Sie den Auftrag umschreiben können, desto höher sind die Chancen für ein gutes Ergebnis, wie Sie es wünschen.
<input type="checkbox"/>	Beteiligte: Auftraggeber (auch beteiligte Entscheidungsträger und Koordinatoren), Auftragnehmer (auch hauptsächlich beteiligte Mitarbeiter, Informationen über den Auftraggeber wie Grösse, Branche, Stellung im Markt, Vergangenheitsentwicklung und Zukunftsabsichten, besondere Informationen).
<input type="checkbox"/>	Bestehende Konzepte: Marketingkonzept (Ziele, Strategien, Marketingmix usw.), Imagekonzept (auch Gestaltungsrichtlinien, die auf dem Corporate Design basieren wie Farben, Schrifttypen, Zeichen usw., Markenbild und dessen Richtlinien).
<input type="checkbox"/>	Werbeobjekt: Informationen über das Werbeobjekt wie Marke, Unternehmen, Produkte (Name, Bezeichnung, Eigenschaften, Nutzen für den Werbeempfänger), Stellung im Markt.
<input type="checkbox"/>	Werbeziele: Werbezzielgruppe, Wirkungsziele, zentrale Werbebotschaft, in der Branche übliche werbliche Gepflogenheiten, die unbedingt Bestandteil der zu entwerfenden Kampagne sein sollten (Teilnahme an bestimmten Messen, Werbegeschenke zu bestimmten Anlässen usw.).
<input type="checkbox"/>	Werbemedien und -mittel, Hauptwerbemittel und Werbemittel, die ausgeschlossen werden.
<input type="checkbox"/>	Werbeprodukt
<input type="checkbox"/>	Termine und Zeitpläne
<input type="checkbox"/>	Werbekontrolle: Kontrollmassstäbe, Ablaufkontrolle, Ergebniskontrolle

Bestandteile eines Agenturvertrages

<input type="checkbox"/>	Halten Sie die Form der Zusammenarbeit mit einem externen Werbepartner schriftlich fest. Ein Agenturvertrag enthält diese Punkte:
<input type="checkbox"/>	Beginn, Laufzeit, Verlängerungsmöglichkeit und Kündigungsfrist
<input type="checkbox"/>	Gesprächspartner, mit Funktion und Vollmachten
<input type="checkbox"/>	Werbeprodukt, Auftragsumfang
<input type="checkbox"/>	Leistungen wie Beratung, Kreation, Umsetzung, Werbemittelproduktion, Mediaplanung
<input type="checkbox"/>	Vereinbarung der Zusammenarbeit, regelmässige Sitzungen, Genehmigung von Kostenvorschlägen, Entwürfen, Gut-zum-Druck
<input type="checkbox"/>	Vergütung, Provision, Spesen
<input type="checkbox"/>	Verschwiegenheitspflichten
<input type="checkbox"/>	Veränderbarkeit einzelner Paragraphen
<input type="checkbox"/>	Urheberrechte und Nutzungsrechte

Wichtige Hinweise finden Sie auch auf der Website des Werbe-Branchenverbandes www.bsw.ch

ku – Führung von Kleinunternehmen

Herausgegeben von PostFinance in Zusammenarbeit mit KMU-HSG.