

PRESSEMITTEILUNG

Hochkonjunktur: Multimediadienstleister wachsen weiter und stellen ein

- T-Systems Multimedia Solutions bleibt die Nummer Eins
- Suche nach Fachkräften wird zum größten Problem

Düsseldorf, 24. April 2008. Die Umsätze der deutschen Internet- und Multimedia-Dienstleister sind 2007 durchschnittlich um 19 Prozent gestiegen. Das ist das wichtigste Ergebnis der Befragung zum New Media Service Ranking 2008, das der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V., Hightext iBusiness sowie die Fachzeitschriften Horizont und Werben & Verkaufen vorgelegt haben. Das Niveau des Mitarbeiterzuwachses lag demzufolge mit knapp 24 Prozent sogar noch über dem Umsatzwachstum. Nummer Eins des Rankings bleibt wie schon in den letzten Jahren T-Systems Multimedia Solutions, gefolgt von Pixelpark, die – nicht zuletzt aufgrund der Übernahme von Elephant Seven und XPlain – einen Platz aufgerückt sind. Einziger Wermutstropfen bleibt für die Dienstleisterszene die zunehmend schwierige Suche nach geeignetem Personal. Insgesamt haben sich mehr als 230 Agenturen und Dienstleister an der Umfrage beteiligt.

Die Auftragslage in der Digitalen Wirtschaft bewegt sich ungebrochen auf hohem Niveau. Mit durchschnittlich 19 Prozent Umsatzzuwachs haben die Dienstleister im zurückliegenden Jahr noch einmal das ohnehin sehr positive Ergebnis des Vorjahres übertroffen. Sie liegen damit nur unwesentlich unterhalb der eigenen Prognose, die bei 22 Prozent gelegen hatte. Übertroffen wurden allerdings die eigenen Planungen in Sachen Festanstellungen. Hier liegen die Unternehmen mit knapp 24 Prozent über der Vorhersage des letzten Jahres (18,4 Prozent). Als Treiber dieser Entwicklung haben sich vor allem die Top-30 des New Media Service Rankings (NMSR) entpuppt. Bei ihnen fiel das Mitarbeiterwachstum mit sagenhaften 30,7 Prozent noch wesentlich deutlicher aus, die Umsätze sind hier um 20,3 Prozent ebenfalls überdurchschnittlich gestiegen. Geht es nach den Einschätzungen der Befragten hält diese Entwicklung auch im laufenden Jahr weiter an. So rechnen die Unternehmen für 2008 mit Umsatzsteigerungen von durchschnittlich 21,2 Prozent. Die Mitarbeiterzahlen sollen noch einmal um 16,7 Prozent zulegen.

Fachkräfteproblem spitzt sich weiter zu

Wie schon im letzten Jahr von einigen Experten befürchtet, hat sich die Suche nach geeignetem Personal nicht entschärft. Im Gegenteil: Aus Sicht der Unternehmen hat sich das Problem sogar weiter verschärft. Zwar wird das Bildungsangebot der Hochschulen nach wie vor als Problem wahrgenommen, aus Sicht der Befragten scheint es sich hierbei allerdings nur um eine von mehreren Ursachen zu handeln. Als Indiz hierfür kann die Tatsache gewertet werden, dass die Kritik zumindest nicht zugenommen hat. Erfreulicherweise gilt das nicht für die Bereitschaft, auch ältere Mitarbeiter (über 45 Jahre) einzustellen. Noch nie war die Bereitschaft so groß wie anno 2008. „Das belegt, dass wir mit den Vorstößen maßgeschneiderte Qualifizierungsmaßnahmen über die Akademie der Digitalen Wirtschaft bereitzustellen, auf dem richtigen Weg sind“, so BVDW-Geschäftsführerin Tanja Feller.

Viel Bewegung in den Top Ten des New Media Service Rankings

Ein Blick in das aktuelle Ranking zeigt, dass sich in den Top Ten im Vergleich zum Vorjahr einiges getan hat. Ab Platz 2 finden sich nur Aufsteiger oder Neueinsteiger wie die Euroweb Internet GmbH, die zum ersten Mal teilgenommen hat und auf Platz 7 geführt wird. Von der Aufwärtsbewegung profitierte die Plan.Net Gruppe am stärksten und nimmt durch einen Sprung von Platz 7 nun den Rang hinter den beiden Spitzenreitern ein. Von den festen Größen des Rankings konnten in den TopTen Bassier, Bergmann und Kindler (14 auf 9) und imc information multimedia communication AG (15 auf 10) die meisten Plätze gut machen. Die Shooting Stars der Top 50 sind die nexum AG (56 auf 28) und mediascale (von 72 auf 41). Den prozentual größten Zuwachs konnte die Neue Digitale verbuchen. Nicht nur die Umsätze wuchsen hier um 90,4 Prozent im vergangenen Jahr, infolgedessen hat sich die Mitarbeiterzahl des Unternehmens sogar mehr als verdoppelt (104,7 Prozent).

Effizienz und Wachstum: Kennzeichen des Agenturzertifikats

Ein besonders gutes Ergebnis liefern die zertifizierten Agenturen. Lediglich zwei Agenturen haben jeweils einen Platz verloren, alle anderen der insgesamt 14 Full-Service-Agenturen haben Plätze gut gemacht. Einzige Ausnahme ist hier der Branchenprimus T-Systems MMS auf Platz 1. Besonders erfreulich ist, dass die Agenturen ihre Honorarumsätze durchschnittlich um 25 Prozent gegenüber 2006 steigern konnten. Der kernpunkt GmbH etwa gelang mit einem Zuwachs von 99,4 Prozent der Sprung unter die Top 100. denkwerk (von 17 auf 12), TWT Interactive (von 43 auf 33), New Identity (von 52 auf 44), Berger, Baader, Hermes (von 53 auf 46) oder KMF Werbung (von 71 auf 55) haben die positiven Effekte des Zertifikats nutzen können. Mit einem Pro-Kopf-Umsatz von 108.000,- Euro (Gesamtdurchschnitt 97.000,- Euro) belegt das Zertifikat zudem die Effizienz der Unternehmen.

Zwar haben einige Unternehmen in diesem Jahr nicht gemeldet oder wurden aufgrund fehlender oder unzureichender Testate nicht berücksichtigt, insgesamt aber haben fast drei Viertel (72 Prozent) der Agenturen und Dienstleister auch im Vorjahr am New Media Service Ranking teilgenommen. Unter den Top 100 liegt die Quote gar bei 83 Prozent. Das Ranking bleibt damit eine verlässliche Größe in der Studienlandschaft und liefert einzigartige Daten, die einen Langzeitvergleich ermöglichen. In Kürze werden die Branchenindikatoren zur langfristigen konjunkturellen und technologischen Entwicklung der Branche vorgelegt. Zum ersten Mal erlaubt die differenzierte Abfrage des Leistungskatalogs in diesem Jahr Subrankings zu einzelnen Schwerpunkten. Bei den Anwendungsbereichen sind dies vor allem die Bereiche E-Commerce und E-Marketing, auf die jeweils im Mittel 21 Prozent aller Honorarumsätze entfallen. Zudem hat die Abfrage des Leistungskatalogs dazu beigetragen, das Ranking wieder stärker an die Produktion interaktiver Medien zu koppeln, die mit Start des New Media Service Rankings im Fokus steht. Das Ranking beinhaltet daher ausschließlich Full-Service-Agenturen bzw. Dienstleister mit einem breiten Angebotspektrum. Um der Relevanz spezialisierter Anbieter im Bereich Online-Marketing in Zukunft besser gerecht werden zu können, wird derzeit in Abstimmung mit der Fachgruppe Performance Marketing im BVDW ein eigenes Online Marketing Services Ranking erarbeitet. Ziel ist es, das Ranking bei der online-marketing-düsseldorf im September 2008 zu präsentieren.

Das vollständige New Media Service Ranking finden Sie unter www.newmediaranking.de

Kontakt:

Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.
 Christiane Siwek
 Kaistraße 14, 40221 Düsseldorf
 Tel.: +49 (0)211 60 04 56 -24; Fax: -33
 mailto: siwek@bvdw.org

Presse:

Christoph Salzig, Pressesprecher
 Tel. +49 (0)211 60 04 56 -26, Fax: -33
 Mobil 0177 8 52 86 16
 mailto: salzig@bvdw.org

Über den BVDW:

Der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V. ist die Interessenvertretung aller am digitalen Wertschöpfungsprozess beteiligten Unternehmen.

Der BVDW steht im ständigen Dialog mit Politik, Öffentlichkeit und anderen Interessengruppen (Verbraucherorganisationen, andere Branchenverbände etc.), um ergebnisorientiert, praxisnah und effektiv die dynamische Entwicklung der Branche zu unterstützen.

Zudem bietet der BVDW ein Expertennetzwerk, das Unternehmen und Interessierten innerhalb wie außerhalb der Branche schnell und gezielt Antworten auf konkrete Fragestellungen rund um die Lösungen der Digitalen Wirtschaft liefert.

Der BVDW bietet ein umfangreiches Service- und Informationsportfolio für seine Mitgliedsunternehmen. Er hat sich zur Aufgabe gemacht, Effizienz und Nutzen digitaler Technologien transparent zu machen und so den Einsatz in der Gesamtwirtschaft, Gesellschaft und Administration zu fördern.

Über die Fachgruppe Agenturen:

Die Fachgruppe Agenturen ist die Interessenvertretung der Multimedia- und Internet-Agenturen im BVDW. Mitglieder sind Agenturen, deren Schwerpunkte in der Konzeption, Kreation, Kommunikation, Marketing, Media und der Produktion liegen.

Die Mitgliedsunternehmen sind eigenständige Unternehmen sowie Abteilungen klassischer Werbe- und Direktmarketingagenturen bzw. deren Tochterunternehmen.

Die Multimedia- und Internet-Agenturen können auf eine lange Tradition und eine entsprechende Kompetenz im BVDW vertrauen. Seit der Gründung im Jahre 1995 haben Vertreter aus dem Agenturbereich die wesentliche Ausrichtung des Verbandes geprägt.

Die Arbeit der Fachgruppe ist in Arbeitskreisen (AK) organisiert. Zur Zeit gibt es zwei Arbeitskreise, die sich mit den Themen Zukunftstrends bzw. Qualität beschäftigen.