



Pressemitteilung

Neue OWM-Broschüre: Agenturvergütungsmodelle

Die wichtigsten Vergütungssysteme für Marketing, Werbung und Media

Praktische Tipps und Informationen für die Zusammenarbeit von
Werbungtreibenden mit Agenturen

Berlin, den 15. Februar 2012

Das Spektrum von Werbe- und Mediaagenturen und deren Leistungen ist genauso vielfältig, wie die Modelle zu ihrer Vergütung. Für werbende Unternehmen ist es deshalb nicht immer leicht, eine angemessene Honorierungsform zu finden. Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM), die sich seit Jahren für eine faire und transparente Zusammenarbeit von Unternehmen und Agenturen einsetzt hat nun eine Broschüre heraus gegeben, die von Experten aus Mitgliedsunternehmen erstellt wurde: „Agenturvergütungsmodelle. Die wichtigsten Honorarmodelle für Leistungen von Agenturen und Beratungsunternehmen aus Marketing, Werbung und Media“.

„Wir möchten unseren Mitgliedern helfen, das richtige Agenturvergütungsmodell für sich zu finden und damit zu einer erfolgreichen Partnerschaft zwischen Agenturen und ihren Beratern beitragen“, sagt Geschäftsführer Joachim Schütz.

Auf insgesamt 25 Seiten werden in der Broschüre acht verschiedene Varianten der Vergütung mit ihren wichtigsten Elementen kurz und prägnant dargestellt sowie deren Vor- und Nachteile erklärt. Praktische Tipps sowie die Beantwortung der Fragen des „5-Punkte-Plans“ helfen, das richtige Modell für das eigene Unternehmen zu ermitteln. Schließlich geben die allgemeinen Grundsätze (Fairness, klare Spielregeln, schriftliche Fixierung und Transparenz) sowie vier „Best Practice Beispiele“ ganz konkrete Hilfestellung bei der Entscheidungsfindung.



Die Broschüre kann gegen eine Schutzgebühr von zehn Euro direkt von der OWM bezogen werden.

Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) ist der Verband der Werbung treibenden Unternehmen in Deutschland. Sie vertritt die Interessen ihrer mehr als 100 Mitgliedsunternehmen in allen relevanten Bereichen der Marketingkommunikation gegenüber Medien, Agenturen, Politik und in der Mediaforschung. Die OWM tritt für die Freiheit der Werbung ein und stellt Rahmenbedingungen sicher, die es ihren Mitgliedsunternehmen erlauben, Werbemaßnahmen so effizient und effektiv wie möglich durchführen zu können. Insgesamt investieren die Unternehmen des Verbandes mehr als 8,5 Milliarden Euro im Jahr für Kommunikation und Werbung.

Weitere Informationen:

K3 Presseagentur GmbH

Simone Lápossy

Ichoring 37b

82057 Icking

Tel: 08178. 99 76 - 71

Email: s.lapossy@k3presseagentur.de

Organisation Werbungtreibende im
Markenverband (OWM)

Isabel Matz

Mitgliederservice und Kommunikation

Unter den Linden 42

10117 Berlin

Tel: 030. 20 61 68 – 29

Email: I.Matz@owm.de