

## **Zum Thema: 3 Jahre Francis Drake Agenturnavigator**

**Hamburg, 26.09.2016 – Am 07.10.2016 ist die Unternehmensberatung Francis Drake Agenturnavigator 3 Jahre erfolgreich am Markt und hat sich als eine der führenden Pitchberatungen etabliert.**

Die beiden Gründer, Jörg Lüsebrink und Christian Niemeyer, sind stolz darauf, wieviele Kunden ihnen bereits ihr Vertrauen geschenkt haben. „Davon knapp 20% als einfacher oder mehrfacher Wiederholungstäter“, so die beiden Inhaber.

„Mit unserer herausragenden Agenturerfahrung verfügen wir über eine einzigartige Basis für die Einschätzung der Leistungsfähigkeit von Agenturen. Mit Agenturdarstellungen und -aufstellungen, Leistungsspektren und Kompetenzen sowie Agenturmodellen und Kostengefügen sind wir bestens vertraut. Nur wir wissen, wie Agenturen wirklich „ticken“. Damit heben wir uns deutlich von unseren Wettbewerbern ab und bieten unseren Kunden wertvolle Wissensvorteile als Basis für eine langjährige und erfolgreiche Zusammenarbeit mit einem perfekt passenden Partner an der Seite.“

Ein paar Zahlen aus den ersten 3 Jahren:

Mit 45 Mandaten konnte Francis Drake die im Businessplan vorgenommene Zahl von einem Mandat pro Monat sehr deutlich übertreffen.

Dabei teilen sich die Kunden in folgende Branchen auf:

- Banken / Versicherungen: 20%
- FMCG: 30%
- Industrie: 15%
- Spezial-Branchen: 35%

Die Marketing-Budgets haben sich dabei wie folgt verteilt:

- < 1 Mio. Euro: 25%
- 1 bis 10 Mio. Euro: 35%
- 10 bis 50 Mio. Euro: 30%
- > 50 Mio. Euro: 10%

Unter den gesuchten und gefundenen Agenturen waren 68% Spezialisten und 32% Generalisten. „Der Trend in Richtung Suche nach Spezialdienstleistern nimmt stetig zu, was zu immer mehr handverlesenen Agentur-Portfolios und zu mehr Beratungsbedarf in Sachen Agenturmodelle und Agenturmanagement-Systeme führt“, so Jörg Lüsebrink.

Besonders stolz sind die beiden Inhaber auch auf die folgende Expertise:

„Mit unserem aktuellen Mandat für JTI Japan Tobacco International, dem viertgrößten Tabakkonzern der Welt, und der Suche und Auswahl einer Digital-Agentur, komplettieren wir unsere Beratungs-Expertise für den Bereich der hochanspruchsvollen und

erklärungsbedürftige Produkte und Dienstleistungen", so Jörg Lüsebrink. Christian Niemeyer ergänzt: „Nach Aufgaben für die Wirtschaftliche Vereinigung Zucker (Suche und Auswahl einer PR-Agentur), die Nordzucker AG (Suche und Auswahl einer Digital-Agentur) und die Willms Fleisch GmbH (Suche und Auswahl einer Kreativ-Agentur), haben wir nun für die „Großen Drei“ auf diesem Gebiet - Zucker, Fleisch und Tabak - gearbeitet und bewiesen, dass auch bei extrem herausfordernden Anforderungen und einer nicht immer gewillten Agentur-Landschaft jederzeit ein perfekt passender Partner gefunden werden kann.“

Klares Statement der beiden Inhaber von Francis Drake zu dieser Thematik: „Es gibt immer die passende Agentur. Man muss Sie - mit entsprechender Marktkenntnis - nur finden. Und wenn man dann durch eine extrem transparente und von Anfang offene Kommunikation im gesamten Auswahlprozess noch Unklarheiten, Vorurteile, Ressentiments oder aber auch Wettbewerbsthemen ausräumt, kommen auf einmal wieder Agenturen ins Rennen, die eigentlich aufgrund ihrer Selbstwahrnehmung oder Haltung raus waren oder gewesen wären“.

Fazit: Erklärungsbedürftige Produkte oder Dienstleistungen? Kein Problem für Francis Drake!

Darüber hinaus zeichnen sich nach den Erfahrungen der beiden Inhaber eine ganze Reihe von Themen ab, die in Zukunft - jenseits aller fortschreitenden Ansprüche an Digitalität und Neue Medien - wieder eine wichtigere Rolle im Rahmen von Agenturauswahlprozessen spielen werden:

Da wäre - bis auf wenige zwingende Ausnahmen, wie z.B. im Bereich Healthcare - die grundsätzliche Verzichtbarkeit von einschlägiger Branchenkenntnis auf Agenturseite zu nennen. „Wir erleben immer häufiger, dass die Kunden Wert darauf legen, die beste Agentur im jeweiligen Bereich zu finden. Und nicht eine, die den Job des Kunden besser kann als er selbst“, so Jörg Lüsebrink.

„Erstaunlicher Weise entwickeln sich Prozess- und Projektmanagement wieder zu ganz starken Hygienefaktoren. Das ist keinesfalls mehr überall selbstverständliches Grundrauschen - was zu zufriedenen und vertrauensvollen Kunden und einer Konzentration auf die eigentlichen Herausforderungen führen sollte“, erläutert Christian Niemeyer. „Was wir da von Kundenseite immer wieder hören, lässt uns die Haare zu Berge stehen - wobei man aber auch ganz klar sagen muss, dass die Medaille immer zwei Seiten hat ...“

Jörg Lüsebrink: „Ganz wichtig in einem immer undurchschaubarer werdenden und diversifizierenden Markt werden klarere und transparentere Eigendarstellungen von Agenturen. Insbesondere an die nachvollziehbarere Darstellung von Cases werden zukünftig sehr hohe Anforderungen gestellt.“

Christian Niemeyer: „Sehr wichtig wird es auch, einem immer stärkeren Verfall der Agentur-Stundensätze entgegenzutreten. Budget-Optimierung kann nicht als pures Kostendrücker verstanden werden, sondern muss vielmehr qualitativ unterschiedliche und anspruchsvolle Gewerke entsprechend berücksichtigen. Hier wollen wir als Berater im Zusammenspiel mit allen Beteiligten - insbesondere auch dem Einkauf - unser Möglichstes tun, um einen rechtzeitigen Turnaround einzuleiten, bzw. den Trend aufzuhalten.“



**Über Francis Drake Agenturnavigator:**

Francis Drake stach im Oktober 2013 im Heimathafen Hamburg in See. Das Ziel: Marken und Unternehmen sicher durch die Untiefen der Auswahl und des Managements ihrer Agenturdienstleister zu navigieren. Die beiden Gründer, Christian Niemeyer und Jörg Lüsebrink, haben in zahlreichen deutschen und internationalen, inhabergeführten und Network-Agenturen und in der Agenturmanagement-Beratung gearbeitet und haben inzwischen Erfahrung und Kontakte aus mehr als 35 Jahren in der Agentur- und Kommunikationsbranche. Das Beratungsportfolio von Francis Drake reicht von der Agenturauswahl über das Agenturmanagement, Agenturverträge und -vergütung, regelmäßige Bewertung der Zusammenarbeit bis hin zum Prozess-Consulting.

Seit der Gründung konnten u.a. Kunden wie ARAG, Bonduelle, Burger King, DA Direkt, Greenpeace Energy, Hapag-Lloyd Kreuzfahrten, ING DiBa, Kodak alaris, Miles & More, Nordzucker, Pöppelmann, Saacke, Standard Life, Volkswagen und der WWF als Kunden gewonnen werden.

Hier geht's zur Homepage: <http://www.francisdrake-hh.com>

Francis Drake  
FDR Agenturnavigator GmbH

53° 33' N 10° 0' O

Haus der Seefahrt  
Hohe Brücke 1  
20459 Hamburg

Jörg Lüsebrink / [jl@francisdrake-hh.com](mailto:jl@francisdrake-hh.com)  
Christian Niemeyer / [cn@francisdrake-hh.com](mailto:cn@francisdrake-hh.com)

Fon +49 40 – 210 91 12 70  
Fax +49 40 – 210 91 12 88