

# WERBUNG & MARKT- KOMMUNIKATION IN WIEN

**DATEN ZUR AKTUELLEN SITUATION  
INKL. HONORARERHEBUNG 2018**



<b>VORWORT</b> .....	<b>03</b>	
<b>EINLEITUNG</b> .....	<b>04</b>	
<b>ERGEBNISSE STUDIE „HONORARERHEBUNG 2018“</b> .....	<b>08</b>	
Stundensätze Berufsgruppen. ....	09	
Konzeption, Beratung u. Ä. ....	11	
Textarbeiten Werbung .....	12	
Grafikdesign. ....	14	
Webdesign & Programmierung .....	21	
Suchmaschinenmarketing .....	23	
Online-Marketing .....	24	
Social Media Content. ....	25	
Public Relations .....	27	
Online Public Relations. ....	29	
Lobbying & Public Affairs .....	30	
Messe- & Ausstellungsdesign .....	32	
Eventkonzeption. ....	35	
Audiospots .....	37	
Video. ....	38	
<b>IMPRESSUM</b> .....	<b>40</b>	

**Autorenhinweis:**

**Studie:** IFES – Institut für empirische Sozialforschung,  
**Redaktion & Text:** Harald Hornacek, **Projektleitung:** Konrad Maric,  
Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien,  
Schwarzenbergplatz 14 | 1041 Wien



**KommR Konrad Maric**  
Obmann-Stv.



Kalkulation und Preis- bzw. Honorarbildung sind die entscheidenden Faktoren für den nachhaltigen Unternehmenserfolg. Die vorliegende Studie liefert interessante Daten zum Kommunikationsstandort Wien und gibt Aufschluss über die teilweise sehr unterschiedliche Leistungshonorierung der Unternehmen an diesem Kreativstandort.

Die Studie ist nicht als Empfehlung für eine individuelle Preisgestaltung zu verstehen. Sie soll lediglich als Orientierungshilfe dienen und den Mitgliedsbetrieben einen Vergleich ermöglichen, wie sie ihre Leistungen im Markt kalkulieren. In gewisser Weise ist diese Broschüre damit ein Routenplaner, ohne den Anspruch auf eine absolute Zielerreichung zu erheben: Zu welchem Preis Services angeboten werden, obliegt jedem Unternehmen selbst.

Gleichzeitig wollten wir mit dieser Studie einen Ist-Zustand erheben, indem wir die aktuelle wirtschaftliche Entwicklung, aber auch die wirtschaftliche und finanzielle Situation der Betriebe hinterfragt haben.

Besonders auffällig und in gewisser Weise auch bedenklich ist der stetige „Preisverfall“, der sich durch die Branche zieht. So liegt der aufgrund der Erhebung errechnete Schlüsselstundensatz mit 85 Euro (Medianwert) merkbar unter jenem der vergleichbaren Studie aus 2007. Auf den Punkt gebracht: Viele Selbstständige konnten in den letzten Jahren praktisch keine Entlohnungserhöhung (bei gleicher Leistung) verzeichnen – und dies bei nachhaltig steigenden Lebenshaltungskosten und teilweise guten KV-Abschlüssen für Angestellte. Damit hat sich ein teilweise massiver, realer Kaufkraftverlust eingestellt, den ich als Gefahr sehe: Es droht eine Prekarisierung in gewissen kreativen Berufsgruppen. Ich sehe es gleichermaßen als Herausforderung wie Auftrag für die Arbeit der Standesvertretung, hier entgegenzuwirken. Andererseits sei unserer Branche auch mehr Selbstbewusstsein ans Herz gelegt: Vor allem Unternehmerinnen, zeigt unsere neue Studie, könnten bei der Leistungsvereinbarung durchaus bestimmter und selbstbewusster auftreten.

Es ist mir ein persönliches Anliegen, jene Services, die unseren Mitgliedsbetrieben in der täglichen Arbeit eine Unterstützung sind, auszubauen und zu stärken. Mit gezielter Standespolitik – ein Wort, das heute wieder an Bedeutung gewinnen sollte – wollen wir erreichen, dass es Ihrem Unternehmen, gleich welcher Größenordnung, leichter fällt, sich im täglichen Wettbewerb zu behaupten – und dabei weder persönlich noch finanziell auf der Strecke zu bleiben.

Möge Ihnen diese Studie helfen, sich auf Ihrem Markt besser orientieren zu können!

Ihr Konrad Maric  
Obmann-Stv. Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien



Bleiben wir in Kontakt:  
Fragen und Anregungen gerne an: [konrad@maric.at](mailto:konrad@maric.at)

# EINLEITUNG

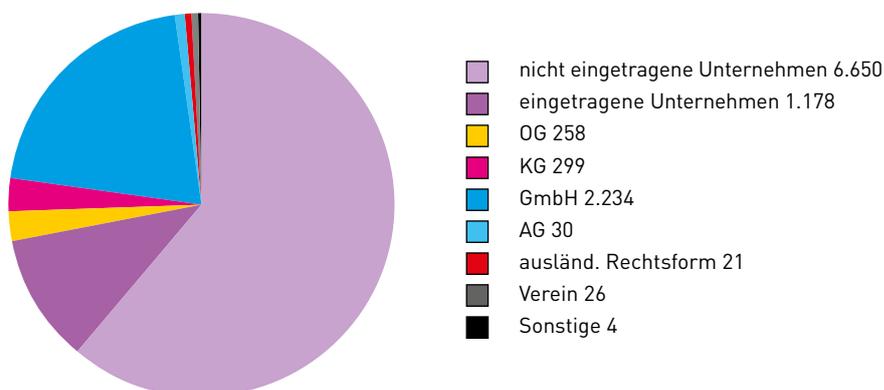
# 04

## WER SIND DIE UNTERNEHMEN DER FACHGRUPPE?

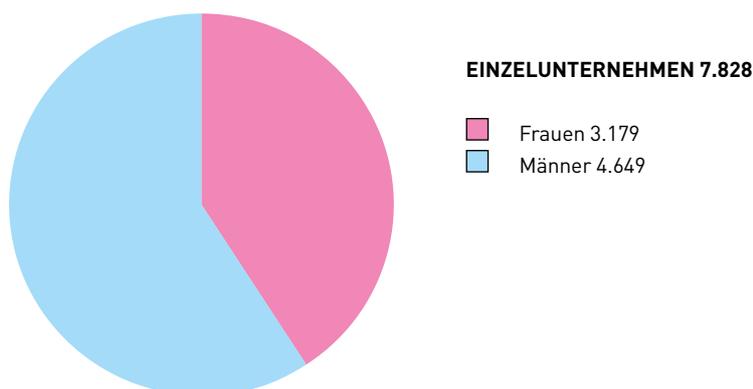
Die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien vertritt derzeit (30. Juni 2018) rund 10.800 Mitgliedsbetriebe. Der überwiegende Teil davon – rund 7.800 – sind Einzelunternehmen, rund 3.200 Unternehmen werden von Frauen geführt.

Die meisten der Betriebe, nämlich rund 6.650, sind keine eingetragenen Unternehmen, rund 1.200 Firmen sind protokolliert. Als OG sind rund 260 Unternehmen registriert, als KG knapp 300. Die Rechtsform der GmbH weisen rund 2.234 Betriebe der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation in Wien auf. Und sogar Aktiengesellschaften sind vertreten – 30 an der Zahl.

## RECHTSFORMEN DER UNTERNEHMEN DER FACHGRUPPE WERBUNG UND MARKTKOMMUNIKATION WIEN (31.12.2017)



## MÄNNLICH/WEIBLICH - GLIEDERUNG NACH DEM GESCHLECHT (31.12.2017)



## WIE ALT SIND SIE?

Ein Blick auf die Altersstruktur der Einzelunternehmerinnen und Einzelunternehmer der Fachgruppe zeigt, dass sich rund die Hälfte in einem Alter von 30 bis 54 Jahren befindet. Interessante „Ausreißer“ nach unten und oben gibt es auch: Zwei Unternehmerinnen bzw. Unternehmer sind zwischen 15 und 19 Jahre alt, zwei zwischen 85 und 89.

## WORIN BESTEHT DIE GEWERBLICHE TÄTIGKEIT?

Betrachtet man den Gewerbeschein, der mit der Ausübung der geschäftlichen Tätigkeit verbunden ist, sind die Werbeagenturen deutlich am stärksten vertreten: Sie stellen mit fast 5.000 Betrieben beinahe die Hälfte der Betriebe. Danach folgen rund 2.400 Unternehmen aus dem Bereich Werbegrafik-Design sowie rund 1.500 PR-Beratungsunternehmen. Die viertgrößte Gruppe stellen die Ankündigungsunternehmen mit rund 560 Betrieben dar.

## DIE GEWERBE-BERUFSGRUPPEN DER WERBUNG UND MARKTKOMMUNIKATION IN WIEN

ANZAHL DER BERUFSZWEIGMITGLIEDER Statistik 2. Quartal 2018 – Wien	INSGESAMT
Werbeagentur	4.968
Werbearchitekt	364
Werbegrafik-Designer	2.423
Ankündigungsunternehmen	564
Werbemittelverteiler	374
Public-Relations-Berater	1.493
Adressenverlage und Direktwerbeunternehmen	155
Markt- und Meinungsforschung	461
Werbetexter	183
Werbungsvertreter	137
Werbemittelhersteller	38
Event-Marketer	332
Multimedia-Agentur	348
Sponsoring-Agentur	25
<b>Summe</b>	<b>11.865</b>

Alle Daten stammen von der Wirtschaftskammer Wien.  
Stand: 30.06.2018

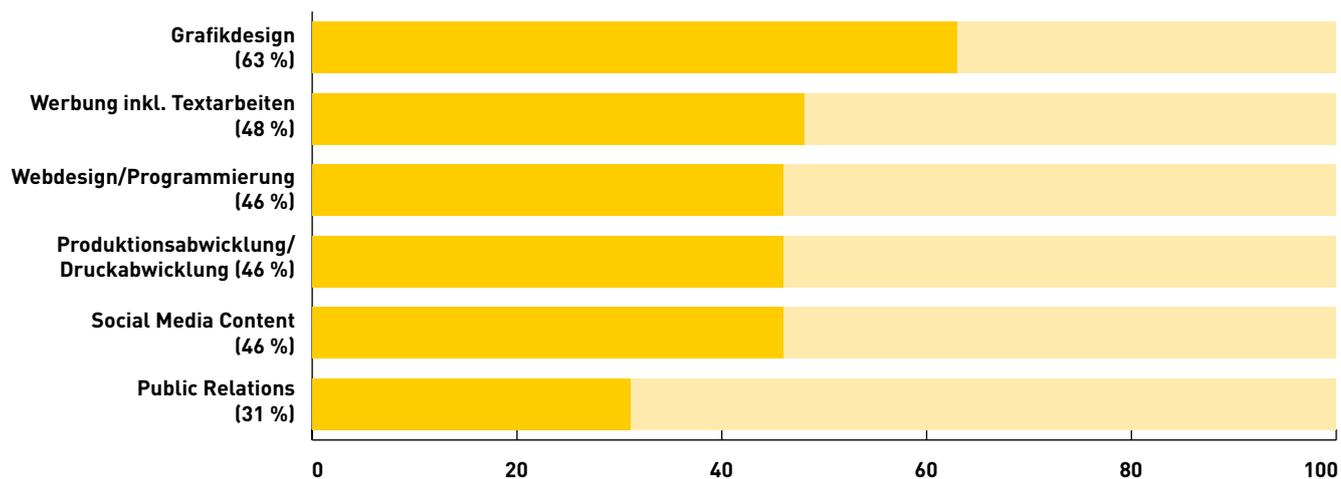
## AKTUELLE IFES-STUDIE 2018 BESTÄTIGT DAS BILD UND KONKRETISIERT DAS DIENSTLEISTUNGS-SPEKTRUM

In einer aktuellen Studie, die von IFES im Auftrag der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien durchgeführt wurde, zeigt sich ein ähnliches Bild.

In dieser IFES-Studie ordnen sich 43 Prozent der Befragten in die Bereiche Werbeagentur, Media-Agentur, Multimedia-Agentur ein. Mit 30 Prozent folgen Werbegrafik-Design sowie Webdesign. 15 Prozent entfallen auf PR-Beratung (PR-Agentur), Lobbying/Public Affairs.

Die Haupttätigkeiten dieser Unternehmen: Die drei wichtigsten Dienstleistungs-Bereiche sind dabei Grafikdesign (63 Prozent), Werbung inkl. Textarbeiten (48 Prozent) sowie Webdesign/Programmierung (46 Prozent). Auch Produktionsabwicklung/Druckabwicklung und Social Media Content werden von 46 Prozent angeboten.

### DIE KREATIVEN HAUPTLEISTUNGEN DER UNTERNEHMEN DER FACHGRUPPE WERBUNG UND MARKTKOMMUNIKATION SIND AUF EINEN BLICK:



### WARUM MAN UNTERNEHMERIN BZW. UNTERNEHMER WIRD

51 Prozent der Befragten geben den Wunsch nach Selbstständigkeit als Hauptgrund an, gefolgt von der Aussage, dass es „keine andere Möglichkeit gegeben“ habe (10 Prozent). Fast gleich viele geben an, die Selbstständigkeit sei ihnen „nahegelegt“ worden. In der Umfrage zeigt sich mit 66 Prozent ein sehr hoher Anteil von Ein-Personen-Unternehmen. 18 Prozent der Befragten geben 2–4 Mitarbeiter an. 45 Prozent sagen, dass sie über keine freien Mitarbeiter verfügen, während 25 Prozent 2–4 freie Mitarbeiter angeben. 96 Prozent der Unternehmen geben auch nur einen einzigen Standort an. 86 Prozent sind auch nicht Teil eines internationalen Netzwerks. Daraus folgt logischerweise auch der hohe Anteil an einer lokalen Führung (88 Prozent), während nur 12 Prozent international gesteuert werden.

## HOHER BILDUNGSSTANDARD

Auffällig ist der **hohe Anteil an Absolventinnen und Absolventen von Hochschulen**: Er beträgt in der IFES-Studie 43 Prozent.

## WIE VIELE KUNDEN

Insgesamt 58 Prozent der Befragten betreuen zwischen 2 und 10 Kunden im Rahmen ihrer Tätigkeit. Mehr als 20 Kunden betreuen lediglich 18 Prozent.

## WEITERE GESCHÄFTSENTWICKLUNG WIRD POSITIV GESEHEN

Die Einschätzung der weiteren Entwicklung in der Branche wird durchaus ambivalent gesehen. So meinen rund 45 Prozent der Befragten, ihre wirtschaftliche Lage sei (sehr) gut, aber rund ein Drittel spricht von einer mittelmäßigen Lage. Und 12 Prozent beurteilen ihre wirtschaftliche Lage mit eher/sehr schlecht. Ähnlich stellt sich auch der – wenn man so will – „Geschäftsklimaindex“ dar: 37 Prozent geben an, dass sich ihre wirtschaftliche Lage künftig verbessern werde, 46 gehen davon aus, dass sie gleich bleibt, und 6 Prozent meinen, es werde schlechter. Dennoch sehen insgesamt mehr als zwei Drittel der Befragten die künftige Marktlage sehr/eher optimistisch.

## UNTERNEHMENSSTRUKTUR: KLEIN- UND MITTELBETRIEBE DOMINIEREN

Mit insgesamt 56 Prozent befindet sich der Großteil der Wiener Betriebe in einem Umsatzsegment bis 50.000 Euro. Weitere 29 Prozent geben unter 150.000 Euro Jahresumsatz an, 13 Prozent bis zu 1 Million Euro, lediglich 8 Prozent der Befragten sprechen von mehr als 1 Million Euro Jahresumsatz.

## NUTZUNGSRECHTE UNTERSCHIEDLICH BEHANDELT

Eine interessante Detailauswertung ergibt sich aus der Frage nach der Verrechnung von Nutzungsrechten im Bereich Grafikdesign. Von den hier befragten Unternehmen geben 48 Prozent an, dass sie dies von Anfang an in ihr Honorar einrechnen. 24 Prozent verrechnen extra. 18 Prozent verrechnen hier leider gar nichts. (10 Prozent machten keine Angabe.) Gleichwohl wissen die Betriebe, dass das Thema Nutzungsrecht immer bedeutender wird: 64 Prozent sehen dies als eher/sehr wichtig an. 25 Prozent halten die Nutzungsrecht-Frage jedoch für eher nicht wichtig.

Diese Daten aus der IFES-Studie beziehen sich auf alle geführten Interviews.  
Befragungszeitraum: Frühjahr 2018.

# ERGEBNISSE

# 08

## IFES-STUDIE „HONORARERHEBUNG 2018“

Die im Folgenden angeführten Ergebnisse entstammen der Studie „Honorarerhebung 2018“, die vom IFES – Institut für empirische Sozialforschung GmbH im Auftrag der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien erstellt wurde.

<b>Thema:</b>	Honorarerhebung 2018
<b>Auftraggeber:</b>	Wirtschaftskammer Wien – FG Werbung und Marktkommunikation Wien
<b>Stichprobenumfang:</b>	557 Unternehmen, davon 404 vollständige Interviews
<b>Art der Befragung:</b>	Online-Interviews (CAWI)
<b>Befragungszeitraum:</b>	April/ Mai 2018
<b>Projektleiter:</b>	Mag. Nedeljko Beier, Dr. Reinhard Raml
<b>Projektassistenz:</b>	Lukas Schreder, MA
<b>Auswertung und Statistik:</b>	Mag. Anna Sophie Schiff

## WAS SIND QUARTILE UND DER MEDIANWERT?

Unterteilt man eine Verteilung/Ergebnisse in vier gleich große Abschnitte, spricht man von vier Quartilen. Das erste Quartil umfasst alle Werte, die kleiner als ein Viertel aller Werte sind. In der grafischen Anzeige entspricht die Fläche links der Quartilsgrenze 25 Prozent der Gesamtfläche, die von der Verteilung eingeschlossen wird. Die unteren beiden Quartile umfassen 50 Prozent aller Verteilungswerte. Der Quartilsabstand zwischen dem ersten und dem dritten Quartil gibt den Bereich an, in dem 50 Prozent aller Werte liegen, die um den Mittelwert herum verteilt sind. Dieser Mittelwert oder Median ist also gewissermaßen (vereinfacht gesagt) der Durchschnittswert, während das 25-Prozent-Quartil den unteren und das 75-Prozent-Quartil den oberen Bereich wiedergibt.

## WAS LÄSST SICH DARAUS ABLEITEN?

Die Ergebnisse spiegeln ein „Preisband“ von – bis wider (vereinfacht gesagt). Sie sind jedoch ausdrücklich keine Honorarempfehlungen oder Preislisten – sondern das Ergebnis einer unabhängigen Marktforschung. Dies lässt sich daran feststellen, dass die Intervalle der Preise oft sehr groß sind. Eine Preisgestaltung ist jedoch eine absolut individuelle Entscheidung, die auf umfassender Kalkulation der eigenen Leistung – insbesondere aufgrund der individuellen Festlegung eines persönlichen Stundensatzes, der wiederum von unternehmensspezifischen Faktoren abhängt – beruht. Die genaue Kalkulation der eigenen Leistung und eines individuellen Stundensatzes ist also ein wichtiger Faktor für den nachhaltigen unternehmerischen Erfolg. Insofern kann dieser Tabellenauszug eine Unterstützung in der Frage sein, wie gut oder schlecht man seine eigenen Leistungen – im Vergleich zum Durchschnitt – preislich positioniert.

# STUNDENSÄTZE BERUFSGRUPPEN

# 09

## WELCHE UNTERSTÜTZUNG IN DER PREISGESTALTUNG BIETET DIE FACHGRUPPE WERBUNG UND MARKTKOMMUNIKATION WIEN?

Zu diesem Thema hat die Fachgruppe eine umfassende Anleitung entwickelt, die Mitgliedsbetrieben kostenlos zur Verfügung steht. Das Video-Tutorial mit Handouts ist zu finden auf [videolearnings.werbungwien.at](http://videolearnings.werbungwien.at). In diesem Video-Tutorial erklärt Branchenexperte Harald Betke, seit vielen Jahren erfolgreicher Werbeunternehmer, auf einfache Art und Weise, wie man zu einer individuellen, sinnhaften Preisbildung für seine Dienst- und Kommunikationsleistungen gelangt. Dieses Video-Tutorial ist ausschließlich für Mitglieder der Fachgruppe zugänglich. Über wertvolle Praxisseminare zum Thema informiert der regelmäßige Newsletter der Fachgruppe (Bestellung unter: [werbung@wkw.at](mailto:werbung@wkw.at)).

- Wer einen günstigen Creative Director sucht, geht zu einem EPU. So könnte man das Ergebnis in dieser Kategorie auf den Punkt bringen.
- 85 Euro beträgt der durchschnittliche Stundensatz eines EPU-Creative-Directors, während dieser Wert bei Nicht-EPU's bei 120 Euro liegt.
- Juniorberater werden in der gesamten Berufsgruppe in einer Spanne zwischen 60 und 120 Euro abgerechnet, Seniorberater zwischen 80 und 150 Euro.
- Auffallend günstig sind Content-Redakteure zu bekommen: EPU verlangen im untersten Quartil 50 Euro in der Stunde. Hier sind offenbar viele Einsteiger im Markt. Arriviertere Kollegen verlangen im EPU-Bereich 100 Euro (oberstes Quartil).
- Auf einem ähnlichen Niveau befinden sich die Stundensätze von Grafikern, sowohl im Web wie auch in Print, über alle Kategorien: Hier könnte es auch eine Rolle spielen, dass Grafikdienstleistungen heute ohnedies sehr oft an Externe ausgelagert werden.



# STUNDENSÄTZE BERUFSGRUPPEN

# 10

	25%- QUARTIL	MEDIAN	75%- QUARTIL
<b>Creative Director</b>	70	100	130
EPU	60	85	120
Nicht-EPU	90	120	155
<b>Juniorberater</b>	60	90	120
EPU	50	80	100
Nicht-EPU	70	100	135
<b>Senior Berater</b>	80	100	150
EPU	60	90	120
Nicht-EPU	90	125	180
<b>Grafiker (Print)</b>	60	80	100
EPU	50	70	90
Nicht-EPU	70	90	120
<b>Grafiker (Web)</b>	60	80	100
EPU	50	70	95
Nicht-EPU	70	90	120
<b>Art Direktor</b>	65	90	120
EPU	60	80	100
Nicht-EPU	90	120	150
<b>Projektverantwortlicher</b>	65	90	120
EPU	60	80	115
Nicht-EPU	80	100	140
<b>Texter</b>	60	90	120
EPU	55	80	100
Nicht-EPU	70	95	120
<b>Social Media Redakteur</b>	60	85	115
EPU	50	75	100
Nicht-EPU	70	100	125
<b>Content Redakteur</b>	60	80	120
EPU	50	75	100
Nicht-EPU	70	100	130

Alle Angaben in Euro.

# KONZEPTION, BERATUNG

# 11

## UND ÄHNLICHE ALLGEMEINE LEISTUNGEN

- » In dieser Kategorie wurde nach den Stundensätzen für Konzeption, Beratung und allgemeine Leistungen gefragt. Mit einem durchschnittlichen Stundensatz von 85 Euro – bzw. 80 Euro bei EPU und 110 Euro bei Nicht-EPU – liegen die Honorarsätze, wenn man so will, auf ähnlichem Niveau wie dem eines Gewerbe- oder Handwerksbetriebs.
- » Erstaunlich sind jedoch die Unterschiede zwischen dem untersten und dem obersten Quartil: Hier betragen die günstigsten Stundensätze genau die Hälfte der teuersten Angebote. Ein Beleg dafür, wie unterschiedlich Honorare auch heute noch ausfallen können.

	25%- QUARTIL	MEDIAN	75%- QUARTIL
Stundensatz: Konzeption, Beratung und ähnliche allgemeine Leistungen	60	85	120
EPU	50	80	100
Nicht-EPU	75	110	150

Alle Angaben in Euro.



# TEXTARBEITEN WERBUNG

# 12

## VIELFÄLTIGE TEXTARBEITEN - UNTERSCHIEDLICHE HONORARSÄTZE.

- Im Schnitt kostet eine Stunde Text 90 Euro, wobei es bei EPU auch 60 (25-Prozent-Quartil) und bei Nicht-EPU 150 Euro sein können (75-Prozent-Quartil).
- Journalistische Texte weisen eine recht große Differenz auf. Während EPU hier schon mit 80 Euro pro Stunde kalkulieren, geht die Spanne bei Nicht-EPU bis zu 550 Euro hinauf. Im Schnitt werden 150 Euro pro Stunde verrechnet.
- Extreme Unterschiede zeigen sich bei der Erstellung eines Inseratencopys: Hier geben es EPU mitunter schon um 90 Euro, während bei Nicht-EPU der Stundensatz um mehr als das 10-Fache steigen kann – auf 960 Euro!
- Spannend auch die Kosten für die Entwicklung eines Slogans: Von 135 Euro (EPU) bis 4.500 Euro (Nicht-EPU) reicht das Preisband.
- Auch die Kreation eines Textes für einen Audio-Spot schlägt sich sehr unterschiedlich zu Buche und beträgt im Schnitt 500 Euro (EPU 25-Prozent-Quartil: 120 Euro; Nicht-EPU 75-Prozent-Quartil: 2.000 Euro).
- Weniger dramatische Unterschiede zeigen sich bei der Texterstellung für Internetwerbung pro Sujet: Von 100 bis 700 Euro reicht hier die Spanne.
- Bei Geschäftsberichten fallen laut IFES-Studie Kosten von 80 (EPU 25-Prozent-Quartil) bis 600 Euro (Nicht-EPU 75-Prozent-Quartil) an.

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
Text	70	90	120
EPU	60	80	120
Nicht-EPU	85	120	150
Journalistischer Text bzw. PR-Text allgemein pro A4/2000 Zeichen	100	150	300
EPU	80	150	275
Nicht-EPU	110	195	550
Ghostwriting A4	75	120	250
EPU	75	120	250
Nicht-EPU	80	120	250
Erstellung Text und Headline Flyer A4	120	200	500
EPU	100	150	300
Nicht-EPU	150	450	900

→ Bitte umblättern, die Tabelle wird auf der nächsten Seite weitergeführt.

Alle Angaben in Euro.

# TEXTARBEITEN WERBUNG

# 13

	25%- QUARTIL	MEDIAN	75%- QUARTIL
<b>Erstellung Text &amp; Headlines Geschäftsberichte und Broschüren pro A4</b>	100	180	500
EPU	80	150	300
Nicht-EPU	150	275	600
<b>Erstellung eines Inseratencopys</b>	100	200	500
EPU	90	165	275
Nicht-EPU	150	500	960
<b>Erstellung eines Inseratencopys inkl. Headline</b>	120	300	675
EPU	100	180	490
Nicht-EPU	165	500	1200
<b>Erstellung eines Plakatcopys inkl. Headline</b>	100	205	600
EPU	95	150	400
Nicht-EPU	165	550	1350
<b>Kreation eines Slogans</b>	200	1000	2000
EPU	135	550	1650
Nicht-EPU	600	1350	4500
<b>Entwicklung/Konzept Corp. Wording</b>	150	1000	2500
EPU	120	800	2000
Nicht-EPU	280	2000	4000
<b>Text Audio-Spot (TV, Web)</b>	120	500	1200
EPU	120	375	900
Nicht-EPU	185	900	2000
<b>Text Bewegtbild-Spot (TV, Web)</b>	120	500	1300
EPU	110	500	1000
Nicht-EPU	160	1000	2500
<b>Erstellung Text Direktmarketing/Directmail pro A4</b>	100	185	500
EPU	90	130	270
Nicht-EPU	140	425	800
<b>Text für Internetwerbung pro Sujet</b>	100	160	400
EPU	100	150	300
Nicht-EPU	120	200	700

Alle Angaben in Euro.

## TEILWEISE FASZINIERENDE PREISUNTERSCHIEDE ZEIGEN SICH IN DER KATEGORIE GRAFIKDESIGN.

- Während die günstigste Stunde in der Anzeigengestaltung bei einem EPU 135 Euro kostet, kann dieser Wert bei einem Nicht-EPU bis zu 1.000 Euro betragen.
- Noch dramatischer wird es in der Frage Anzeigengestaltung inklusive Copy (mit Text): Im Median kostet die Stunde 430 Euro. Bei einem EPU erhält man diese Leistung schon um 150 Euro, bei einem Nicht-EPU reicht die Preisspanne bis 1.800 Euro.
- Ebenfalls enorme Unterschiede zeigen sich in der Frage der Gestaltung eines Corporate Designs. Grundkonzepte kosten von 600 Euro (EPU, 25-Prozent-Quartil) bis 6.000 Euro (Nicht-EPU, 75-Prozent-Quartil) – somit Faktor 10 als Unterschied.
- Auch im Design Manual spielt der Faktor 10 mit: am günstigsten bei einem EPU um 500 Euro, bei einem Nicht-EPU bis zu 5.000 Euro.
- Bei Direktwerbung/Werbemittel zeigen sich die größten Unterschiede in der Konzeption: Auch hier liegt die Spanne zwischen 300 und 3.000 Euro. Betrachtet man dann die operativen Leistungen, so sind die Unterschiede zwischen dem günstigsten und dem teuersten Stundensatz zwar deutlich, aber nicht mehr so extrem – der Unterschied beträgt zumeist den Faktor 3–5.
- Im Schnitt gehen 10–15 Prozent der Kosten in Produktionsabwicklung und Mediaschaltung-Abwicklung. Hier sind kaum nennenswerte Unterschiede festzustellen.
- Bei der Erstellung einer Kundenzeitschrift/eines Magazins zeigen sich ebenfalls signifikante Unterschiede. Das Grundkonzept ist im Schnitt um 2.000 Euro zu bekommen, wobei EPU sich hier auch mit 520 Euro begnügen und Nicht-EPU bis zu 5.000 Euro verlangen. In den Bereichen Redaktion, Artdirektion oder Reinzeichnung pro Seite beträgt der Unterschied zwischen günstigstem und teuerstem Angebot im Schnitt 500 Prozent.
- Sehr deutliche Preisdifferenzen ergab auch die Frage nach den Kosten der Erstellung einer Imagebroschüre/Unternehmensdarstellung. Konzeptkosten betragen im Minimum 500 Euro und reichen bis 4.000 Euro. Die Konzeption einer Titelseite ist in einem Preisband von 200 Euro bis 1.900 Euro angesiedelt. Und die Redaktion einer Seite liegt zwischen 80 und 500 Euro.



## ANZEIGENGESTALTUNG

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
Anzeigengestaltung	150	300	800
EPU	135	300	600
Nicht-EPU	150	365	1000
Anzeigengestaltung exklusive Copy (mit Text)	125	300	600
EPU	100	250	450
Nicht-EPU	240	500	1000
Anzeigengestaltung inklusive Copy (mit Text)	200	430	1000
EPU	150	350	775
Nicht-EPU	300	800	1800

Alle Angaben in Euro.

## GESTALTUNG EINES CORPORATE DESIGNS

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
CD-Grundkonzept	800	2000	5000
EPU	600	1500	3800
Nicht-EPU	1330	3000	6000
Logo-Entwicklung	500	1200	2500
EPU	500	1000	2000
Nicht-EPU	800	1750	4000
Design Manual	500	1200	2750
EPU	500	1000	2000
Nicht-EPU	900	1900	5000
Geschäftssortenset (z. B. Briefpapier, Visitenkarten, Stempel etc.)	400	805	2000
EPU	300	600	1200
Nicht-EPU	600	1200	2500

Alle Angaben in Euro.

## DIREKTWERBUNG/WERBEMITTEL

	25%- QUARTIL	MEDIAN	75%- QUARTIL
Konzeption	300	800	2500
EPU	260	650	1500
Nicht-EPU	425	1500	3000
Anschreiben/Brief	120	250	500
EPU	100	200	500
Nicht-EPU	200	360	500
Response-Karte	100	245	400
EPU	100	200	400
Nicht-EPU	150	265	500
Flyer	200	360	700
EPU	200	300	500
Nicht-EPU	275	600	1450
Postwurfsendung (Basis A4)	200	360	750
EPU	155	300	600
Nicht-EPU	300	500	850
Werbemittel (z. B. Kugelschreiber, Feuerzeuge etc.)	100	175	300
EPU	95	150	300
Nicht-EPU	110	220	500
Roll-up	150	300	500
EPU	150	265	480
Nicht-EPU	200	400	750
Produktionsabwicklung	80	200	500
EPU	75	170	500
Nicht-EPU	100	300	1000
Konzeption eines Directmails	200	500	1000
EPU	150	375	750
Nicht-EPU	350	700	1500

Alle Angaben in Euro.

## DRAMATISCHE, FÜR AUFTRAGGEBER WOHL AUCH NICHT IMMER NACHVOLLZIEHBARE DIFFERENZEN ZEIGEN SICH IN DER FRAGE NACH DER KAMPAGNENKONZEPTION.



Am deutlichsten fällt der Unterschied in der Kategorie bis 500.000 Euro Etat aus: EPU verlangen dafür mindestens 1.000 Euro, Nicht-EPU bis zu 50.000 Euro. Im Schnitt sind rund 10.000 Euro an Konzeptionskosten für eine solche Kampagne einzuplanen.



Auch in der Erstellung eines Mediaplans über 150.000 Euro unterliegt einer enormen Bandbreite. Sie reicht von 500 Euro (günstigstes EPU) bis 10.000 Euro (teuerstes Nicht-EPU).



Fazit: In diesem Bereich sind Auftraggeber und Auftragnehmer besonders gefordert, einen gemeinsamen Nenner zu finden. Die Konkurrenzsituation ist hier so intensiv wie kaum in einer anderen Kategorie.

### WERBEKAMPAGNEN

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
<b>Kampagnenkonzeption regional bzw. klein (bis 50.000 Euro Etat)</b>			
EPU	1000	3800	7000
Nicht-EPU	700	3000	6000
	2500	5000	7500
<b>Kampagnenkonzeption (bis 150.000 Euro Etat)</b>			
EPU	2500	7000	13900
Nicht-EPU	1000	4000	10000
	5000	8900	15000
<b>Kampagnenkonzeption (bis 500.000 Euro Etat)</b>			
EPU	3000	10000	30000
Nicht-EPU	1000	4000	9000
	7000	15000	50000
<b>Kampagnenkonzeption (über 500.000 Euro Etat)</b>			
EPU	3500	10000	40000
Nicht-EPU	1000	4750	13000
	8000	20000	50000

→ Bitte umblättern, die Tabelle wird auf der nächsten Seite weitergeführt.

Alle Angaben in Euro.

## WERBEKAMPAGNEN

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
<b>Erstellung Mediaplan klein (bis 150.000 Euro)</b>	800	2000	5000
EPU	500	1000	2900
Nicht-EPU	2000	4000	5000
<b>Erstellung Mediaplan über 150.000 Euro</b>	600	3000	6500
EPU	500	1200	3000
Nicht-EPU	3500	5000	10000
<b>Produktionsabwicklung</b>	180	1000	6500
EPU	90	500	1750
Nicht-EPU	1000	1500	5000
<b>Mediaschaltung-Abwicklung</b>	400	1500	4500
EPU	300	800	2190
Nicht-EPU	1500	2000	5000

Alle Angaben in Euro.

## PROZENT DES BUDGETS FÜR ...

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
<b>Produktionsabwicklung</b>	10	10	20
EPU	10	15	25
Nicht-EPU	10	10	20
<b>Mediaschaltung-Abwicklung</b>	10	10	15
EPU	5	10	15
Nicht-EPU	10	10	20

Alle Angaben in Euro.

## ERSTELLUNG EINER KUNDENZEITSCHRIFT/EINES MAGAZINS

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
<b>Grundkonzept</b>	800	2000	3500
EPU	520	1200	3000
Nicht-EPU	1000	2500	5000
<b>Titelentwicklung</b>	400	800	1820
EPU	300	550	1000
Nicht-EPU	550	1000	2000
<b>Entwicklung einer Doppelseite innen</b>	180	350	750
EPU	180	300	500
Nicht-EPU	200	450	1000
<b>Entwicklung einer Doppelseite innen inkl. Grafik (1 Ausgabe)</b>	250	450	860
EPU	200	400	700
Nicht-EPU	250	500	1000
<b>Redaktion pro Seite inkl. Text</b>	100	200	400
EPU	100	200	340
Nicht-EPU	150	200	500

→ Bitte umblättern, die Tabelle wird auf der nächsten Seite weitergeführt.

Alle Angaben in Euro.

## ERSTELLUNG EINER KUNDENZEITSCHRIFT/EINES MAGAZINS

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
Artdirektion pro Seite	80	150	300
EPU	80	170	350
Nicht-EPU	80	150	300
Reinzeichnung pro Seite	60	90	300
EPU	60	90	300
Nicht-EPU	60	90	300

Alle Angaben in Euro.

## ERSTELLUNG EINER IMAGEBROSCHÜRE/UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
Konzept	600	1500	3000
EPU	500	1000	2000
Nicht-EPU	1000	2500	4000
Konzeption Titelseite	200	500	1000
EPU	200	400	800
Nicht-EPU	400	750	1900
Konzeption Doppelseite innen	200	330	720
EPU	200	300	600
Nicht-EPU	180	450	900
Konzeption Grafik für Titelseite	180	400	800
EPU	180	300	600
Nicht-EPU	180	475	1000
Konzeption Grafik für Doppelseite innen	200	400	800
EPU	200	300	600
Nicht-EPU	200	475	900
Redaktion pro Seite	100	245	420
EPU	80	175	300
Nicht-EPU	140	275	500

Alle Angaben in Euro.

# WEBDESIGN & PROGRAMMIERUNG

# 21

- »» In Zeiten zunehmender Nutzung sozialer Medien ist die Frage nach den Kosten einer Gestaltung von Websites überaus relevant. Eine Website mit 20 Pages ist zum Festpreis bei einem EPU schon um 1.900 Euro zu bekommen (25-Prozent-Quartil). Bei einem Nicht-EPU kann der Preis laut der Umfrage bis 15.000 Euro (75-Prozent-Quartil) hinaufschellen.
- »» Am auffälligsten sind die Unterschiede für das Abhalten eines Projektworkshops: Im Durchschnitt liegen die Kosten hier bei 1.000 Euro. Ausreißer nach oben (3.800 Euro maximal bei Nicht-EPU) und nach unten (425 Euro bei EPU) öffnen jedoch eine sehr breite Preisspanne.
- »» Auch bei der Gestaltung eines Webshops – gerade für kleinere Händler heute unerlässlich – zeigen sich sehr deutliche Preisunterschiede. Im Open-Source-Format erstellt, sind hierfür zwischen 500 (günstigster Preis EPU) und 10.000 Euro (oberster Preis Nicht-EPU) zu kalkulieren. Die durchwegs deutlich höheren Kosten, die bei einem Nicht-EPU anfallen, erhöhen auch den Durchschnittswert, der hier gesamt bei 2.750 Euro liegt.

	25-%-QUARTIL	MEDIAN	75-%-QUARTIL
<b>Website mit 20 Pages zum Festpreis (Design und Programmierung)</b>			
EPU	1900	3000	6000
Nicht-EPU	2700	6000	15000
<b>Programmierung eines HTML5-Banners</b>			
EPU	200	300	600
Nicht-EPU	250	450	800
<b>Webdesign: Grundkonzept – grafisch</b>			
EPU	550	1500	2500
Nicht-EPU	1150	2450	5000
<b>Webdesign: Konzeption Website (Struktur, Navigation, max. 20 Pages)</b>			
EPU	500	1200	4000
Nicht-EPU	1350	2750	5000
<b>Umsetzung Frontend in HTML5 je Template</b>			
EPU	300	750	1500
Nicht-EPU	600	1350	2250
<b>Programmierung Formular-Template</b>			
EPU	250	500	800
Nicht-EPU	400	600	1000

→ Bitte umblättern, die Tabelle wird auf der nächsten Seite weitergeführt.

Alle Angaben in Euro.

# WEBDESIGN & PROGRAMMIERUNG

# 22

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
Shop-System (Open Source)	550	2750	6000
EPU	500	1850	5000
Nicht-EPU	2000	3750	10000
Newsletter-System	240	690	1500
EPU	245	640	1500
Nicht-EPU	200	750	1500
Integration Video (progressive Download oder Streaming)	170	300	700
EPU	150	300	700
Nicht-EPU	200	350	800
Integration Redaktionssystem (Open Source)	500	1000	2500
EPU	200	1000	2400
Nicht-EPU	500	1800	4000
Webdesign: Projektworkshop	450	1000	2400
EPU	425	800	1500
Nicht-EPU	960	1350	3800

Alle Angaben in Euro.



# SUCHMASCHINEN- MARKETING UND -OPTIMIERUNG

# 23

- »» Viele Unternehmen sind bemüht, die Sichtbarkeit ihrer Produkte und Leistungen im Internet zu erhöhen. Aber auch Agenturen oder Beratungsunternehmen müssen „gefunden werden“, wollen sie Neukunden gewinnen.
- »» Die Preisspanne bei der Erstop Optimierung ist schlicht exorbitant: Sie reicht von 100 Euro (25-Prozent-Quartil EPU) bis zu 5.000 Euro (75-Prozent-Quartil Nicht-EPU).
- »» Im Suchmaschinenmarketing klafft die Lücke noch mehr auseinander: Das Preisband liegt hier zwischen 90 und 5.000 Euro.

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
Suchmaschinenmarketing	105	725	2000
EPU	90	500	1400
Nicht-EPU	500	1500	5000
Suchmaschinenoptimierung (SEO), Erstop Optimierung	125	600	1600
EPU	100	450	1000
Nicht-EPU	500	1350	5000

Alle Angaben in Euro.



## ONLINE-REDAKTION, BLOG(-BETREUUNG), SEO-TEXTE PRO SEITE - DIE NEUEN MEDIEN HABEN VIELSCHICHTIGE TEXTLEISTUNGEN IM NETZ MIT SICH GEBRACHT.

- In der Online-Redaktion trennen das günstigste Angebot und das teuerste Welten: 70 Euro (25-Prozent-Quartil EPU) stehen 1.000 Euro (75-Prozent-Quartil Nicht-EPU) gegenüber.
- In der Blogbetreuung pro Monat liegt die Bandbreite zwischen 225 Euro und 2.450 Euro.
- Texte für Website/Online-Marketing sind zwischen 90 und 1.000 Euro pro Seite zu erhalten.
- Bei immer wichtiger werdenden SEO-Texten sind pro Seite zwischen 75 und 600 Euro zu veranschlagen. Hier liegt der Mittelwert bei 150 Euro.

	25-%-QUARTIL	MEDIAN	75-%-QUARTIL
Online-Redaktion/Text pro 2500 Zeichen	100	300	600
EPU	70	130	400
Nicht-EPU	275	450	1000
Blogbetreuung pro Textbeitrag	75	110	350
EPU	70	100	300
Nicht-EPU	100	175	500
Blogbetreuung pro Monat	300	650	1500
EPU	225	400	1000
Nicht-EPU	600	1350	2450
Text für Website/Online-Marketing pro Seite	100	250	500
EPU	90	150	350
Nicht-EPU	200	400	1000
SEO-Text pro Seite	80	150	350
EPU	75	100	200
Nicht-EPU	100	300	600

Alle Angaben in Euro.

# SOCIAL MEDIA CONTENT

# 25

**IN DIESEM BEREICH FINDEN SICH TEILWEISE GROSSE UNTERSCHIEDE ZWISCHEN DEN ANBIETERN, DIE DURCHAUSS DEN FAKTOR 10 BETRAGEN.**

- So kostet die Erstellung einer Social-Media-Strategie zwischen 300 Euro (EPU, 25-Prozent-Quartil) und 4.500 Euro (Nicht-EPU, 75-Prozent-Quartil).
- Social-Media-Konzepte werden in einer Bandbreite von 500 bis 5.000 Euro angeboten, der Mittelwert liegt bei 1.500 Euro.
- Die redaktionelle Betreuung pro Monat und Kanal divergiert kostenseitig ebenfalls beträchtlich: Im unteren EPU-Bereich fallen 250 Euro an, im oberen Nicht-EPU-Bereich 3.250 Euro.
- Für die Konzeption einer Social-Media-Kampagne sind im Durchschnitt 1.500 Euro einzuplanen, wenngleich das Preisband hier zwischen 600 und 5.000 Euro liegt.

	25-%-QUARTIL	MEDIAN	75-%-QUARTIL
Social-Media-Strategie	500	1450	3000
EPU	300	1000	2500
Nicht-EPU	800	2000	4500
Social-Media-Konzept	590	1500	3250
EPU	500	1000	2800
Nicht-EPU	800	2000	5000
Guidelines	200	800	2000
EPU	100	600	1500
Nicht-EPU	500	1000	2500
Redaktionelle Betreuung pro Monat und Kanal	350	725	2000
EPU	250	475	1000
Nicht-EPU	600	1500	3250

→ Bitte umblättern, die Tabelle wird auf der nächsten Seite weitergeführt. Alle Angaben in Euro.

# SOCIAL MEDIA CONTENT

# 26

	25%- QUARTIL	MEDIAN	75%- QUARTIL
Erstellung von Content pro Beitrag	80	150	300
EPU	80	100	250
Nicht-EPU	110	200	400
Erstellung von Content pro Monat	310	600	1550
EPU	220	500	1000
Nicht-EPU	400	1250	2500
Erstellung eines professionellen Auftritts (z. B. Facebook)	400	1000	2400
EPU	300	1000	1500
Nicht-EPU	500	1500	3000
Konzeption einer Social-Media-Kampagne	700	1500	5000
EPU	600	1225	2750
Nicht-EPU	1000	2900	5000
Durchführung einer Social-Media-Kampagne (pro Monat)	500	1200	2500
EPU	350	1000	1800
Nicht-EPU	800	2000	3000

Alle Angaben in Euro.

## DIE ARBEITSLEISTUNGEN VON PR-AGENTUREN WERDEN LAUT DER IFES-STUDIE DURCHAUS UNTERSCHIEDLICH HONORIERT.

- Der größte Preisunterschied findet sich in der Kategorie „Presseaussendung auf Basis vorhandener Unterlagen“: Hier verrechnen EPU (25-Prozent-Quartil) mindestens 150 Euro, während Nicht-EPU bis zu 1.800 Euro (75-Prozent-Quartil) in Rechnung stellen.
- Weniger groß ist die Differenz, wenn es um die Abhaltung von Pressekonferenzen geht: Bei kleinen PK (bis 10 Teilnehmer) fallen zwischen 765 und 5.800 Euro an, bei großen PK (mehr als 10 Teilnehmer inkl. Einladung, Nachrufen, Nachversand) werden 1.200–7.500 Euro in Rechnung gestellt. Die Erstellung der Presseunterlagen wird separat verrechnet (Honorar zwischen 450 und 1.750 Euro).
- Interessant ist das Thema „Begleitung zu einem Journalistentermin“: Während günstige Angebote von EPU bei 120 Euro beginnen, verlangen die höherpreisigen Nicht-EPU schon einmal 1.500 Euro.
- Ganztägige Medientrainings werden in einer Preispalette von 800 bis 5.000 Euro angeboten.
- Als noch junge Disziplin hat sich das „Krisenhandbuch“ etabliert: Während Nicht-EPU (75-Prozent-Quartil) hier bis zu 6.000 Euro in Rechnung stellen, kommt man bei EPU (25-Prozent-Quartil) auch mit 500 Euro davon.

	25-%-QUARTIL	MEDIAN	75-%-QUARTIL
PR-Konzept	600	2000	5000
EPU	500	1550	5000
Nicht-EPU	1100	3000	6500
Kleine Pressekonferenz (bis 10 Journalisten inkl. Einladung, Nachrufen und Nachversand)	1000	2300	4250
EPU	765	1500	3880
Nicht-EPU	2000	3000	5800
Große Pressekonferenz (mehr als 10 Journalisten inkl. Einladung, Nachrufen und Nachversand)	2000	3600	6900
EPU	1200	3000	6000
Nicht-EPU	3000	5000	7500
Presseaussendung auf Basis vorhandener Unterlagen	250	700	1200
EPU	150	340	990
Nicht-EPU	1000	1350	1800
Presseaussendung mit Recherche	400	1000	1800
EPU	300	715	1200
Nicht-EPU	1200	1800	2500

→ Bitte umblättern, die Tabelle wird auf der nächsten Seite weitergeführt. Alle Angaben in Euro.

	25%- QUARTIL	MEDIAN	75%- QUARTIL
Erstellung der Presseunterlagen/Pressemappen	500	1000	1500
EPU	450	900	1500
Nicht-EPU	900	1100	1750
Briefing-Paper für eine PK	340	700	1200
EPU	220	500	1000
Nicht-EPU	700	1000	1500
Begleitung zu einem Journalistentermin	150	320	1000
EPU	120	250	400
Nicht-EPU	550	900	1500
Organisation einer Pressereise (exklusive externer Kosten)	1000	3000	5600
EPU	350	1500	4000
Nicht-EPU	3000	5000	6900
Medientraining – halbtags	500	1000	1600
EPU	400	725	1260
Nicht-EPU	1000	1600	3000
Medientraining – ganztags	960	1625	2800
EPU	800	1200	1800
Nicht-EPU	2100	3200	5000
Erstellung eines Krisenhandbuches	1000	2500	5000
EPU	500	1850	4000
Nicht-EPU	1750	3000	6000
Erstellung eines Presseverteilers	300	950	1500
EPU	175	350	1200
Nicht-EPU	1000	1250	2500
Organisation eines Medienevents	1000	3000	6000
EPU	900	2000	5000
Nicht-EPU	2250	3750	8750

Alle Angaben in Euro.

# ONLINE PUBLIC RELATIONS

# 29

**DURCH DIE ZUNEHMENDE BEDEUTUNG VON INFLUENCERN HAT SICH DAS BILD DER ONLINE PR IN DEN LETZTEN JAHREN GEWANDELT. ERSTMALS LIEGT NUN EINE AUFSTELLUNG ÜBER DIE ENTSPRECHENDEN KOSTEN VOR.**

- So werden Online-Konzepte im Median zu 1.500 Euro entwickelt. Die Spreizung beträgt hier minimal 475 und maximal 3.300 Euro.
- Influencer-Konzepte schlagen sich im Schnitt mit 1.800 Euro zu Buche. Während die günstigsten Angebote von EPU bei 500 Euro liegen, können die Preise bei Nicht-EPU auf 4.000 Euro klettern.
- Ähnliche Unterschiede zeigen sich auch bei der monatlichen Betreuung: EPU bieten diese Leistung ab 260 Euro an, bei Nicht-EPU können es 2.250 Euro sein.

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
Online-PR-Konzept	500	1500	2750
EPU	475	1350	2500
Nicht-EPU	1000	2000	3300
Influencer-Konzept	500	1800	2500
EPU	500	1650	2500
Nicht-EPU	500	2200	4000
Influencer-Betreuung pro Monat	450	1000	2000
EPU	260	1000	2000
Nicht-EPU	400	1250	2250
Erstellung und Betreuung eines Blogs/Mikroblogs pro Monat	400	1000	2000
EPU	400	910	1775
Nicht-EPU	425	1100	3000

Alle Angaben in Euro.

# LOBBYING & PUBLIC AFFAIRS

# 30

**IN DIESEM BEREICH OFFENBAREN SICH MITUNTER KOLOSSALE UNTERSCHIEDE.**

- So kostet ein Public-Affairs-Konzept sage und schreibe zwischen 90 Euro (25-Prozent-Quartil EPU) und 5.000 Euro (75-Prozent-Quartil Nicht-EPU) – wohl der größte Unterschied in der gesamten Befragung und kaum nachvollziehbar.
- Auch die Konzeption eines Positionspapiers unterscheidet sich um mehr als den Faktor 20: 90 Euro sind es beim günstigsten EPU-Angebot, 2.000 Euro maximal beim Nicht-EPU.
- Weiteres Beispiel: Die Erstellung eines Beziehungsnetzwerks. Hier spielen sich die Preise in einer Bandbreite von 100 bis 15.000 Euro ab.
- In anderen Bereichen in dieser Kategorie hingegen liegen die Preise nicht wirklich weit auseinander und lassen sich in der Regel wohl durch unterschiedlich hohe Personalkosten gut argumentieren.

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
Public-Affairs-Konzept	100	1700	5000
EPU	90	950	6500
Nicht-EPU	500	3000	5000
Beratung und Betreuung Seniorconsultant pro Stunde	85	150	225
EPU	80	110	200
Nicht-EPU	100	170	250
Beratung und Betreuung Juniorconsultant pro Stunde	70	100	120
EPU	70	80	100
Nicht-EPU	80	100	130
Terminvorbereitung und -begleitung pro Anlass	100	200	750
EPU	90	200	750
Nicht-EPU	100	275	1000

Alle Angaben in Euro.

# LOBBYING & PUBLIC AFFAIRS

# 31

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
PA-Briefing-Papier	100	200	1000
EPU	90	160	500
Nicht-EPU	100	500	1200
Positionspapier	100	500	1500
EPU	90	500	1200
Nicht-EPU	120	600	2000
Erstellung eines Beziehungsnetzwerkes	100	350	3750
EPU	100	190	1000
Nicht-EPU	100	8500	15000

Alle Angaben in Euro.



# MESSE- UND AUSSTELLUNGSDESIGN

# 32

**MESSEN GEHÖREN NACH WIE VOR ZU DEN BELIEBTESTEN PRÄSENTATIONSFORMATEN. IN DER IFES-UMFRAGE ZEIGEN SICH IN ALLEN DAMIT VERBUNDENEN KATEGORIEN TEILWEISE SEHR DEUTLICHE PREISUNTERSCHIEDE.**

- Dies beginnt beim Konzept eines kleinen Standardmodul-Messestandes (bis 15 m<sup>2</sup>), das im Medianwert zu 1.000 Euro erhältlich ist – jedoch in einer Bandbreite von 120 bis 2.000 Euro angeboten wird.
- In der Umsetzungscoordination verlangen die teuren Nicht-EPU das 10-Fache eines günstigen EPU (1.000 vs. 100 Euro).
- Bei großen Messeständen (über 40 m<sup>2</sup>) liegt die Konzeption in einem Preisband von 200 Euro (25-Prozent-Quartil EPU) bis 7.000 Euro (75-Prozent-Quartil Nicht-EPU).
- Hier weist auch die Umsetzungscoordination – von 200 Euro bis 9.000 Euro – sehr hohe Unterschiede auf.
- Bei individueller Bauweise zeigt sich ein noch deutlicherer Preisunterschied. Schon in der Konzeption liegt die Bandbreite bei einem kleinen Messestand hier zwischen 120 und 5.000 Euro.
- Bis 40 m<sup>2</sup> zeigen sich Kosten in einem Fenster von 500 bis 8.000 Euro.
- Hier reichen die Umsetzungskoordinationskosten von 80 bis 5.000 Euro.
- Am dramatischsten wird die Differenz laut IFES-Studie in der Frage der Umsetzungscoordination eines großen Messestandes: Während im 25-Prozent-Quartil (EPU) 50 Euro veranschlagt werden, sind es im 75-Prozent-Quartil (Nicht-EPU) 10.000 Euro. Dies ist der größte Unterschied in der gesamten Studie und weist ganz deutlich auf die sehr unterschiedliche Art der Kalkulation und des Pricings der Agenturen in diesem Bereich hin.

# MESSE- UND AUSSTELLUNGSDESIGN

# 33

## MESSE- UND AUSSTELLUNGSDESIGN MIT STANDARD-SYSTEMMODULEN INKL. AUFBAUBETREUUNG

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
<b>Messe/Ausstellung klein (bis 15 m<sup>2</sup>)</b>	400	2000	3500
EPU	400	1500	3500
Nicht-EPU	600	2800	3500
<b>Konzept/Entwurf</b>	225	1000	2000
EPU	120	1000	3000
Nicht-EPU	250	1100	2000
<b>Umsetzungscoordination</b>	100	625	1500
EPU	100	625	1500
Nicht-EPU	100	650	1000
<b>Messe/Ausstellung mittel (bis 40 m<sup>2</sup>)</b>	800	3000	5000
EPU	800	2000	4750
Nicht-EPU	850	4150	5000
<b>Konzept/Entwurf</b>	300	1700	3300
EPU	160	1250	4000
Nicht-EPU	500	2000	3300
<b>Umsetzungscoordination</b>	100	1000	3000
EPU	80	1000	2000
Nicht-EPU	150	1500	4000
<b>Messe/Ausstellung groß (größer als 40 m<sup>2</sup>)</b>	1000	3500	7750
EPU	625	2700	6000
Nicht-EPU	1200	5000	12000
<b>Konzept/Entwurf</b>	450	2750	6000
EPU	200	2400	6000
Nicht-EPU	600	3000	7000
<b>Umsetzungscoordination</b>	300	1000	5000
EPU	200	900	3000
Nicht-EPU	4000	4000	9000

Alle Angaben in Euro.

# MESSE- UND AUSSTELLUNGSDESIGN

# 34

## MESSE- UND AUSSTELLUNGSDESIGN MIT INDIVIDUELLER BAUWEISE INKL. AUFBAUBETREUUNG

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
<b>Messe/Ausstellung klein (bis 15 m<sup>2</sup>)</b>	135	1750	4650
EPU	120	1700	2800
Nicht-EPU	150	1750	5000
<b>Konzept/Entwurf</b>	200	1950	5000
EPU	120	1000	2000
Nicht-EPU	250	2700	5000
<b>Umsetzungscoordination</b>	90	1000	2500
EPU	90	400	1750
Nicht-EPU	110	1000	3000
<b>Messe/Ausstellung mittel (bis 40 m<sup>2</sup>)</b>	335	3500	6600
EPU	500	3150	6200
Nicht-EPU	170	3500	8000
<b>Konzept/Entwurf</b>	300	3000	6000
EPU	200	3000	6000
Nicht-EPU	1000	3500	7000
<b>Umsetzungscoordination</b>	80	1000	4000
EPU	80	1000	3500
Nicht-EPU	200	2000	5000
<b>Messe/Ausstellung groß (größer als 40 m<sup>2</sup>)</b>	130	3000	7750
EPU	120	2600	6000
Nicht-EPU	140	3500	8500
<b>Konzept/Entwurf</b>	120	4650	8000
EPU	110	4400	6500
Nicht-EPU	750	5250	10000
<b>Umsetzungscoordination</b>	50	1000	6000
EPU	50	1000	5000
Nicht-EPU	60	3225	10000

Alle Angaben in Euro.

# EVENTKONZEPTION UND DURCHFÜHRUNG

# 35

**EVENTS ZÄHLEN NATURGEMÄSS PERSONELL ZU DEN AUFWÄNDIGSTEN LEISTUNGEN, DIE AGENTUREN ERBRINGEN. DAHER IST ES NICHT VERWUNDERLICH, DASS HIER AUCH GROSSE PREISUNTERSCHIEDE BESTEHEN.**

- Für ein eintägiges Event sind laut Studie im Schnitt 2.000 Euro zu veranschlagen. EPU bieten diesen Service bereits um 800 Euro an, bei Nicht-EPU kann das Honorar auf 8.000 Euro steigen.
- Beim Eventkonzept liegen die Preise in einer großen Bandbreite von 1.000 bis 15.000 Euro.
- Die Konzeption eines Kongresses wird von den Befragten mit Kosten in Höhe von 400 (EPU 25-Prozent-Quartil) bis 4.750 Euro (75-Prozent-Quartil Nicht-EPU) angegeben. Für die Organisation eines Kongresses können zwischen 750 und 5.000 Euro veranschlagt werden.

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
<b>Eventorganisation – halber Tag/Abend</b>			
EPU	500	1500	3000
Nicht-EPU	500	1500	5000
<b>Eventorganisation – ganzer Tag</b>			
EPU	800	2000	5000
Nicht-EPU	800	2000	8000
<b>Eventkonzept (Firmen- bzw. Organisationsevent max. 500 Personen, max. 1 Tag)</b>			
EPU	1200	2500	5000
Nicht-EPU	1000	2100	3600
	1200	5000	15000

→ Bitte umblättern, die Tabelle wird auf der nächsten Seite weitergeführt.

Alle Angaben in Euro.

# EVENTKONZEPTION UND DURCHFÜHRUNG

# 36

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
<b>Eventberichterstattung kurz (2-3 Stunden)</b>	250	500	1000
EPU	250	500	800
Nicht-EPU	250	550	1500
<b>Eventberichterstattung lang (Tagesevent)</b>	400	875	1500
EPU	375	770	1100
Nicht-EPU	550	900	2250
<b>Kongresskonzeption</b>	700	2500	5000
EPU	400	1500	5000
Nicht-EPU	1100	2500	4750
<b>Konzeption Seminar/Tagung (Firmen- oder Organisationsevent)</b>	400	1500	3000
EPU	400	1350	3000
Nicht-EPU	300	1500	3000
<b>Seminarorganisation pro Tag</b>	550	1100	2800
EPU	400	1100	2400
Nicht-EPU	700	1250	3750
<b>Kongressorganisation (bis 250 Personen, 1 Tag)</b>	800	2500	5000
EPU	750	2350	3600
Nicht-EPU	1000	2750	5000

Alle Angaben in Euro.

# AUDIOSPOTS

- » Für die Konzeption von Audio-Spots (Radio, Web) fallen Kosten von 250 bis 2.400 Euro an. Selbst in der Gruppe der Nicht-EPU gibt es hier eine große Bandbreite, die von 400 Euro (25-Prozent-Quartil) bis 2.400 Euro (75-Prozent-Quartil) reicht.
- » In der Produktionsbetreuung/-abwicklung gilt ein Median-Wert von rund 360 Euro. Am günstigsten geben es hier erneut EPU ab 120 Euro, am teuersten sind Nicht-EPU mit Sätzen bis zu 1.000 Euro.

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
Konzeption Audio-Spot (Radio, Web)	270	800	1800
EPU	250	500	1000
Nicht-EPU	400	1200	2400
Produktionsbetreuung/-abwicklung Audio-Spot (Radio, Web)	150	360	750
EPU	120	275	540
Nicht-EPU	165	500	1000

Alle Angaben in Euro.



## IN ZEITEN VON YOUTUBE UND CO. SIND BEWEGTBILDER UNERLÄSSLICHE FIRMENDARSTELLUNGEN GEWORDEN.

- In der Konzeption von Unternehmensfilmen bzw. -dokumentationen zeigen sich beträchtliche Preisunterschiede. Günstige EPU-Angebote liegen bei rund 500 Euro, Nicht-EPU verlangen im oberen Bereich 4.000 Euro. Der Median-Wert liegt bei 1.500 Euro.
- Ein Drehbuch für einen Unternehmensfilm ist laut IFES-Studie zu einem Honorar von 900 Euro (EPU 25-Prozent-Quartil) bis 4.500 Euro (Nicht-EPU 75-Prozent-Quartil) zu erhalten.
- Deutliche Unterschiede zeigen sich in den Herstellungskosten (ohne Kamerakosten) für ein ein- bis dreiminütiges Webvideo: Diese liegen bei den günstigen EPU bei rund 425 Euro, bei den Nicht-EPU hingegen bei bis zu 5.000 Euro.
- Auch in der Konzeption von Bewegtbild-Spots für TV oder Web zeigt sich mit einer Preisspanne von 600 Euro (EPU 25-Prozent-Quartil) bis 5.000 Euro (Nicht-EPU 75-Prozent-Quartil) ein großer Spielraum.

	25-%-QUARTIL	MEDIAN	75-%-QUARTIL
Konzept Unternehmensfilm bzw. -dokumentation	700	1500	4000
EPU	500	1000	3000
Nicht-EPU	1000	2500	4000
Drehbuch Unternehmensfilm	1000	2000	4000
EPU	900	1750	3000
Nicht-EPU	1000	2200	4500
Herstellungsbetreuung bei Dreh/Schnitt außer Haus	500	1000	1800
EPU	300	800	1000
Nicht-EPU	790	1350	2000
Schnitt/Videobearbeitung für 1/2 Tag	300	500	1000
EPU	240	400	600
Nicht-EPU	400	800	1000
Konzept Webvideo 1–3 Minuten	400	1000	3000
EPU	400	800	2000
Nicht-EPU	500	1500	3000

→ Bitte umblättern, die Tabelle wird auf der nächsten Seite weitergeführt.

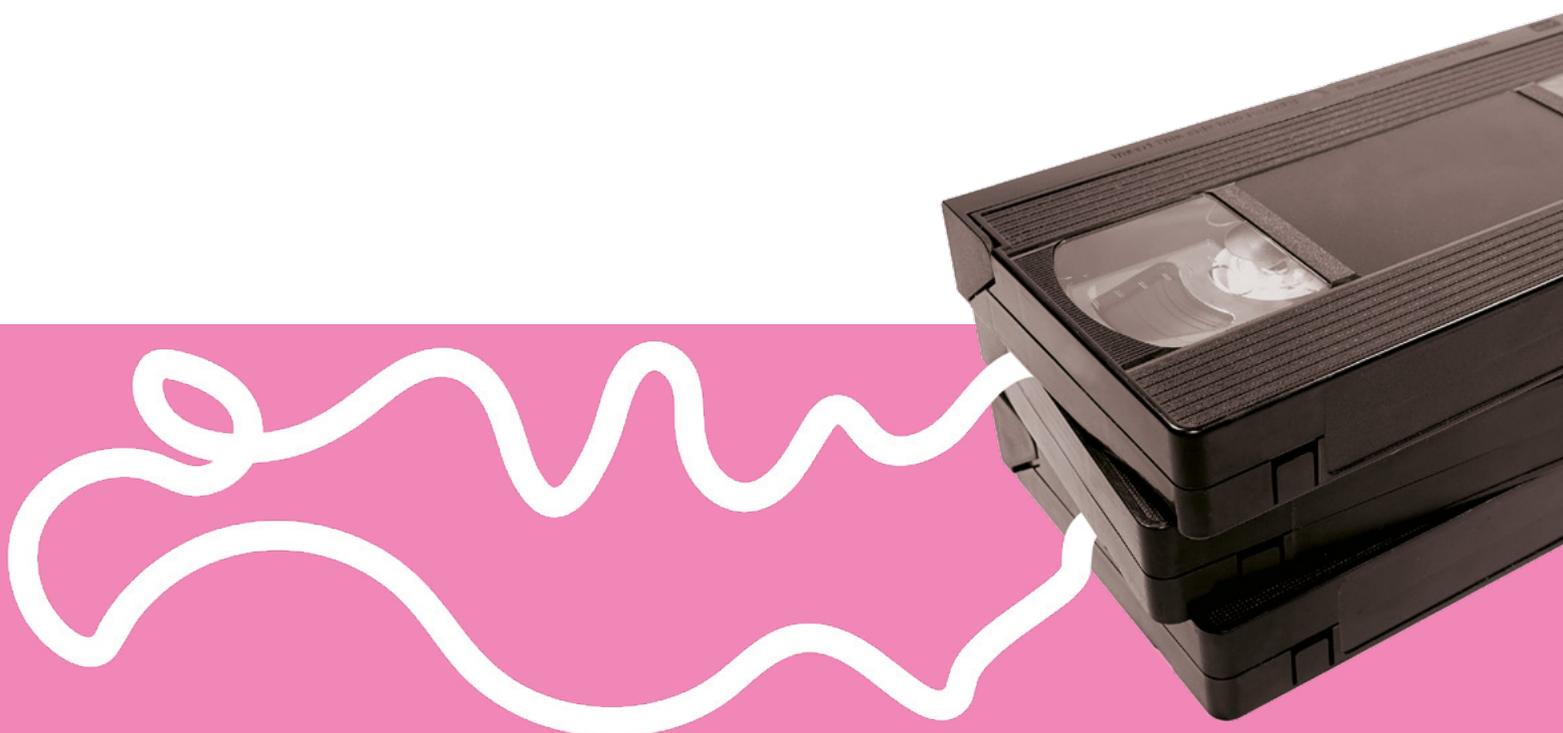
Alle Angaben in Euro.

# VIDEO

# 39

	25-%- QUARTIL	MEDIAN	75-%- QUARTIL
Herstellung Webvideo 1-3 Minuten (ohne Kamerakosten)	500	1500	4000
EPU	425	1000	3000
Nicht-EPU	1000	2400	5000
Konzeption Bewegtbild-Spot (TV, Web)	1000	2000	5000
EPU	600	1200	4000
Nicht-EPU	1500	2750	5000
Produktionsbetreuung/-abwicklung Bewegtbild-Spot (TV, Web)	800	1000	2500
EPU	600	800	2400
Nicht-EPU	900	1250	3750

Alle Angaben in Euro.



# IMPRESSUM

Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien  
Schwarzenbergplatz 14 | 1041 Wien

**T:** +43 1/514 50-3512

**E:** werbungwien@wkw.at

**W:** wko.at/wien/werbung

**W:** werbungwien.at

**Projektleitung:** Konrad Maric

**Studie:** IFES – Institut für empirische Sozialforschung GmbH im  
Auftrag der Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation Wien

**Redaktion & Text:** Harald Hornacek

**Design:** Identum Communications, 1080 Wien

**Stand:** 10/2018

Aus Gründen der leichteren Lesbarkeit wurde bei den verwendeten Begriffen,  
Bezeichnungen und Funktionstitel zum Teil auf eine geschlechtsspezifische  
Bezeichnung verzichtet. Selbstverständlich sind immer beide Geschlechter gemeint.

