

CORONAVIRUS

INFO-SERVICE FÜR BETRIEBE



Werbung und Marktkommunikation - Oberösterreich

Werbeagentur

Tätigkeitsprofil von Kommunikations- bzw. Kreativagenturen

Gewerbewortlaut entsprechend der Bundeseinheitlichen Liste der freien Gewerbe: **Werbeagentur, Erzeugung von Werbemitteln, Sponsoring-Agentur, Werbungsvertreter**

Alternative Bezeichnungen

Agentur für Marktkommunikation, Full-Service-Agentur, Kommunikationsagentur, Kreativagentur, Marketingagentur, Mediaagentur

Definition

Werbeagenturen erbringen umfassende Leistungen (Full Service) für die Marktkommunikation von Unternehmen und Organisationen und können als Generalunternehmen auch für die Lieferungen und Leistungen Dritter verantwortlich sein.

Der Leistungsumfang der Werbeagentur reicht von Strategieentwicklung, Kreation und Produktion über (Media-)Planung und laufende Beratung bis zur Erfolgskontrolle im Sinne der effizienten Erreichung vereinbarter Kommunikationsziele.

Zur Leistungserbringung setzen Kommunikationsagenturen Teams angestellter Mitarbeiter und/oder Netzwerke gewerblicher Subunternehmen unterschiedlicher Branchen ein.

Haupttätigkeiten

Beratung und Konzeption, insbesondere Entwicklung von Marketing- und Kommunikationsstrategien, Corporate-Identity- und Corporate-Design-Projekten, Web-Auftritten, POS-Aktionen und Promotions; Sponsoring; strategische Markenführung; Begleitung von Innovationsprozessen.

Kreation, insbesondere Ideenfindung, Texte und Designs für webbasierende, digitale und analoge Medien aller Art.

Auswahl und Einkauf von Medien, insbesondere zielgruppenspezifische Schaltpläne für Internet, TV, Radio, Printmedien und Außenwerbung sowie deren Umsetzung inkl. Qualitätskontrolle und Abrechnung, teilweise mit Vorfinanzierung.

Umsetzung, Herstellung, Verteilung, insbesondere Auswahl und Beauftragung von Medien und Subunternehmen einschließlich der Vorfinanzierung (Delkredere) sowie Qualitäts- und Erfolgskontrolle.

Nebentätigkeiten

In Zusammenarbeit mit qualifizierten Partnern: Markt- und Konkurrenzanalysen; Pretests für Werbemittel; Werbeerfolgskontrolle; Abstimmung und Koordination aller Kommunikationsinstrumente und -maßnahmen in den Bereichen Internet, Mediawerbung, Promotion, Direktmarketing, Public Relations, Content-Management, Sponsoring, Events.

Reihung der Leistungsfelder (1., 2. und 3. nach Bedeutung im jeweiligen Berufsbild)		
1. Beratung & Planung	2. Kreation & Design	3. Organisation & Produktion

Stand: 03.12.2019