

new business

27.1.03

Infodienst für Werbung Marketing und Medien - Nr. 5/03



Rita Kühner-Przewosnik

6 E-Plus bleibt in der BBDO-Gruppe

18 Oscar Weil will neue Agentur für 'abrazo'

19 Fünf im Pitch um Mini-Direktmarketing

26 Media-Analyse im Überblick

27 Springer plant Frauentitel für Frankreich

27 TV-Format für Bohlen

28 'auf einen Blick' mit frischem Outfit

18 ENERGIE-VERSORGER
Bewag zurück zu Dorland

Neue Kommunikationschefin Kühner-Przewosnik (Foto l.) vergibt Gesamtetat an Dorland. Bisher von Dorland betreuter EnBW-Etat jetzt ohne Agentur

4 BAUKNECHT
Pitch oder H2E übernimmt alles

Mit BMZ praktisch auseinander, schwankt Bauknecht zwischen 2 Möglichkeiten: Pitch oder auch Klassik für H2E, die Below-the-Line-Agentur

26 AOL TIME WARNER
Buchgeschäft zum Verkauf

Mehrere Medienkonzerne, darunter Bertelsmann und Holtzbrinck, zeigen Interesse an der Buchsparte von AOL Time Warner

30 PREMIERE
Mehr Werbung im Pay-TV

Der Pay-TV-Anbieter Premiere gibt seinen analogen Sat-Transponder an 'sonnenklar.tv' ab und nimmt mehr Werbung ins Programm

4 BBDO
Vier Führer weg

BBDO-Chef Rainer Zimmermann räumt seinen Nachfolgern Kemper und v. Lobenstein die dicksten Brocken weg und entlässt die gesamte Führung von BBDO Düsseldorf



Rainer Zimmermann

New Business Verlag • Fon 040-609009-0 • Fax 040-609009-77 • www.new-business.de



Geschützte Ideen bleiben *Ihr* Eigentum!
DER TITELSCHUTZ ANZEIGER

**Deutschlands führendes
Spezialmedium für Titelschutz**

nach § 5 Ab. 3 Markengesetz

Alle vier Wochen mit
„DER SOFTWARE TITEL“

www.titelschutzanzeiger.de

Leseprobe & Mediaunterlagen: Fax 040/570 09-300

GALIZIA GROUP

„Synthese aus Freelancer-Börse und klassischer Agentur: aus beiden Welten das Beste“

In harten Zeiten wie diesen kämpft jede Multimedia-Agentur um Kunden und ihre Existenz. Oft geht damit ein massiver Stellenabbau einher (s. Pixelpark). Viele Internet-Firmen schließen sich anderen Agenturen oder Agentur-Netzwerken an, wie beispielsweise im vergangenen Jahr a.f.i.m., die bei TBWA Unterschlupf fand und jetzt unter Digerati firmiert (nb 27/02) oder Concept, die nun zur OgilvyOne (WPP-Werbekohlung) gehört und unter der Marke OgilvyInteractive läuft (nb 04/02). Jüngst fusionierten Elephant Seven und digital advertising (nb 1-2/03).

Einen neuen Weg bestreitet die im Oktober 2002 gegründete **Galizia Group AG**, die die Fortführung des E-Lancer Netzwerks 'Galizia a new sight' ist. In ihr vereinen sich rund 40 freie Multimedia-Spezialisten, die u.a. aus den untergegangenen Agenturen Kabel New Media oder PopNet stammen. Die Galizia Group AG wird von den zwei Vorständen **Domenico Galizia** (Creation) und **Christoph Lemmen** (Business) geführt. Ihnen zur Seite stehen die Manager **Roger Knepeck** (Strategie & Konzept) und **Sven Janssen** (IT). Sie stellen Projekt-Teams zusammen, deren Mitarbeiter im Gegensatz zu den klassischen Agenturen nicht fest angestellt sind, sondern ausschließlich freiberuflich arbeiten und flexibel nach Anforderungen des jeweiligen Auftrags engagiert werden. 'new business' sprach mit Domenico Galizia, 26, der früher als freier Berater und Art Director u.a. bei Kabel New Media gearbeitet und die E-Lancer-Gruppe Anfang 2001 gegründet hat (www.galizia.de).

nb: Warum haben Sie sich gerade jetzt entschlossen, eine AG zu gründen?

Galizia: In erster Linie wollten wir uns mit unseren Mitbewerbern - den Top 10 der deutschen Internetagenturen wie beispielsweise Scholz & Volkmer oder SinnerSchrader - vergleichbar machen. Diese Professionalisierung wurde von unseren Kunden sehr positiv aufgenommen. Dass es sich bei einer Firmengründung in so schweren wirtschaftlichen Zeiten um einen gewagten

Schritt handelt, ist klar. Andererseits grenzen wir uns gerade durch dieses antizyklische Vorgehen ganz bewusst von sonst am Agenturmarkt üblichen Verhaltensmustern ab. Für die weitere Entwicklung sind wir aufgrund unseres besonderen Geschäftsmodells mit äußerst geringen Fixkosten sehr optimistisch.

nb: Welche Vorteile ergeben sich für den Auftraggeber, wenn er auf E-Lancer - statt auf eine Agentur - zurückgreift? Ist eine langjährige persönliche Betreuung überhaupt möglich? Wie groß ist die Fluktuation in Ihrem Netzwerk?

Galizia: Der große Vorteil gegenüber einer herkömmlichen Internet-Agentur sind unsere - bei vergleichbarer



Domenico Galizia, Christoph Lemmen (v.l.)

Kompetenz und Qualität - deutlich geringeren Kosten. Durch den ausschließlichen Einsatz von Freiberuflern - den E-Lancern - sind unsere Fixkosten nämlich auf ein Minimum reduziert. Diesen Kostenvorteil geben wir gern an unsere Kunden weiter. Außerdem sind unsere E-Lancer gewohnt, mobil zu arbeiten. Das heißt auch ein Einsatz beim Kunden vor Ort ist problemlos realisierbar. Dies kann natürlich gerade bei Projekten mit einer knappen Timeline sehr effizient

sein. Unsere Fluktuation ist nicht höher oder niedriger als bei Agenturen mit konventionellem Beschäftigungsmodell.

nb: Wie viele Mitarbeiter sind fest bei der AG beschäftigt?

Galizia: Es gibt drei fest angestellte Mitarbeiter: Christoph Lemmen, einen Auszubildenden und mich.

nb: Warum liegt Ihrer Meinung nach die Zukunft der Multimedia-Branche im E-Lancing? Und wenn das so ist, warum gibt es nicht mehrere solcher Netzwerke?

Galizia: Die meisten Multimedia-Firmen haben es weder in der Boomzeit der Jahre 1999/2000 noch in der Konsolidierungsphase der Jahre 2001/2002 geschafft, schwarze Zahlen zu schreiben. Das zeigt, dass dort anscheinend ganz grundlegend etwas am

Geschäftsmodell nicht stimmt. Die Galizia Group ist die Synthese aus Freelancer-Börse und klassischer Agentur: aus beiden Welten das Beste. Im Moment sind wir unseres Wissens im deutschsprachigen Raum in der Tat noch einzigartig. Wir sind jedoch der Überzeugung, dass wir nur die ersten sind, die diesen Weg gehen; uns werden sicher viele folgen.

nb: Gibt es neue Kunden? Welche Projekte wurden für die bereits bestehenden drei Kunden umgesetzt?

Galizia: Es gibt aktuell zwei ganz neue Kunden, die wir leider noch nicht kommunizieren können. Für unseren Kunden Philip Morris verantworten wir die Intranetstrategie. Für die Sun and Fun Sportreisen GmbH haben wir ein führendes Reiseportal mit einzelnen Reiseanbietern wie Sportscheck-Reisen konzipiert und umgesetzt. Hier wurden schon einige Awards gewonnen. Für den SWR

haben wir ein frei adaptierbares Gewinnspiel gestaltet.

nb: Planen Sie auch, europaweit zu agieren?

Galizia: Im Moment haben wir im deutschen Raum schon genug zu tun. Eine Internationalisierung ist daher nicht geplant.

nb: Wie sehen Ihre Ziele aus? Wo sehen Sie die Galizia Group in drei bis fünf Jahren?

Galizia: Wir werden in den nächsten Jahren eine professionelle Alternative zum konventionellen Agenturmarkt schaffen und dabei die neue Beschäftigungsform des E-Lancing etablieren.

(Interview: Yvonne Wodzak)

* * *