



Digital Group

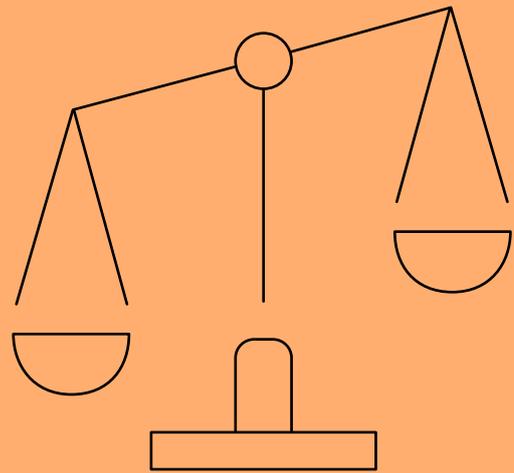
Ratgeber

Full-Service- Agentur oder Spezial-Agentur?

Lesedauer ⌘ 13 Minuten



Welche Agentur-Lösung ist die Richtige für mich?



Inhalt

- > Full-Service-Agentur und Spezial-Agentur im Vergleich
- > Was macht eine Full-Service-Agentur?
- > Was macht eine Spezial-Agentur?
- > Welcher Agentur-Typ passt zu meinen Anforderungen?
- > Vor- und Nachteile einer Full-Service-Agentur
- > Vor- und Nachteile einer Spezial-Agentur
- > Eine Full-Service-Agentur oder mehrere Spezial-Agenturen?
- > Umfrage: Welche Agentur ist besser?
- > Wie vermeide ich Konflikte und optimiere die Zusammenarbeit mit Agenturen?
- > Agentur-Netzwerk als neuer Trend?
- > Fazit

Marketing-Teams müssen heute mit einer Vielzahl unterschiedlicher Marketing-Kanäle und Content-Formate jonglieren. Einige Unternehmen setzen dabei auf **Full-Service Agenturen**, die vom Flyer bis zur Webseite fast alles aus einer Hand anbieten.

Andere arbeiten mit einem Set von **mehreren Spezialagenturen**, die es gut zu koordinieren gilt.

Eine für alles oder für jeden Kanal eine Agentur?

Schnell kommen im Marketing Alltag Fragen auf wie:

- Kann meine Online-Marketing-Agentur TikTok? Oder macht das meine Social Media Agentur besser?
- Brauche ich eine extra SEO Agentur, wenn meine Digitalagentur schon lange SEA für mich macht?
- Brauche ich eine Content-Marketing-Agentur, wenn ich eine Top PR-Agentur habe?
- Welche Agentur ist überhaupt die Richtige für meine Bedürfnisse, mein Budget und welche Agenturen gibt es überhaupt?

Wir beleuchten in diesem Artikel die entscheidenden Kriterien für die Agentur-Auswahl und helfen Dir, das für Dich beste Modell zu finden!



Nach dem Lesen weißt du alles über diese Themen:

- Welche Agentur zu Dir passt.
- Welche Vor- und Nachteile Full-Service-Agenturen haben.
- Welche Vor- und Nachteile Spezial-Agenturen haben.
- Worauf es bei der Auswahl einer Agentur ankommt.
- Wie Agenturen kommunizieren.
- Checkliste zur Agenturauswahl.
- Mögliche Konflikte mit Agenturen.
- Eine dritte Alternative? Das Agentur-Netzwerk.

Full-Service-Agentur und Spezial-Agentur im Vergleich

360°-Full-Service-Online-Agentur. Kreativagentur. App-Agentur. Branding Agency. UI/UX-Design-Agentur. Kommunikationsagentur. Werbeagentur. Hä? Mittlerweile gibt es **unzählige Bezeichnungen für Marketing-Agenturen**. Warum? **Weil sich jede Agentur von den anderen abheben will**. Oder anders: weil sich jede Agentur von der anderen abheben muss. Unterschiede gibt es aber **besonders bei den angebotenen Leistungen**. Design-Agenturen, also Agenturen, die sich ausschließlich auf das Designen von Webseiten, Produkten oder Magazinen spezialisiert haben, können bei einer SEO-Textstrategie wenig helfen. Ähnlich kann eine Agentur für Webseiten-Entwicklung kein Bewegtbild produzieren. Diese Spezial-Agenturen beherrschen also nicht alles, dafür aber eine bestimmte Sache perfekt.

Zum Vergleich: Full-Service-Marketing-Agenturen. Diese können alles ein bisschen, sind aber nicht spezialisiert. **Stellen wir uns die Spezial-Agentur als Teeladen vor, die Full-Service-Werbeagentur hingegen als Lebensmitteleinzelhandel**. Natürlich gibt es im Lebensmitteleinzelhandel auch Tee, aber leider keinen speziellen Tee. Hier liegt der Fokus auf dem breiten Angebot und nicht auf dem Spezialgebiet.



Fakten einer Spezial-Agentur	Fakten einer Full-Service-Agentur
<ul style="list-style-type: none">• Wird oft für Einzelprojekte angefragt.• Besitzt hohe Expertise zu einem bestimmten Thema.• Liefert bei großen Projekten oft nur einen von mehreren Teilen.	<ul style="list-style-type: none">• Kann umfangreiche Projekte einfach steuern.• Hat viele Dienstleistungen unter einem Dach.• Kann jederzeit das Projekt um weitere Punkte erweitern.

Was macht eine Full-Service-Agentur?

Wer nicht weiß, wo er mit seinem Anliegen richtig ist, meldet sich meist bei einer Full-Service-Werbeagentur. Diese bietet auf Webseiten und in Portfolios **breitgefächerte Dienstleistungen** an und hat für alles einen möglichen Umsetzungsplan parat. Ein Webseiten-Relaunch wird genauso umgesetzt wie eine **komplette Marketingstrategie** mit Markenkern, eine Plakatkampagne oder das neue Magazin für Auszubildende. Den Imagefilm gibt es on top, zusammen mit dem Social Media-Schlachtplan und dem Newsletter. Wow.

Diese, in der Regel größeren Unternehmen, können **mehrere Disziplinen in unterschiedlichen digitalen Bereichen** bedienen. Allerdings kratzt diese Art von Agentur **oft nur an der Oberfläche** der Themen. Kommt sie an ihre Grenze, ist es nicht

Eine Full-Service-Agentur ist wie eine Software Suite, die vermeintlich alles kann. Sobald man eigene Expertise hat, braucht man spezialisierte Lösungen.

Malte Landwehr, Head of SEO,
Idealo





unüblich, dass **fehlende Leistungsbereiche extern eingekauft** werden, ohne dass der Kunde oder die Kundin etwas davon mitbekommen. Diese:r ist am Ende schließlich glücklich, dass er oder sie seine bzw. ihre versprochene Dienstleistung bekommen hat und stellt dahingehend nichts infrage. So kann also auch hier eine **jahrzehntelange Kooperation** entstehen, weil diese eine Full-Service-Internetagentur Kunden und Kundinnen wunschlos glücklich macht.

Was macht eine Spezial-Agentur?

Im Moment Deiner Anfrage hat Dir die Spezial-Agentur wahrscheinlich schon etwas voraus. **Sie weiß genau, was sie will.** Hier werden **Aufträge nur bei vorhandener Expertise angenommen** und umgesetzt. Aber dafür mit **absolutem Know-How** und meist beeindruckend langer Erfahrung. Hier kann eine einzige Nachfrage in einem zehnminütigen Vortrag enden – **Leidenschaft at its best.** Alle Mitarbeiter:innen brennen hier für dieses eine Thema. Allerdings: lässt Du Dein Webdesign bei dieser Spezial-Agentur umsetzen, hast Du zwar ein beneidenswert hübsches und professionelles Webdesign, aber Du hast dann tatsächlich nur ein beneidenswert hübsches und professionelles Webdesign. Texte hingegen, um dieses Webdesign mit Inhalten zu füllen, gibt es noch nicht. Es ist auch noch kein:e Spezialist:in da, der bzw. die diese Seite programmiert und tatsächlich in ein Content-Management-System einbaut. Außerdem fehlen Host plus Server. **Du benötigst also eine weitere Agentur für die Texte. Und eine Agentur für das Programmieren. Und wer übernimmt eigentlich die ganze Kommunikation zwischen diesen Agenturen?** Wie Du siehst, haben wir die erste Schwachstelle bereits entdeckt.

Du brauchst Unterstützung bei der Auswahl und Kommunikation mit einer Agentur?

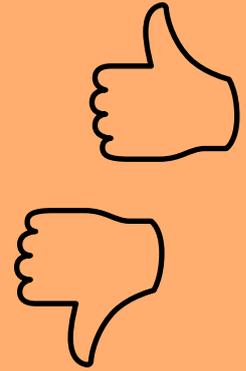
Lade Dir hier unsere kostenlos Checkliste herunter:



Welcher Agentur-Typ passt zu meinen Anforderungen?



Vor- und Nachteile einer Full-Service-Agentur



Vorteile

Mit zunehmendem Umfang eines Projektes sind **externe Ansprechpartner:innen, der:die alle Zügel in der Hand hält**, unverzichtbar. Dieses Zeitersparnis ist nicht Gold, sondern Geld wert. Zusätzlich ist die **Kommunikation** für Dich als Kunde oder Kundin **super bequem**. In regelmäßigen Terminen gibst Du Feedback, welches gesammelt und weitergegeben wird. Beim nächsten Termin haben die Ansprechpartner:innen mit allen Beteiligten des Projekts gesprochen und Dein Feedback umgesetzt.

Ein weiterer Vorteil ist ein **gutes Verständnis für das Gesamtbild** eines Projekts. Hier wird für die **Gesamtstrecke** gedacht, weswegen ungeahnte Komplikationen auf dem Weg zum Ziel selten sind. Das liegt natürlich auch daran, dass die **interne Kommunikation** bei Full-Service-Digitalagenturen oft tadellos funktioniert. Die unterschiedlichen Bereiche, wie Grafik, Social Media, Text oder SEO arbeiten Hand in Hand. **Mögliche Abstimmungsprobleme oder lange Feedbackwege sind hier nicht gegeben.**

Nachteile

Natürlich ist die Entscheidung für eine Full-Service-Agentur immer eine **Qualitätsfrage**. Das Wort Full-Service wirkt aufgeblasen und bedeutet häufig nur, dass ein bis zwei Spezialdisziplinen bei der Agentur vorhanden sind und der **Rest einfach zusätzlich angeboten** wird. Die Chance für die Agentur, dass im großen Teich der potenziellen Neukunden und -kundinnen jemand anbeißt, steigt durch das breite Angebot schließlich enorm.

Sollte ein gewisser Teil an Beifang im Netz Leistungen fordern, die die Agentur eigentlich gar nicht leisten kann, wird diese angeforderte Leistung häufig woanders günstig dazu gekauft und zum **normalen Agenturpreis** weiterverkauft. Das stellt in erster Linie kein Problem dar, doch ist das moralisch vertretbar? Wer hier an Milli Vanilli denkt, hat es bereits verstanden. Das Pop-Duo aus den 80ern konnte prima tanzen und war charismatisch – **es fehlten allerdings die guten Gesangsstimmen, welche einfach woanders eingekauft und in das bestehende Projekt gepuzzelt wurden.**

Quick Facts

Fakten einer Full-Service-Agentur	Pluspunkte – die Vorteile einer Full-Service-Agentur 	Minuspunkte – die Nachteile einer Full-Service-Agentur 
<ul style="list-style-type: none"> • Kann umfangreiche Projekte einfach steuern. • Hat viele Dienstleistungen unter einem Dach. • Kann jederzeit das Projekt um weitere Punkte erweitern. 	<ul style="list-style-type: none"> • Feste:r Ansprechpartner:innen: Alles aus einer Hand. • Guter Projektüberblick. • Gute interne und externe Kommunikation. • Für Kund:innen bequem und einfach. 	<ul style="list-style-type: none"> • Qualitätsfrage – eher breit als spitz aufgestellt. • Sonderleistungen häufig als Fremdeinkauf. • Aneinanderreihung von Folgeleistungen.
Fakten einer Spezial-Agentur	Pluspunkte – die Vorteile einer Spezial-Agentur 	Minuspunkte – die Nachteile einer Spezial-Agentur 
<ul style="list-style-type: none"> • Wird oft für Einzelprojekte angefragt. • Besitzt hohe Expertise zu einem bestimmten Thema. • Liefert bei großen Projekten oft nur einen von mehreren Teilen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hohe Fachkompetenz im Spezialgebiet. • Keine lästigen Folgeleistungen. • Optimal bei anspruchsvollen Einzelprojekten. 	<ul style="list-style-type: none"> • Das Angebot umfasst nur einen Teilbereich des Projekts. • Für jeden Teilbereich muss ein:e Spezialist:in gesucht werden. • Hoher Kommunikationsbedarf. • Viele Projektteilnehmer:innen verhindern oft den klaren Fahrplan des Projekts.

Vor- und Nachteile einer Spezial-Agentur

Vorteile

Die Spezial-Agentur **glänzt mit Fachkompetenz** auf ihrem Gebiet. Dort bewegt sie sich seit Jahren und dort ist sie bekannt. Trends werden quasi schon genutzt, bevor sie bekannt sind, **was Kunden und Kundinnen einen starken Wettbewerbsvorteil bringt**. Was Full-Service-Agenturen, beispielsweise im Bereich SEO nebenbei auf-schnappen, kennen SEO-spezialisierte Agenturen ab der ersten Sekunde. Das wird besonders wichtig in puncto Sicherheit oder beim Google Ranking.

Die Spezial-Agentur weiß was sie will und fragt auch nach nichts anderem. Zusätzliche Angebote, die von einer Leistung in die andere führen, sind hier nicht zu erwarten. Kein Vorteil für die Spezial-Agentur, aber sicherlich für Dein Unternehmen, ist der Fakt, dass Du die **Zusammenarbeit einfacher beenden** kannst, wenn Resultate nicht zufriedenstellen. Schließlich brechen nicht an diversen Stellen die Marketing-leistungen ein, sondern nur an einer.

Nachteile

Auch die Spezial-Agentur hat diverse Nachteile. So umfasst das **Leistungsangebot immer nur einen gewissen Teilbereich** des Gesamtprojekts. Für alle anderen Teilbereiche müssen **weitere Spezialisten** gesucht werden, was einen **hohen und aufwändigen Kommunikationsbedarf** mit sich bringt. Erinnern wir uns hier an unser Beispiel mit dem Unternehmen, welches nur eine Design-Agentur beauftragt hat und jetzt mit einem beneidenswert hübschen und professionellen Webdesign da steht – aber auch nur damit. Es bedarf also jedes Mal **viele Projektteilnehmer:innen, die alle über verschiedene Wege miteinander kommunizieren** müssen. Dabei ist fast schon klar, dass hier oft Informationen auf der Strecke bleiben.

Zwischen
fazit

„Marketing wird immer mehr zur Spezialisten-Disziplin, denn in den letzten zehn Jahren hat sich die Anzahl möglicher Marketing-Plattformen um 840% gesteigert! Unmöglich für einzelne Marketeers all die Plattformen selbst exzellent zu beherrschen.“

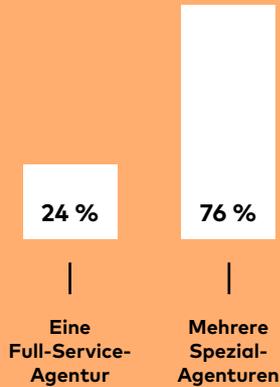
Christian Tembrink,
Dozent für Digitale Transformation,
Fresenius Hochschule Köln



Dennoch können wir festhalten, dass **Vieles an einer reibungslosen Kommunikation liegt. Es kann schlechte Prozesse innerhalb einer Full-Service-Agentur geben, allerdings kann auch die Kommunikation mit mehreren einzelnen Agenturen zum Bremsklotz werden.** Eine mittlerweile beliebte Alternative sind Agentur-Netzwerke, in denen unterschiedliche Spezial-Agenturen unter einem Dach arbeiten. Diese kennen und vertrauen sich und sind das Kommunizieren untereinander gewohnt.



Umfrage: Welche Agentur ist besser?



Eine Full-Service-Agentur oder mehrere Spezial-Agenturen?

Als Erstes solltest Du Dich fragen, **was genau Du brauchst und welche Expertise Du in Anspruch nehmen möchtest. Wo ist Support vonnöten und wo bist Du bereits gut aufgestellt? Möchtest Du eine zeitlich begrenzte Kampagne starten oder einen langfristigen Markenaufbau angehen?** Je klarer das Briefing am Anfang ist, desto leichter fällt es Dir übrigens auch, die Anfrage zu formulieren.

Schau Dich online um. Welche Digital-Agentur überzeugt mit seinen Dienstleistungen und welche passt auf den ersten Blick zu Dir? Auch wichtig: Welche Agentur ist Dir sympathisch? Gibt es **Zertifikate** oder hat die Agentur einen sozialen Nebeneffekt? **Referenzen** von namhaften Unternehmen sind nicht immer ein Zeichen für die beste Agentur, können aber ein Zeichen von gewisser Erfahrung sein. Höre auch auf Dein **Bauchgefühl** und frage Branchenkollegen und Branchenkolleginnen oder im Freundeskreis nach Empfehlungen.

Hast Du all diese Fragen beantwortet und verschiedene Favoriten ins Auge gefasst, geht es los: **Rufe an, schreibe eine Mail und warte auf eine Antwort.** Entweder bekommst Du direkt am Telefon ein Gefühl oder Du kannst die Antwort auf Deine E-Mail zwischenmenschlich interpretieren. Sollte es zum ersten Kennenlernen vor Ort oder als Webmeet kommen, wirst Du schnell wissen, ob es passt



oder nicht. **Achte zum Beispiel auf Fragen, die gestellt werden.** Wird Interesse an Deiner Person und Deinem Unternehmen gezeigt? Ist nur der/die Projektleiter:in vor Ort oder alle Personen, die im Projekt arbeiten werden? Kann die Agentur bereits sagen, wie es jetzt weitergehen würde und wie sollen die Abrechnungen vorstattengehen?

Checkliste Wunschagentur

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Wir haben alle Punkte für den Auswahlprozess nochmal in einer Checkliste zusammengefasst. Damit bist du perfekt gerüstet!

[Download Checkliste](#)

Du benötigst persönlichen Support? Marcel, unser GROW Spezialist, der auf nahezu jede Marketing-, Marken- und E-Commerce-Frage die richtige Antwort parat hat, hilft Dir auch gern in Sachen Agentursuche weiter.

[Kontakt aufnehmen](#)

Wie vermeide ich Konflikte und optimiere die Zusammenarbeit mit Agenturen?

Die Beziehung zwischen Kunden und Kundinnen und der jeweiligen Agentur ist eine wichtige Basis für die gemeinsamen Projekte. Wenn die Harmonie in manchen Phasen etwas leidet, dann ist das meist kein großes Problem und es bessert sich im Laufe der Zeit wieder. Falls nicht, muss optimiert werden. Diese **Optimierungen sind in 99 % der Fälle schnell umgesetzt.** Müssen beispielsweise oft Dateien an mehrere Personen geschickt werden, ist es wahrscheinlich einfacher, die Dateien auf einem Webspaces zu sammeln, statt sie an jede



Person einzeln zu schicken. Hakt es in der Kommunikationskette, kann es helfen, alles über Ansprechpartner:in X statt Y laufen zu lassen, da diese:r öfter im Haus ist.

Schnelle Lösungen bei kleinen Konflikten sparen also Zeit und Geld. Es gibt aber auch Konflikte in der Zusammenarbeit mit Agenturen, die sich mit der Zeit erst entwickeln und bei denen eine **Ursachensuche intensiv werden kann**. Einige Situationen in der Branche der Agenturen könnten jedoch ganz einfach vermieden werden.

Agenturen sind verärgert, wenn sie **kein Feedback** bekommen und **holprige interne Prozesse** bei Kunden und Kundinnen die abgesprochene **Feedback-Deadline um zwei Wochen überschreiten**. Das sorgt bei der Agentur für **Stau im Workload und Chaos in der Planung**. Das **Umwerfen von Plänen und das Wechseln von Strategien**, obwohl vorab ein bestimmter Fahrplan abgesprochen war, kann ebenfalls für ein zerrüttetes Verhältnis sorgen. Der Grund liegt auf der Hand: **im Fall von Konzeptänderungen fallen immer viele ungeplante Stunden an, die die Agentur natürlich nach Aufwand abrechnet**. Womit wir beim nächsten Streitpunkt wären: Rechnungen. „Ihre Designabteilung hat für das Webdesign 40 Stunden gebraucht? Das ist ja eine komplette Arbeitswoche. In der Zeit stellen wir 10.000t XY her.“ Ein fast typisches Problem, da Kunden und Kundinnen oft nur schwer nachvollziehen können, wieso etwas so lange braucht, wie es braucht. Tipp: **Sprich mit der Agentur und zeig Interesse an der Arbeit, anstatt durch die Blume die geleistete Arbeit zu hinterfragen**.

Fünf Do's in der Zusammenarbeit mit Agenturen:

- #1 **Zeitnahes Feedback geben**
- #2 **Erreichbar sein**
- #3 **Der Strategie vertrauen**
- #4 **Aufwand fachlich einordnen**
- #5 **Sprich mit der Agentur**

Agentur-Netzwerk als neuer Trend?

Ein Agentur-Netzwerk darf als „**best of both worlds**“ gesehen werden. Hier kommunizieren und kreieren **viele Spezial-Agenturen als Full-Service-Dienstleister unter einem Dach**. Nehmen wir an, Du möchtest eine Marke neu aufbauen. Dann bekommst Du im Agentur-Netzwerk das Corporate Design von einer Spezial-Agentur, den Content von einer Spezial-Agentur und die Strategie von einer Spezial-Agentur. **Die Kommunikation fühlt sich jedoch an, als wärst Du bei einer Full-Service-Agentur**, denn die Spezial-Agenturen kommunizieren selbstständig untereinander. Hier treffen die **Vorteile einer Spezial-Agentur die Vorteile einer Full-Service-Agentur**. Die ideale Lösung für kleine und große Anliegen. Ein großer Vorteil ist außerdem, dass bei einem Agentur-Netzwerk, die eine Agentur die andere besser macht. Dieser Synergieeffekt fließt in ihr Projekt und ist in jeder Phase ein kostenloser Bonus.



Ein Agentur-Netzwerk darf als „best of both worlds“ gesehen werden: Hier kommunizieren und kreieren viele Spezial-Agenturen als Full-Service-Dienstleister unter einem Dach und agieren reibungslos miteinander: Die ideale Lösung für kleine und große Anliegen.

Simone Jahnke
Head of Marketing, GROW Digital Group



Fazit

Was die Spezial-Agentur nicht kann, kann die Full-Service-Agentur und umgekehrt. **Es kommt also darauf an, was Du in welcher Tiefe benötigst und ob daraus weitere Kommunikationsmaßnahmen entstehen.**

Benötigst Du eine einzige intensive Dienstleistung und ist es unwahrscheinlich, dass daraus weitere Maßnahmen entstehen, ist die Spezial-Agentur möglich. Beachte: **Wenn Du mehrere Dienstleistungen benötigst, benötigst Du in diesem Fall auch mehrere Spezial-Agenturen.** Die Kapazitäten und auch die Skills, um zwischen mehreren Agenturen zu vermitteln, sollten in Deinem Unternehmen langfristig gegeben sein.

Möchtest Du es etwas bequemer, ist die Full-Service-Agentur die beste Wahl. Hier ist die Kommunikation ein Selbstläufer, weitere Dienstleistungen sind jederzeit möglich und die Agentur kennt das Gesamtprojekt – kann also jederzeit ohne große Probleme justieren. Selbstverständlich hat auch die Full-Service-Agentur ein hohes Fachwissen und Verständnis für die Materie.

Grobe Faustformel für die Auswahl einer Agentur

Spezial-Agentur in den folgenden Fällen:



- Intensives Einzelprojekt
- Tiefes Fachwissen benötigt
- Projektmanagement ist inhouse gegeben

Full-Service-Agentur in den folgenden Fällen:



- Umfangreiches Projekt
- Einfaches Projektmanagement gewünscht
- Simple Erweiterung des Projekts möglich



Fazit & Hilfe bei Fragen

Hoffentlich hat dieser Artikel Deine Erwartungen erfüllt? Wir freuen uns, wenn Du über die Kommentarfunktion unten Feedback gibst. Fehlt Dir etwas? Waren Teile zu umfangreich? Hinterlasse gerne unten einen Kommentar und eine Bewertung des Artikels.

[Jetzt Artikel bewerten](#)

[Zum Online-Artikel
„Full Service- oder Spezial-Agentur“](#)



Nur so lernen wir, was gut gefällt oder wo auch wir noch weiter optimieren müssen. Das GROW-Team wünscht Dir nun viel Erfolg bei der Suche und Auswahl Deiner Agentur und steht Dir jederzeit zur Seite, falls Du Fragen hast.