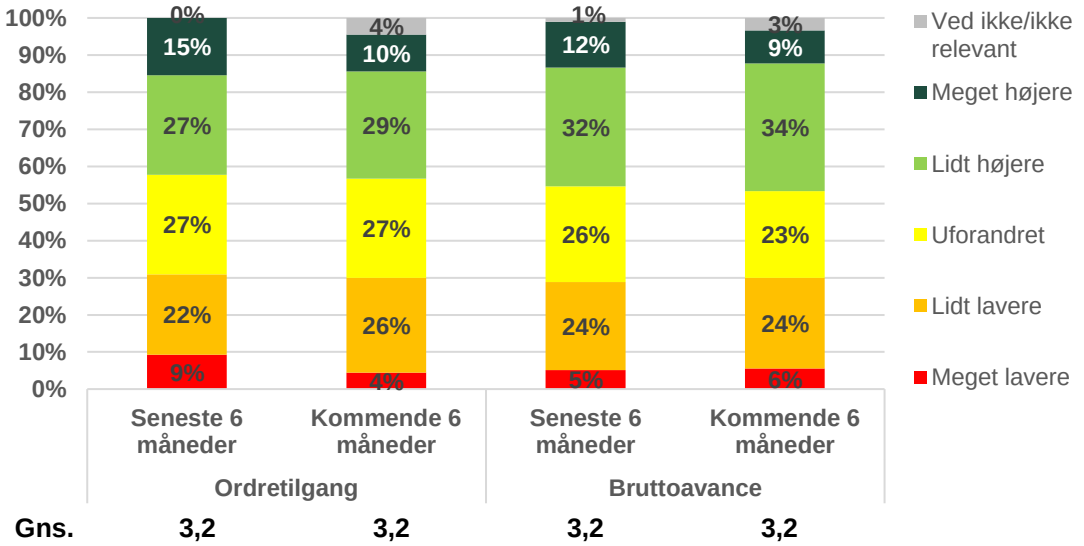
Bureauerne forventer marginal fremgang

De danske bureauer forventer et stort set uforandret marked de kommende 6 måneder. Dette er på trods af, at de seneste 6 måneders udvikling har påvirket deres syn på bureauets evne til at tjene penge negativt. De større bureauer forventer en lidt større fremgang.

Tilgangen af ordrer i bureaubranchen steg marginalt det seneste halve år (april - september 2022) i forhold til de 6 foregående måneder (oktober 2021 – marts 2022). Der er således lidt flere bureauer, som har fået øget antallet af ordrer de seneste 6 måneder, end der er bureauer med færre ordrer. 42 pct. har haft en *lidt* eller *meget højere* ordretilgang, mens 31 pct. har haft en *lidt* eller *meget lavere* ordretilgang. De kommende 6 måneder forventer bureauerne under ét, at udviklingen fortsætter i omtrent samme tempo med marginalt flere ordrer i branchen som helhed.

Figur 1: Spørgsmål: "Hvordan er udviklingen i dit bureaus..."



Udviklingen i bruttoavancen afspejler udviklingen i ordrerne. Således svarer flere bureauer, at deres bruttoavance er steget de seneste 6 måneder, end der er bureauer, som melder om faldende bruttoavance. Forventningen er samtidig, at denne udvikling vil forsætte i de kommende 6 måneder, og at bruttoavancen dermed vil vokse lidt.

Både de seneste 6 måneders udvikling i antallet af ordrer og i bruttoavance samt de kommende 6 måneders forventninger er ganske spredte hos bureauerne. 44 pct. af bureauerne i undersøgelsen svarer, at bruttoavancen var *lidt* eller *meget højere* de seneste 6 måneder i forhold til de foregående 6 måneder, mens 29 pct. svarer, at den var *lidt* eller *meget lavere*. Kun 26 pct. svarer, at den var *uforandret*. Ser man på mønstret for de kommende 6 måneder gør de samme tendenser sig gældende, idet 43 pct. svarer, at bruttoavancen vil blive *lidt* eller *meget højere*, mens 30 pct. svarer, at den vil være *lidt* eller *meget lavere*. Kun 23 pct. svarer, at den forbliver *uforandret*. Spredningen i bureauernes besvarelser kan indikere, at mange bureauer opfatter udviklingen den kommende tid som lidt usikker og dermed svær at spå om.

Ser man på udviklingen i bruttoavancen de seneste 6 måneder fordelt på bureauernes størrelse, har de mindste bureauer med en bruttoavance på under 10 mio. kr. oplevet et marginalt fald i bruttoavancen. På en skala, hvor svaret 1 indikerer, at bruttoavancen var *meget lavere* - 3 indikerer, at bruttoavancen var *uforandret* - og 5 indikerer, at bruttoavancen var *meget højere*, er bruttoavancen med et gennemsnit på 2,9 faldet marginalt. De større bureauer med en bruttoavance fra 10 til 30 mio. kr. samt over 30 mio. kr. er derimod gået frem, idet de ligger på 3,6, og dermed ligger noget over uforandret.

Gennemsnitlige forventninger
I beregningerne af gennemsnittene tildeles de enkelte svarmuligheder en værdi:

1 = Meget lavere

3 = Uforandret

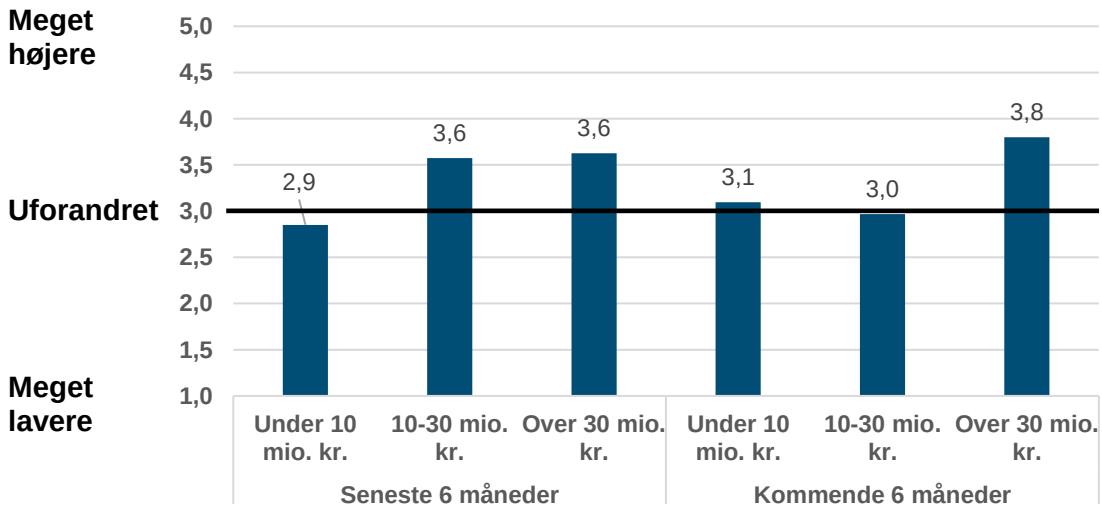
5 = Meget højere

Svarmuligheden "Ved ikke/ikke relevant sorteres fra.

Er gennemsnittet over 3 har markedet en forventning om, at faktoren stiger, og omvendt hvis værdien er under 3.

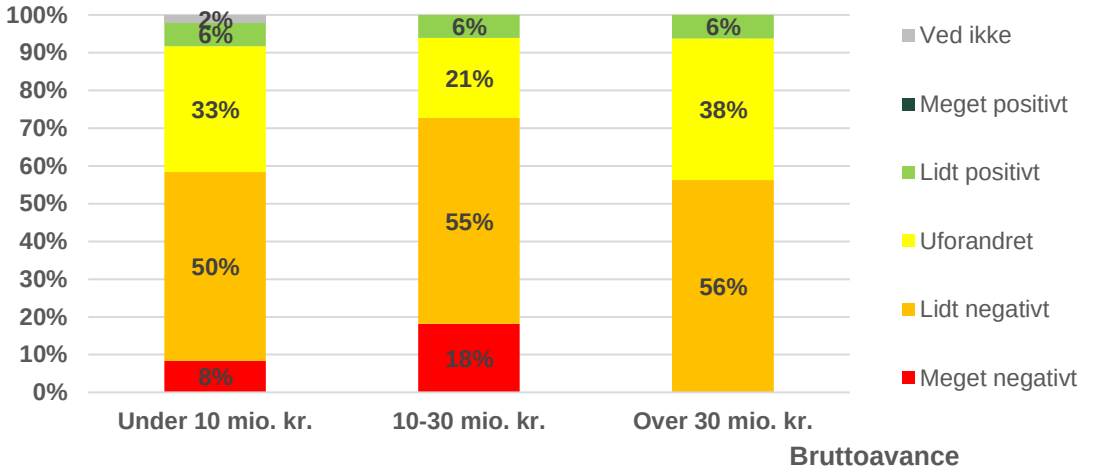
For de kommende 6 måneder er det da også de største bureauer, som er mest positive. Her forventer de små og mellemstore bureauer en stort set *uforandret* bruttoavance med gennemsnit på henholdsvis 3,1 og 3,0. De store bureauer har derimod et gennemsnit i deres forventninger på 3,8, og forventer derfor en *højere* bruttoavance.

Figur 2: Gennemsnit af spørgsmålet: "Hvordan er udviklingen i dit bureaus bruttoavance" fordelt på størrelse (bruttoavance)



Klart størstedelen af bureauerne mener, at de seneste 6 måneders udvikling med krig i Ukraine, betydelig inflation og høje energipriser, har påvirket deres bureaus evne til at tjene penge i negativ grad. Blandt de mindste bureauer med en bruttoavance på under 10 mio. kr., svarer 58 pct. af bureauerne, at de er *lidt* eller *meget negativt* påvirkede af udviklingen. De mellemstore bureauer er hårdere påvirket af udviklingen. Her svarer hele 73 pct., at de er *lidt* eller *meget negativt* påvirkede, mens de største bureauer er de mindst påvirkede, idet 56 pct. svarer, at udviklingen har påvirket deres syn *lidt negativt* på deres bureaus evne til at tjene penge. Ingen blandt de største bureauer svarer, at udviklingen har påvirket synet på evnen til at tjene penge *meget negativt*.

Figur 3: Spørgsmål: "Hvordan har de seneste 6 måneders udvikling (krig i Ukraine, inflation, høje energipriser) påvirket dit syn på dit bureaus evne til at tjene penge de kommende 6 måneder?" (fordelt på bureaustørrelse)

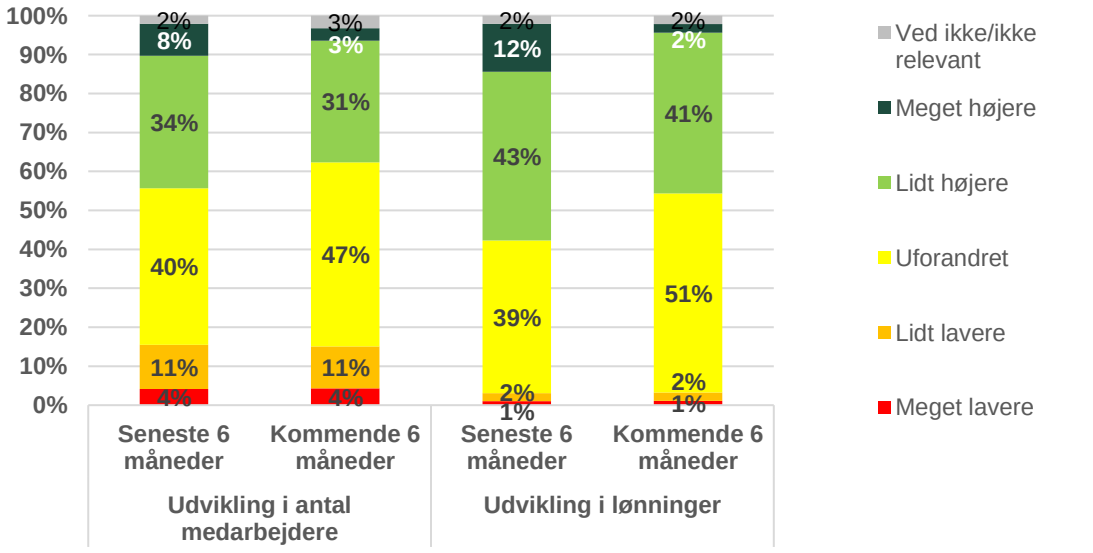


Det er værd at bide mærke i, at der er et flertal uanset bureauernes størrelser, som mener, at de seneste 6 måneders udvikling har påvirket deres bureaus evne til at tjene penge negativt.

Forventninger om lidt flere medarbejdere

Gennem de seneste 6 måneder er udviklingen i antallet af medarbejdere hos bureauerne *lidt højere* eller *meget højere* for 42 pct. af bureauerne. Hos 15 pct. af bureauerne er antallet af medarbejdere *lidt* eller *meget lavere*, mens antallet hos 40 pct. af bureauerne er *uforandret*. Ser man på de kommende 6 måneder løjer forventningen til udviklingen i antallet af medarbejdere af. Således forventer 34 pct. af bureauerne, at antallet af medarbejdere bliver *lidt* eller *meget højere*. Samtidig forventer en større del af bureauerne et *uforandret* antal medarbejdere.

Figur 4: Spørgsmål: "Hvordan er udviklingen i dit bureaus..."



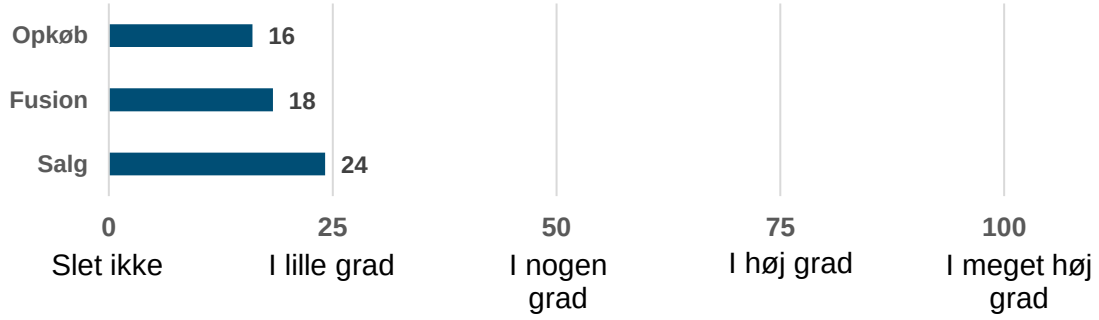
Det er primært blandt de mellemstore og største bureauer, at antallet af medarbejdere er steget gennem de seneste 6 måneder. Fremadrettet er det primært også de største bureauer, som forventer at øge antallet medarbejdere. Sammenlignet med udviklingen de seneste 6 måneder, er forventninger til væksten i antallet af medarbejdere, dog en smule mere afdæmpet.

De seneste 6 måneder er udviklingen i lønningerne *lidt højere* i 43 pct. af bureauerne, mens den er *meget højere* i 12 pct. af bureauerne. I 39 pct. af bureauerne er lønningerne *uforandrede*, mens de er *lidt lavere* eller *meget lavere* i samlet set 3 pct. af bureauerne. Set på de kommende 6 måneder er forventningen blandt bureauerne, at også lønudviklingen aftager. Således forventer kun 2 pct., at lønningerne bliver *meget højere*, mens 41 pct. forventer *lidt højere* lønninger. Andelen, der forventer *uforandrede* lønninger, er steget til 51 pct. Der er dermed tegn på, at presset på lønningerne aftager lidt den kommende tid.

Flere går med tanker om salg end opkøb

For de fleste bureauledere fylder tanker om opkøb, salg og fusioner ikke specielt meget. Den gennemsnitlige besvarelse for bureaulederne om, de har tanker om opkøb ligger på 16 på en skala, hvor 0 indikerer, at de *slet ikke* har tanker om opkøb, mens 100 indikerer, at de i meget *høj grad* har tanker om at opkøbe andre virksomheder. Dermed ligger den gennemsnitlige besvarelse mellem, at bureauerne i *lille grad* og *slet ikke* har tanker om opkøb. Besvarelsen vedrørende fusion omtrent på samme niveau med et gennemsnit på 18, mens tankerne om et eventuelt salg er en anelse højere på 24 og dermed tæt på *i lille grad*.

Figur 5: Gennemsnit af spørgsmålet: "I hvilken grad har du som bureauleder tanker om?" (svarmuligheder: 0 = Slet ikke … 50 = I nogen grad … 100 I meget høj grad)



Set på bureaustørrelse tegner der sig et billede af, at det primært er de største bureauer med en bruttoavance på over 30 mio. kr., der er mest interesserede i opkøb. Her svarer 34 pct. at de i *nogen*, *høj* eller *meget høj grad* går med tanker om opkøb, hvilket er betydeligt højere end de små og mellemstore. Her er de tilsvarende tal henholdsvis 11 pct. og 21 pct.

Tanker om at sælge sit bureau er derimod mindst udbredt i de største bureauer, hvor 64 pct. *slet ikke* går med tanker om salg. Det tilsvarende tal for de mindste og mellemstore bureauer er henholdsvis 34 pct. og 33 pct.

Bureauledernes tanker om fusion viser ikke rigtigt noget mønster på tværs af størrelse.

Mangel på ordrer begrænser bureauernes vækst mest

Ikke overraskende ligger *mangel på ordrer* øverst på listen over faktorer, der begrænser bureauernes vækst mest. Her er de mindste og de mellemstore bureauer mere begrænsede af manglen på ordrer end de største bureauer. På de efterfølgende pladser på listen over det, som begrænser væksten mest, kommer et *for højt ressourceforbrug på kunderne* samt *manglende proaktivitet over for kunder*.

De ovenstående faktorer ligger dog alle i intervallet mellem, at de begrænser *i lille grad* og *i nogen grad*.

Figur 6: Gennemsnit af spørgsmålet: "I hvilken grad begrænser nedenstående forhold væksten i dit bureau?"
(svarmuligheder: 0 = Slet ikke … 50 = I nogen grad … 100 I meget høj grad)



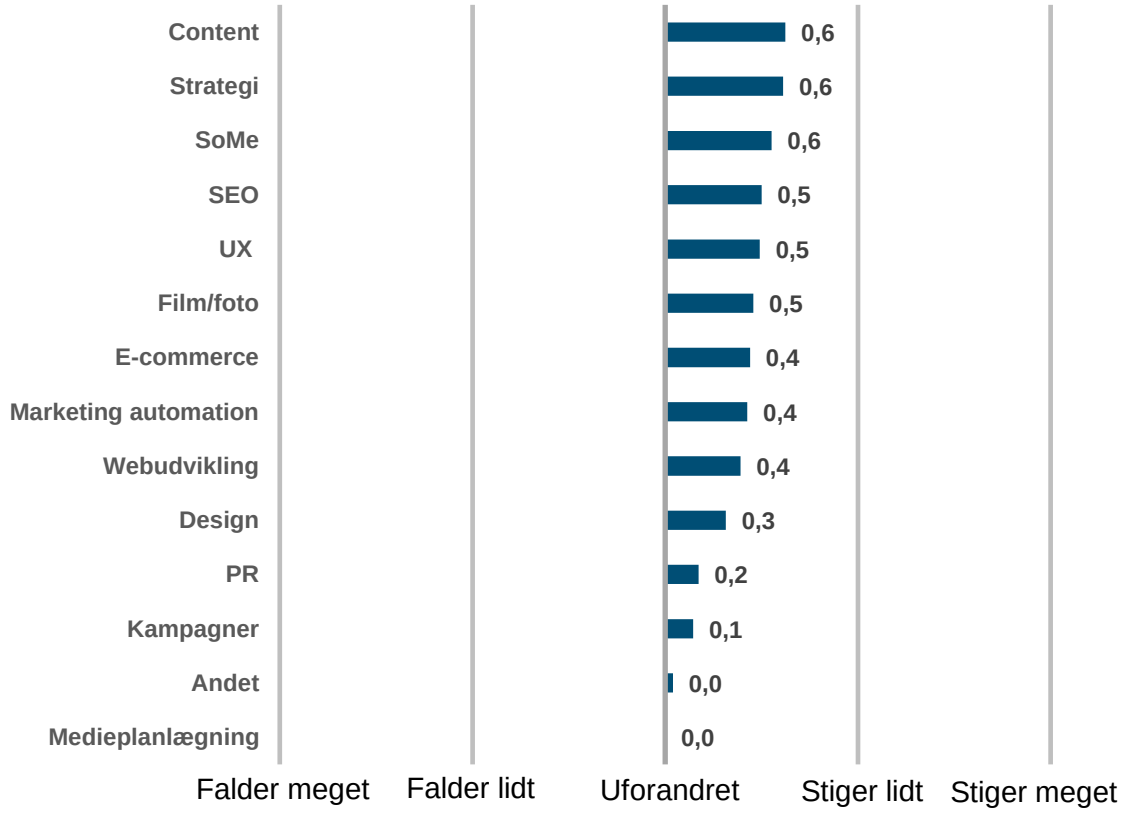
I forhold til medarbejdere viser bureauernes besvarelser, at *fastholdelse af medarbejdere* udgør en mindre udfordring end at *tiltrække og ansætte de bedste talenter*. *Fastholdelse af medarbejdere* ligger lidt under, at det i gennemsnit begrænser væksten *i lille grad*, mens *tiltrækning og ansættelse af de bedste talenter* ligger lige over.

Vækstområder – meget er uforandret

Generelt er der en gennemsnitlig forventning om en lille vækst i alle de adspurgte forretningsområder i analysen. Blandt topscorerne er *content*, *strategi* og *SoMe*, som forventes at stige mest. Alle tre forretningsområder ligger dog omtrent mellem *uforandret* og *stiger lidt*. Bureauerne forventer i gennemsnit således ikke en markant vækst inden for nogle af forretningsområderne.

I den laveste ende af listen over vækst i de forskellige forretningsområder ligger *medieplanlægning* og *kampagner*, hvor bureauerne i gennemsnit forventer et stort set *uforandret* forretningsomfang.

Figur 7: Gennemsnit af spørgsmålet: "Hvordan forventer du, at dit bureau vil udvikle sig inden for følgende forretningsområder de kommende seks måneder?"



Note: Grafen er konstrueret således, at søjler, der peger til højre fra midten, beskriver en gennemsnitlig forventet vækst inden for det pågældende forretningsområde, mens søjler, der peger til venstre, er fald inden for det pågældende forretningsområde. Tallene i figuren kan ligge mellem -2 og 2, hvor -2 afspejler at forretningsområdet vil falde meget, mens 2 afspejler, at det vil stige meget.

Om undersøgelsen

Undersøgelsen er udsendt til 511 bureauer beskæftiget indenfor blandt andet reklame, digital, kommunikation og public affairs, media.

Undersøgelsesperiode: 26. september 2022 til 11. oktober 2022.

107 bureauer har svaret på hele eller dele af undersøgelsen svarende til en svarprocent på 21 pct.