

Cherrypicker startet eine Charmeooffensive

Pitchberatung will Agenturen besser über ihr Arbeitsmodell informieren / Marktanteil von schätzungsweise über 90 Prozent

Nachdem zuletzt die Kritik aus Agenturkreisen an der Pitchberatung Cherrypicker zugenommen hat, geht die Hamburger Firma nun auf die Werbedienstleister zu. Bei einem Gesprächsabend in Hamburg, der nach Redaktionsschluss dieser Ausgabe stattfand, wollte Cherrypicker-Chef Oliver Klein den angemeldeten Agenturführungsführern Arbeitsweise und -prozesse seiner Beratungsfirma erläutern. Die Veranstaltung sollte mögliche Missverständnisse klären und Fragen an Cherrypicker beantworten.

Für den Termin gab es rund 90 Anmeldungen. Sollte Bedarf bestehen, ist vorstellbar, dass auch in anderen Städten sogenannte „Cherrytalks“ stattfinden. Stein des Anstoßes der Kritik einiger Agenturen ist, dass sie sich von Cherrypicker nicht korrekt behandelt fühlen. So wird hier und da bemängelt, dass die Entscheidungsprozesse nicht transparent seien. Zudem haben einige Werber das Gefühl, dass Cherrypicker dafür sorgt, dass sie von den Auftraggebern schlechter bezahlt werden. Firmenchef Klein weist diesen Vorwurf zurück. „Wir sind nicht dazu

da, Agenturen zu drücken. Aber selbstverständlich gehört es zu unseren Aufgaben, zu überprüfen, ob die jeweiligen Konditionen marktüblich sind.“

Cherrypicker wurde 2001 gegründet und hat sich seitdem eine nahezu monopolartige Stellung im Markt der Pitchberatungen erkämpft. Zwar gibt es auch andere Anbieter wie John Sealey, Ernst ten Hövel und Till Wagner, sie sind aber zu meist als Einzelberater unterwegs. Cherrypicker beschäftigt derzeit sieben feste Mitarbeiter und zieht je nach Aufgabe zusätzlich freie Experten hinzu.

Der Marktanteil der Firma ist schwer exakt zu ermitteln. Es gibt keine verlässlichen Daten darüber, wie viele Etats im Jahr in Deutschland vergeben werden. Eigenen Angaben zufolge begleitet Cherrypicker 50 bis 100 Agenturauswahlprozesse im Jahr. Rund die Hälfte davon wird im Pitch entschieden, der Rest über Workshops, Testprojekte oder direkte Beauftragung. Seinen Anteil an allen durch Pitchberater betreuten Prozessen schätzt das Team um Aleininhaber Klein auf mehr als 90 Prozent. Angaben zu Umsätzen macht Cherrypicker nicht. **MAM**