

Mediaschneider, Mediatonic und Mediacom auf dem Media-Podest

MEDIAAGENTUREN Das Agenturrating um die Krone der besten Mediaagentur im Schweizer Werbemarkt erfreut sich einer zunehmenden Beliebtheit. Erstmals wurde eine Agentur von mehr als 100 Werbeauftraggebern beurteilt. Auf dem Rating-Podest landeten drei bekannte und engagierte Mediaagenturen.

VON WALTER WEDER*

■ Das Urteil der Werbeauftraggeber über die Mediaagenturen fällt deutlich aus. Mediaschneider schraubte die neue Rekordmarke auf 108 Beurteilungen. Damit wurde der Vorjahreswert um 16 Nennungen übertroffen. Aber auch die am zweithäufigsten beurteilte Agentur, die OMD, legte um 18 Nennungen zu, von 79 auf 97. Der Durchschnitt aller in die Wertung einbezogenen Agenturen hat sich von 43 auf 59.1 Beurteilungen erhöht.

Trotz dieser erfreulichen Entwicklung können dieses Jahr erstmals nicht mehr alle abgefragten Mediaagenturen (23) im Ranking ausgewiesen werden. Die acht Agenturen, die den Cut nicht geschafft haben, scheiterten aber nicht an den zu geringen allgemeinen Beurteilungen aus dem Gesamtmarkt, sondern an den ausgebliebenen Antworten ihrer Kunden. Geblieben sind noch 15 Mediaagenturen, was zum Verzicht der Aufteilung derselben in zwei Kategorien führt.

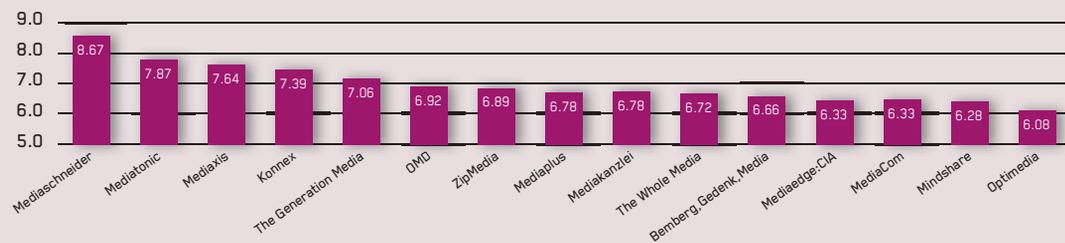
Mediaschneider – wer denn sonst?

Der Werbemarkt hat sich mittlerweile darauf eingestellt, dass, wenn es um Mediaagenturen geht, Mediaschneider das Mass aller Dinge ist. Und sie liefert auch jedes Jahr von Neuem die Bestätigung dafür. Interessant bleibt jeweils nur, wer ihr wie nahe kommt. So auch diesmal. Mediaschneider holt sich den Sieg im Agenturrating zum zehnten Mal in Folge. Der Vorsprung auf die zweitbeste Agentur, Mediatonic, beträgt 0.8 Notenpunkte. Vor einem Jahr betrug der Vorsprung noch 1.14. Eine Chance, doch näher heranzukommen? Vielleicht. Eine Chance, auf gleiche Höhe zu kommen? In weiter Ferne.

Mediaschneider erhält von doppelt so vielen Auftraggebern eine Beurteilung zum Gesamteindruck als Mediatonic. Die Durchschnittsnote, die Mediatonic von

Das Mediaagentur-Rating 2012

(Gesamtnote gebildet aus dem Gesamteindruck, dem Bekanntheitsgrad und den Empfehlungen sowie den Einzelleistungen: Strategie, Kreativität, Beratung, Mediaeinkauf)



Klarer Leader: Mediaschneider weist mit Abstand die beste Gesamtnote aus.

den 56 Auftraggebern erhält, liegt allerdings mit 8.59 um 0.2 über derjenigen, die Mediaschneider von ihren 108 Auftraggebern bekommt. Unvorstellbar, dass von diesen 108 Auftraggebern 60 eine Erstempfehlung für sie abgeben. Mediatonic liegt mit 36 Erstempfehlungen schon deutlich zurück. Etwas weniger überragend, aber immer noch sehr gut, ist die Beurteilung der Einzelleistungen durch ihre Kunden. Die sehr hohen 9.11 für den Mediaeinkauf zum Beispiel reichen nur für Platz vier.

Mediatonic – der neue Herausforderer

Auch die an zweiter Stelle liegende Mediatonic schafft es lediglich beim Mediaeinkauf mit unglaublichen 9.71 auf den ersten Platz. Bei den andern Einzelleistungen muss sie den ersten Platz der Generation Media überlassen und mit Platz zwei vorliebnehmen. Insgesamt, bei der Gesamtnote, konnte Mediatonic um 0.24 zulegen.

Mediacom – die beste Netzwerkagentur

Mit praktisch der gleichen Note wie im Vorjahr belegt Mediacom den dritten Platz. Herauszustreichen sind die 26 Erstempfehlungen sowie die guten Noten für Strategie (9.3) und für Beratung (9.17), die jeweils den dritten Platz einbringen.

Der Abstand von Mediacom auf Platz vier ist unverändert geblieben. Nur die Agentur dahinter hat geändert. Neu auf dem vierten Platz befindet sich Konnex, die sich um 0.39 Notenpunkte verbessern konnte. Hervorzuheben gilt es die sehr guten 8.19 für den Gesamteindruck sowie die 8.64 für die Kreativität, was in beiden Fällen die drittbeste Beurteilung ist.

Auf Platz fünf liegt The Generation Media. Sie verdankt dies der sehr guten Beurteilung durch ihre Kunden. Mit Ausnahme des Mediaeinkaufs, wo sie auf Platz zwei liegt, ist sie bei den andern drei Einzelleistungen top. Auch

The Generation Media vermochte ihre Gesamtnote um 0.18 zu verbessern.

Von den übrigen nationalen Mediaagenturen, die zu keinem internationalen Netzwerk gehören, konnte sich auch ZipMedia stark verbessern (+0.4 Notenpunkte). Mit Ausnahme des Gesamteindrucks liegen alle andern Noten deutlich über dem Vorjahreswert.

Die strengere Beurteilung der Netzwerkagenturen

Die Tendenz der nationalen Kunden, in der Beurteilung ihrer zumeist nationalen Agenturen eher eine Begeisterung zum Ausdruck zu bringen, und umgekehrt die Tendenz der internationalen Kunden, ihre Netzwerkagentur eher nüchtern, kritisch zu beurteilen, macht sich im diesjährigen Agenturrating stärker bemerkbar als auch schon. So hat die Durchschnittsnote der nationalen Agenturen um 0.14 zu- und diejenige der Netzwerkagenturen um 0.1 Notenpunkte abgenommen. Und trotzdem bleibt es spannend zu sehen, wo in der Rangliste sich die Netzwerkagenturen einreihen und wie sich ihre Position verändert.

Die detaillierten Resultate gibt es hier: www.media-research-group.ch ■

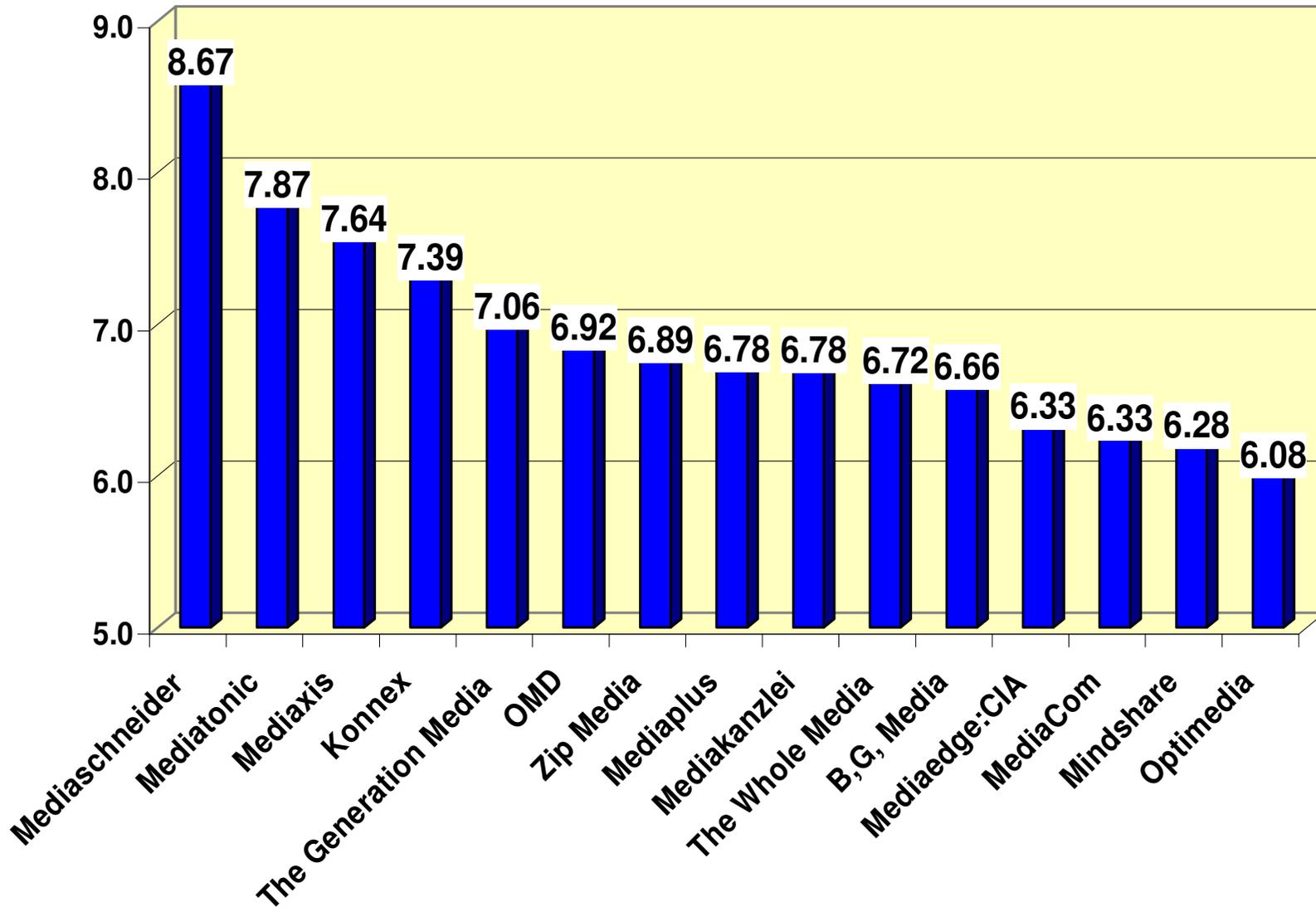
* Walter Weder ist Partner der Media.Research.Group

DAS RATING

Die Top-750-Werbeauftraggeber beurteilen in der Werbemarkt-Studie unter anderem die Mediaagenturen. Sie werden zum einen nach dem Gesamteindruck gefragt, den Mediaagenturen bei ihnen hinterlassen, zum andern möchte die Media.Research.Group von ihnen wissen, welche Mediaagenturen sie einem Kollegen weiterempfehlen würden. Zu diesen beiden Fragen dürfen sich alle Befragten äussern. Daneben beurteilen im Agenturrating die Kunden der Mediaagenturen die Leistungen ihrer Agentur.

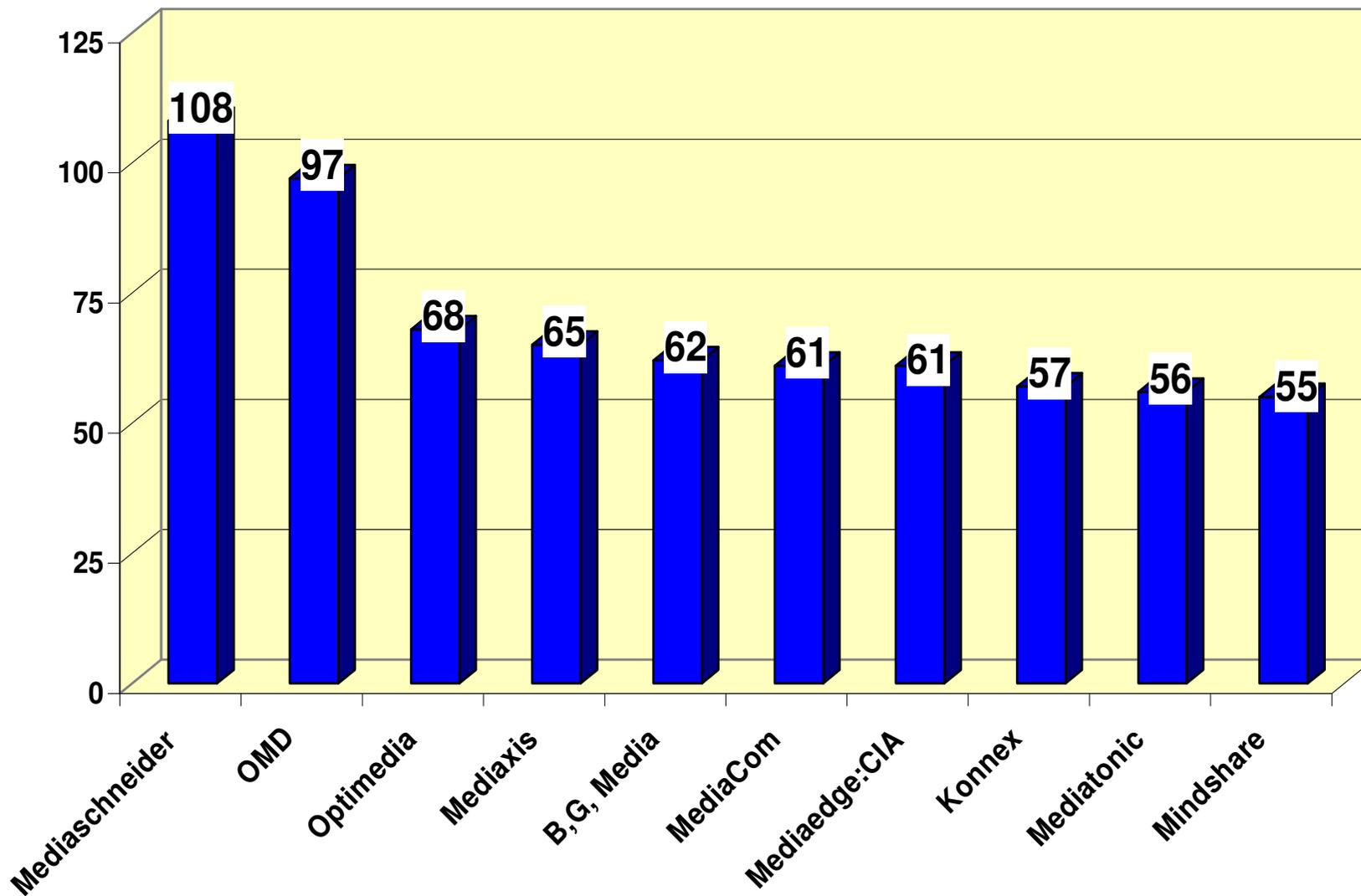
Das Mediaagentur-Rating 2012

(Gesamtnote gebildet aus dem Gesamteindruck, dem Bekanntheitsgrad und den Empfehlungen sowie den Einzelleistungen: Strategie, Kreativität, Beratung, Mediaeinkauf)



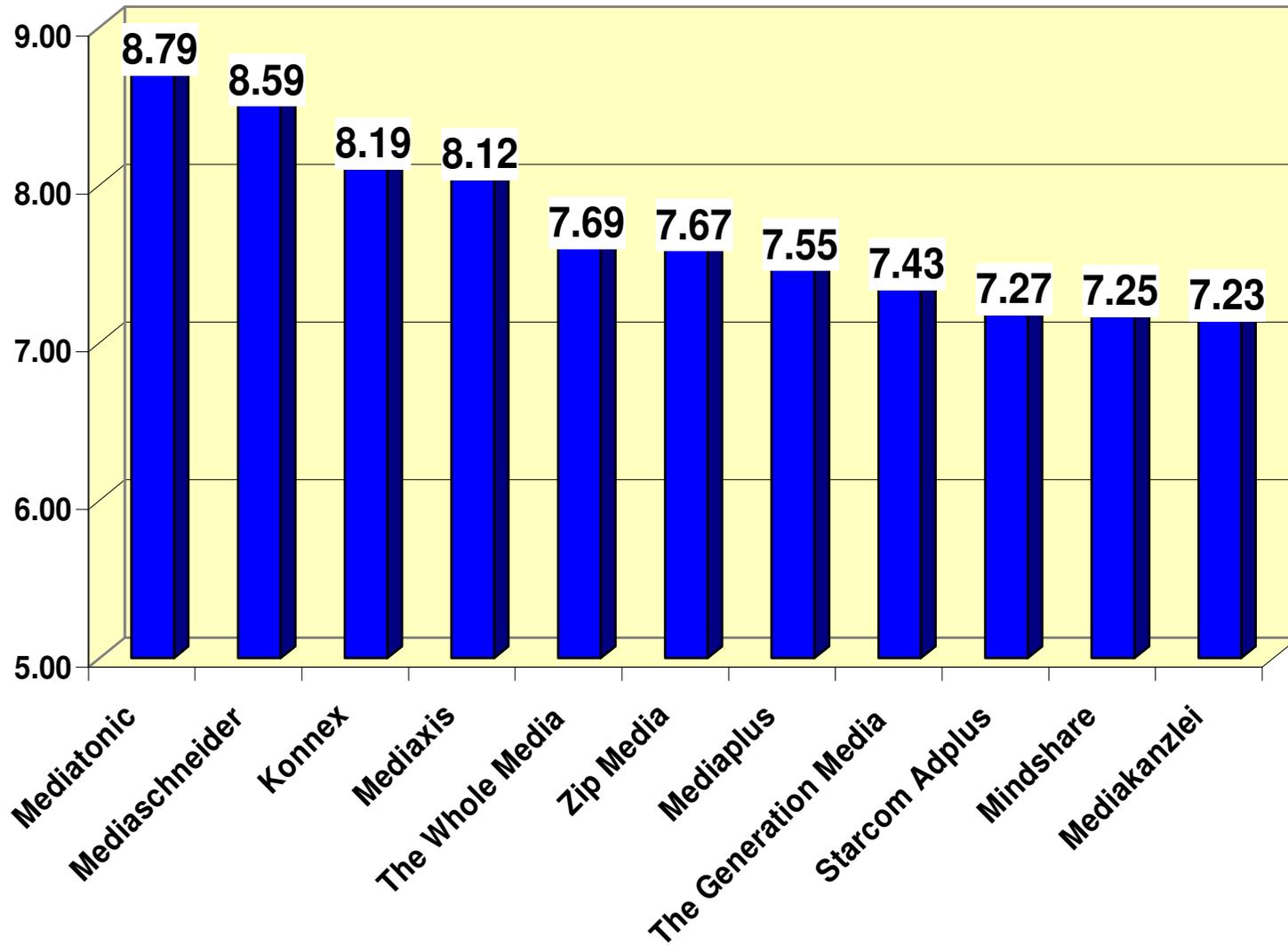
Der Bekanntheitsgrad bei Top750-Auftraggebern

(Anzahl erhaltene Urteile bei der Frage nach dem Gesamteindruck)



Das Image der Mediaagenturen bei Top750-Auftraggebern

(= Note für den Gesamteindruck)



Weiterempfehlung von Mediaagenturen durch Top750 Auftraggeber

