

An der Spitze des Rankings



Walter Weder
*Media.Research.
Group*

Walter Weder war bei der Tamedia (heute TX Group) Marketingleiter im Bereich Zeitschriften sowie bei der Neuen Zürcher Zeitung Marketingleiter für das gesamte Unternehmen. Anschliessend war er einige Jahre selbständiger Marketing- und Unternehmensberater. 2002 gründete er die Media.Research.Group, die die jährliche Werbemarktstudie durchführt, auf deren Basis die Agenturratings Mediaagenturen, Kreativ-Agenturen und Digital-Agenturen sowie der Horizont Medien Award für den besten Medienanbieter und Medienvermarkter ermittelt werden.

mediatonic gewinnt erstmals das Agenturrating Mediaagenturen. Lange hat mediatonic auf diesen Moment warten müssen. Manchmal schien es, als ob die Verantwortlichen von mediatonic selber nicht mehr daran glauben würden, dass dieses innig herbeigesehnte Ereignis doch noch eintreten werde.

Immer wieder haben sie die Ärmel nach hinten gekrempelt und sich der Aufgabe gestellt, von möglichst vielen Kunden eine Beurteilung ihrer Leistungen zu erhalten. Mal für Mal wurden sie enttäuscht, mussten mit dem zweiten Platz vorliebnehmen. So war es zumindest in den letzten 20 Jahren. Nun, im 21. Jahr, seit es dieses Agenturrating gibt, hat sich das Blatt gewendet, zum Guten für mediatonic.

Genau im Jahr ihres 20. Geburtstags ist es mediatonic endlich gelungen, zuoberst auf das Podest zu steigen und Mediaschneider abzulösen. Diesem war das Kunststück gelungen, die ersten 20 Austragungen des Agenturratings allesamt zu gewinnen. Der letztjährige Sieg von Mediaschneider fiel übrigens ebenfalls zusammen mit dem 20. Geburtstag seiner Agentur. Umso erstaunlicher ist es, dass Mediaschneider dieses Jahr nicht mehr dabei sein will. Wir respektieren diesen Wunsch und führen ihn in keiner Rangliste auf. Ganz ohne Nennung des Namens Mediaschneider geht es dann aber doch nicht. In Analysen, die sich auch auf vergangene Jahre beziehen, kommen wir nicht um die Nennung des Namens Mediaschneider herum. Und noch etwas, nicht ganz unwichtig: Hätte Mediaschneider mitgemacht, hätte er diesen Sieg von mediatonic nicht verhindern können.

Vor einem Jahr schrieben wir an dieser Stelle, dass „das Agenturrating allein mit einer sehr guten Beurteilung der Einzelleistungen nicht zu gewinnen ist. Ohne einen sehr hohen Bekanntheitsgrad und sehr vielen Erst-

Empfehlungen von Kunden und Nicht-Kunden bleibt der Zutritt zur obersten Stufe des Podests verwehrt. Dies deshalb, weil bei diesen beiden Disziplinen die Bandbreite der erteilten Noten viel grösser ist und es sehr viel Zeit braucht, an die Spitze vorzustossen“. Wir wollen mal sehen, ob sich diese Aussage anhand der diesjährigen Daten bestätigen lässt.

mediatonic mit stark verbesserter Bekanntheit bei den Top750 Werbeauftraggebern

Gefragt, wie gut sie mediatonic kennen, antworten 21.3 Prozent der Top750 Werbeauftraggeber, sie wüssten genau, wofür mediatonic steht. Übertroffen wird dieser Wert nur von Mediaschneider, dem 22.1 Prozent aller Auftraggeber diese höchste Form der Bekanntheit attestieren. Damit hat mediatonic den Rückstand

Ohne einen sehr hohen Bekanntheitsgrad bleibt der Zutritt zur obersten Stufe des Podests verwehrt.

Die Entwicklung der Bekanntheit von mediatonic

	2019	2020	2021	2022	2023
mediatonic	17,7	16,9	17,4	19,0	21,3
Mediaschneider	26,1	23,1	23,4	24,2	22,1

auf Mediaschneider auf 0.8 Prozent reduziert. Vor fünf Jahren betrug der Vorsprung von Mediaschneider auf mediatonic noch 8.4 Prozent.

Vor einem Jahr prognostizierten wir, dass mediatonic auf der höchsten Stufe der Bekanntheit einen Wert von 25 Prozent erreichen müsste, um den ersten Platz im Agenturrating erreichen zu können. „Eine schwierige Aufgabe, deren Machbarkeit aber immer mehr in den Bereich des Möglichen rückt“, kommentierten wir diese Aufgabe. Nun hat sie diesen Sprung nach ganz vorne schon mit 21.3 Prozent erreicht.

che Agentur sie einem Kollegen empfehlen würden oder ob eine andere Agentur den Vorzug bekommt. Ist die Anzahl der Erst-Empfehlungen, die eine Agentur erhält, grösser als die Anzahl Kunden, die an der Befragung ihre Beurteilungen abgegeben haben, so ist dies ein starker Hinweis auf das Potenzial dieser Agentur.

Bei den Empfehlungen liegt mediatonic schon seit einiger Zeit vorne. 2023 ist es ihr gelungen, ihren Vorsprung weiter auszubauen. 62 Werbeauftraggeber geben ihr heuer eine Erstempfehlung. Bei Mediaschneider sind es gerade mal halb so viele. Alle anderen Agenturen liegen sehr weit zurück. Ein starker Hinweis darauf, dass der Award auch in Zukunft mit Höchstnoten bei den Fragen zum Potenzial zumindest vorentschieden wird.

Vor fünf Jahren lag Mediaschneider mit 58 Erstempfehlungen noch klar vor mediatonic mit 51 Erstempfehlungen an der Spitze.

Seit 2020 steht mediatonic immer an der Spitze der Anzahl der Erstempfehlungen.

mediatonic erhält am meisten Erst-Empfehlungen

Die Frage zu den Empfehlungen, die eine Agentur von ihren Kunden, aber auch von Dritten erhält, zeigt auf, ob Auftraggeber sofort an ihre Agentur denken, wenn sie gefragt werden, wel-

Die Entwicklung der Erst-Empfehlungen von mediatonic

	2019	2020	2021	2022	2023
mediatonic	51	46	49	57	62
Mediaschneider	58	41	46	45	31

mediatonic ist die einzige Mediaagentur, die eine Bewertung von über von 8,0 in der Kategorie „Note Insgesamt“ erhält.

mediatonic erstmals mit bester Gesamtnote beim Agenturrating Mediaagenturen

mediatonic hat 2023 ihre Gesamtnote gegenüber dem Vorjahr um 0.03 Notenpunkte, von 8.24 auf 8.27 verbessert. Sie ist die einzige Mediaagentur mit einer Note über 8.0 und liegt 0.35 Punkte vor Konnex, der am zweitbesten beurteilten Mediaagentur. Auf Platz drei folgt mit 7.52 Punkten die ZipMedia.

Die Gesamtnote wird gebildet aus den Einzelnoten für den Bekanntheitsgrad, den Empfehlungen und den Gesamteindruck sowie die fünf Aspekte der Mediaagentur-Arbeit: die Strategie, die Kreativität, die Beratung, der Media-Einkauf und die digitale Kompetenz.

Die Fragen zum Bekanntheitsgrad, zu den Empfehlungen und zum Gesamteindruck dürfen von allen Befragten beantwortet werden, die Fragen über die fünf Einzelleistungen ausschliesslich von den Agenturkunden, die diese Leistungen auch tatsächlich in Anspruch nehmen.

Die Kunden von mediatonic sind mit ihrer Mediaagentur sehr zufrieden

mediatonic erhält von ihren Kunden für jede dieser Leistungen eine Note über 8.0 Punkte. Die beste Note bekommt mediatonic für den Media-Einkauf: 9.25 (= +0.16), die zweitbeste für die Beratung: 9.24 (= +0.09), die drittbeste für die Strategie: 8.98 (= +0.07), die viertbeste für die Digitale Kompetenz: 8.40 (= +0.08) und die fünfbeste für die Kreativität: 8.27 (= +0.12).

Beim Media-Einkauf und der Digitalen Kompetenz belegt mediatonic den zweiten Platz, bei der Beratung, der Strategie und der Kreativität den dritten Platz.

mediatonic - die Agentur mit dem besten Gesamteindruck

Die befragten Auftraggeber waren gebeten, denjenigen Agenturen eine Note für den Gesamteindruck zu geben, mit denen sie arbeiten, bzw. die sie kennen. Seit mehr als 10 Jahren erzielt mediatonic die beste Note für den Gesamteindruck. 2023 beträgt ihre Note 8.33 Punkte (= -0.10). Damit liegt sie 0.14 vor Konnex und 0.33 vor ZipMedia.

AGENTURRATING MEDIAAGENTUREN 2023: DIE GESAMTNOTE	
mediatonic	8,27
Konnex	7,92
ZipMedia	7,52
Publicis Media	7,46
Havas Media	7,37
Mediaplus	7,17
The Generation Media	6,83
OMD	6,81
MediaCom	6,76
Mindshare	6,76
Zenith	6,70
PHD	6,55
Dentsu Aegis	6,25
mmb	5,48

Breit abgestützte Ergebnisse des Agenturratings

Die grosse Bedeutung dieser Studie zeigt sich in der grossen Zahl der Teilnehmenden. In diesem Jahr haben 372 der Top750 Werbeauftraggeber (= 49.6 Prozent) an der Werbemarkt-Studie teilgenommen. Dies sind 8 mehr als in den letzten beiden Jahren. Von diesen haben 315 oder 85 Prozent einer oder mehreren Mediaagenturen eine Note für den Gesamteindruck erteilt. Dies ist eine Abnahme gegenüber dem Vorjahr von 12 Auftraggebern (= 5 Prozent).

Über alles gesehen, liegt das 2023er Ergebnis von mediatonic über demjenigen des Vorjahres. mediatonic hat mit dem ersten Platz im diesjährigen Agenturrating seine starke Position im Werbemarkt weiter ausgebaut und sein Profil als wertvoller Partner für Auftraggeber, Werbeagenturen und Medienunternehmen im Schweizer Werbemarkt zweifelsfrei unter Beweis gestellt.