

mediatonic: independent media thinking since 2003



Chris Fluckiger
Founder & CEO
Delegierter des
Verwaltungsrates
mediatonic

Am 27. Oktober 2003 wurde mediatonic offiziell im Handelsregister des Kantons Genf eingetragen.

In dieser Phase meines Lebens fiel es mir leicht, eine Mediaagentur zu gründen, es war für mich sogar naheliegend. Ich war in dieser Branche bereits tätig gewesen und voller Tatendrang und Freiheitsdurst. Das war wichtiger als alles andere. Auch meine persönliche und familiäre Lage erlaubten mir damals, mich einer solchen Herausforderung zu stellen.

Nicht im Traum wäre mir damals eingefallen, dass die Agentur 7163 Tage später ihr 20-jähriges Bestehen feiern würde, und erst recht nicht, dass sie sich zu einer relevanten Grösse in der Geschichte der Schweizer Mediaagenturen entwickeln würde.

Dennoch – was für eine Geschichte, und was für ein Abenteuer! Wie schon Walt Disney zu sagen pflegte: „If you can dream it, you can do it.“ So haben wir bei diesem wunderbaren Unternehmen auch gehalten.

Vor 20 Jahren gab es noch kein Facebook, Youtube, Twitter, Snapchat oder Tiktok. Google war gerade erst vor 5 Jahren eingeführt worden. Vor 20 Jahren steckte die digitale Welt noch in den Kinderschuhen.

Vor 20 Jahren gehörten Ausdrücke wie SEA, SEO, Native Advertising, Hacken, Tracken, Feeden, Machine Learning, Online Trading, Programmatic Buying, pDOOH, Ad Operation, Streaming, VOD, Influencer Marketing, Chatbot, generative KI usw. noch nicht zu unserem Wortschatz. Wir

gaben uns damit zufrieden, vor allem Kampagnen in offline-Medien zu planen. Das Aufkommen neuer Kommunikationskanäle führte zu neuen zielführenden Marketing-Hebeln. Unser Metier wurde dadurch von Grund auf verändert, auf den Kopf gestellt und komplett revolutioniert.

Für eine unabhängige Agentur wie die unsere stellten diese Veränderungen und permanenten Weiterentwicklungen beträchtliche Herausforderungen dar, denen man sich stellen musste – und auch heute noch stellen muss. Es ist ein permanenter Balanceakt, den Trends zu folgen, neue Tendenzen frühzeitig zu erkennen und die nötigen Kenntnisse und entsprechenden Instrumente zu entwickeln, um fachlich immer an der Spitze zu bleiben. Auch bei den Mitarbeitenden durfte man nie ins Hintertreffen geraten, musste sich immer wieder neu aufstellen und vor allem die Beschäftigten fortbilden oder sogar Fachkräfte mit anderem Profil finden, die den neuen Herausforderungen gewachsen waren.

Die frenetische, vielschichtige und zuweilen auch zerstörerische Entwicklung dieser letzten Jahrzehnte wurde dann durch geopolitische Konflikte und Probleme für die öffentliche Gesundheit getrübt, die zu Verhaltensänderungen wie dem Home-Office, Videokonferenzen usw. geführt haben. Auch die Gewohnheiten und Arbeitsweisen wurden umgekrempelt, und die Beziehungen zu unseren Kunden und Partnern haben sich ebenfalls verändert.

Heute arbeitet mehr als die Hälfte der 41 Mitarbeitenden der Agentur in Bereichen, die es vor 20 Jahren praktisch noch nicht gab. Mittlerweile generiert die Agentur über 60% ihrer

20 Jahre
mediatonic
2003
2023

Einnahmen im digitalen Bereich. Gemeinsam versuchen wir, so gut wie möglich voranzukommen und uns unter diesen in stetigem Wandel begriffenen Bedingungen weiterzuentwickeln. Unsere Kunden sind für uns eine unerschöpfliche Inspirationsquelle. Sie haben uns dazu gebracht, unsere Kenntnisse immer weiter zu vertiefen, weil wir ihrer Entwicklung und ihrem Geschäftsmodell folgen mussten. Der E-Commerce ist dafür ein besonders gutes Beispiel.

Die Zeit vergeht wie im Fluge. Diese Aussage klingt sehr global, besitzt in unserer Branche jedoch eine ganz spezielle Dimension, insbesondere, wenn man eine unabhängige Agentur ist. Heutzutage „up-to-date“ zu bleiben, ist der reinste Hürdenlauf. Es ist für alle Akteure unserer Branche keine leichte Aufgabe, mit dem frenetischen Tempo dieser technologischen Entwicklung Schritt zu halten. Wir müssen uns permanent neu erfinden, neue Instrumente entwickeln und Lösungen finden, die strategische, kreative und medientechnische Fragen gleich gut beantworten.

In stürmischen Gewässern auf Kurs und gleichzeitig unabhängig zu bleiben und sich dabei erfolgreich (und auch langfristig!) einen Platz in der Welt der Schweizer Media-Agenturen zu sichern – dass uns das gelungen ist, erfüllt uns mit Stolz. Wir sind zu Media-Architekten geworden,

die 40 Kunden aus allen Bereichen der Paid-Media bedienen. In den RECMA- und MRG-Rankings für die besten Schweizer Media-Agenturen sind wir immer unter den Bestplatzierten, und im LSA-Ranking werden wir als sechstgrösste Schweizer Agentur geführt. Wir sind mediatonic.

Ich habe die Kommunikationsbranche immer geliebt, allem voran die Medienwelt. Die wichtigste Entdeckung war jedoch dieser Mikrokosmos wundervoller Menschen. Kunden, Partner und Kollegen verbindet eine gemeinsame Leidenschaft. Zusammen tun sie alles, um stets die innovativsten und effizientesten Lösungen zu finden.

Müsste ich wählen, dann wären mir ganz sicher die vielen Begegnungen mit beeindruckenden Menschen am wichtigsten.

Liebe Kunden und Media-Partner, ich danke Ihnen allen aus tiefsten Herzen, denn nur dank Ihnen konnte dieser Traum Wirklichkeit werden. Auch meinem Verwaltungsrat und meinem Management möchte ich dafür danken, dass sie dieses Schiff sicher durch viele Stürme und Untiefen gesteuert und mediatonic zu dem Flaggschiff gemacht haben, das es heute ist. Schliesslich gilt mein Dank auch allen Kolleginnen und Kollegen bei mediatonic. Dass ich diesen Weg gemeinsam mit Ihnen allen gehen darf, ist für mich ein Geschenk, über das ich mich jeden Tag aufs Neue freue.

In stürmischen Gewässern auf Kurs und gleichzeitig unabhängig zu bleiben und sich dabei erfolgreich auch langfristig einen Platz in der Welt der Schweizer Media-Agenturen zu sichern erfüllt uns mit Stolz.

MANAGEMENT VON MEDIATONIC:
(von links nach rechts)

Matthieu Robert, Co-owner & Head of Digital

Marco Rose, Co-owner & Head of Strategy

Claudia Schroeter, Co-owner & Head of TV

Julie Rossi, Co-owner & Head of Operations

Joey Allegro, Financial Officer

Chris Fluckiger, CEO & Founder



