mediatonic – die führende Schweizer Mediaagentur aus der Westschweiz

Walter Weder
Media.Research. Group

Walter Weder war bei der Tamedia 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 beiden Agenturratings, Mediaagenturen und Werbeagenturen sowie der Horizont Medien Award für den besten Medienanbieter und Medienvermarkter ermittelt werden.

Das Agenturrating Mediaagenturen, das von der Media.Research. Group seit 2003 bei den Top 750-Auftraggebern im Schweizer Werbemarkt erhoben wird, besteht aus Fragen, zu denen sich alle Auftraggeber unabhängig von ihrer aktuellen Beziehung zur beurteilten Agentur äussern dürfen sowie aus Fragen über einzelne Agentur-Leistungen, die nur diejenigen beantworten dürfen, die diese Leistungen als Kunde der beurteilten Agentur im vergangenen Jahr auch tatsächlich in Anspruch genommen haben. Erstere bringen das Wachstumspotenzial einer Agentur zum Ausdruck, die andern die Zufriedenheit der Kunden mit ihrer Agentur.

mediatonic erhält in allen Disziplinen des Agenturratings Top-Noten

Äusserst beeindruckend ist, dass eine Agentur, die aus der Westschweiz kommt, sämtliche Agenturen, die zu einem internationalen Netzwerk gehören, weit hinter sich zu lassen vermag. Und dies nicht nur vereinzelt, sondern gleich in allen acht Disziplinen, aus denen der Sieger des Agenturratings ermittelt wird.

Die Bekanntheit von mediatonic nimmt stetig zu

Ein Schlüssel zum Erfolg im Agenturrating ist die Bekanntheit. Eine Agentur, die nur wenige kennen, im schlimmsten Fall nur gerade die eigenen Kunden, hat kaum Chancen auf einen Spitzenplatz.

Gemessen wird die Bekanntheit mit der Frage: „Wie gut kennen sie die folgenden Mediaagenturen?" Dabei stehen dem Befragten folgende Antwortmöglichkeiten zur Verfügung:

- ich weiss, wofür diese Agentur steht
- ich kenne einzelne Arbeiten/Kunden dieser Agentur
- ich kenne diese Agentur nur dem Namen nach
- ich kenne diese Agentur überhaupt nicht

Wie steht es um die Bekanntheit von mediatonic?

2018 haben 65 Auftraggeber gesagt, sie wüssten, wofür mediatonic steht. 2015 wussten dies erst 50 Auftraggeber. Damit schafft sich mediatonic das Potenzial, um seine bereits jetzt schon starke Marktposition weiter auszubauen.

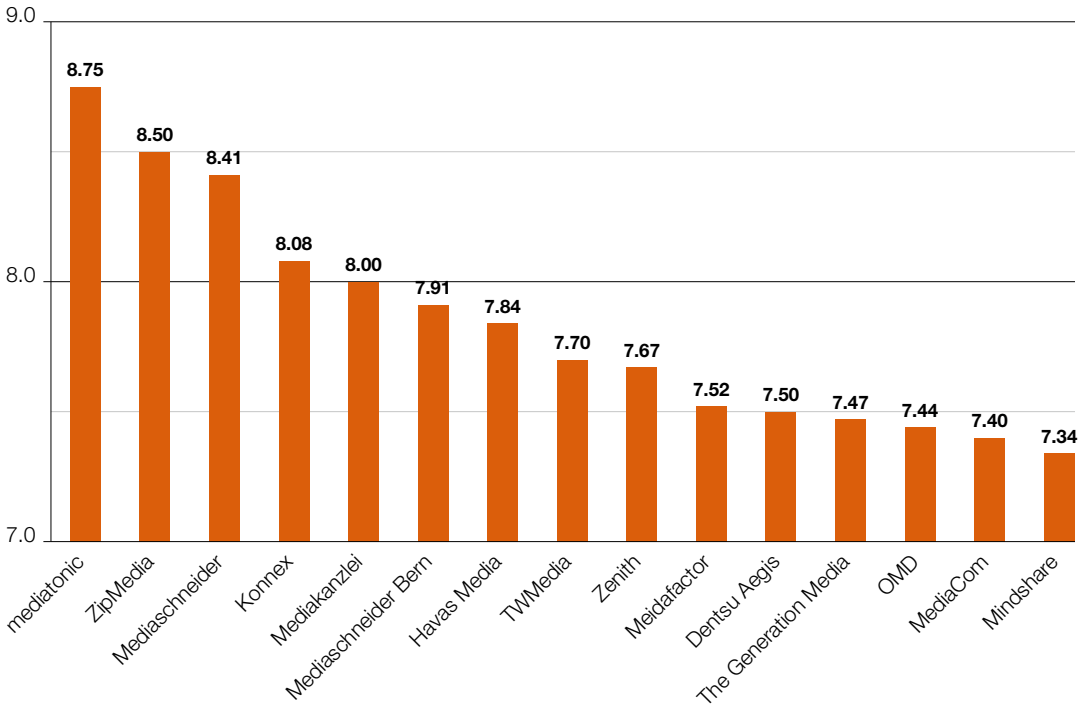
Äusserst beeindruckend ist, dass eine Agentur, die aus der Westschweiz kommt, sämtliche Agenturen, die zu einem internationalen Netzwerk gehören, weit hinter sich zu lassen vermag.

Übertroffen wird mediatonic nur von Mediaschneider, die bei 87 Auftraggebern die höchste Bekanntheitsstufe erreicht. Einsame Spitze ist mediatonic im Westschweizer Werbemarkt. Drei von vier Auftraggebern (73.3 Prozent) wissen, wofür mediatonic steht. Nächstbeste Agentur ist Zenith, bei der gerademal jeder fünfte Werbeauftraggeber (20 Prozent) sagt, er wisse, wofür sie steht.

mediatonic – seit Jahren die Mediaagentur mit dem besten Gesamteindruck bei den Werbeauftraggebern

Seit 2010 hält mediatonic diesen Spitzenplatz inne. Mit ihrer Note von 8.75 liegt sie deutlich vor ZIPMedia (8.50) und Mediaschneider (8.41). Mit Ausnahme von Havas Media liegen alle andern Netzwerkagenturen mehr als ein ganzer Notenpunkt hinter mediatonic zurück. Zum besseren Verständnis sei nochmals gesagt: Zum Gesamteindruck darf sich jeder befragte Werbeauftraggeber äussern, der vielleicht früher einmal mit mediatonic gearbeitet hat oder gerne mit mediatonic zusammenarbeiten möchte, dies aber aus irgendeinem Grund nicht kann oder einfach von einem Kollegen über die Arbeit von mediatonic gehört hat.

Das Mediaagentur-Rating 2018: Der Gesamteindruck



Netzwerkagenturen werden nur selten einem Kollegen weiterempfohlen

Die Überlegenheit des Führungsduos Mediaschneider/mediatonic kommt auch bei den Empfehlungen zum Ausdruck. Auf die Frage, welche Mediaagentur einem Kollegen, einer Kollegin als erste empfohlen würde, nennen 57 Werbeauftraggeber Mediaschneider und 51 mediatonic. Havas Media, die beste Netzwerkagentur bringt es gerade mal auf halb so viele Erstempfehlungen (23), OMD als zweitbeste auf 17. Eindrücklicher kann die Überlegenheit nicht mehr zum Ausdruck gebracht werden.

Allein schon diese Zahlen belegen, dass mediatonic im Schweizer Werbemarkt zu einem Key Player geworden ist.

Allein schon diese Zahlen belegen, dass mediatonic im Schweizer Werbemarkt zu einem Key Player geworden ist. Aber es kommt noch einiges oben drauf.

mediatonic ist zusammen mit der Mediakanzlei die „Agentur mit den zufriedensten Kunden“

Ein kurzer Einblick noch in den andern Teil des Agenturratings, bei dem die Auftraggeber nur ihre eigene Mediaagentur beurteilen dürfen. Fünf verschiedene Leistungen gehen in die Wertung ein: die Strategie, die Kreativität, die Beratung, der Media-Einkauf sowie die digitale Kompetenz. Die durchschnittliche Note dieser fünf Beurteilungen bringt die Zufriedenheit der Auftraggeber mit ihrer Mediaagentur recht gut zum Ausdruck.

mediatonic belegt bei allen fünf Leistungen den zweiten Platz, auch bei der 2017 erstmals abgefragten digitalen Kompetenz. Von 2013 bis 2017 lag mediatonic bei der Kundenzufriedenheit immer auf dem ersten Platz. Nun ist sie von der Mediakanzlei abgelöst worden, einer eher kleineren Agentur, die sich mit einer geringeren Kundenzahl von Jahr zu Jahr stetig nach vorne gearbeitet hat.

Netzwerkagenturen schneiden bei dieser Leistungsbeurteilung tendenziell eher weniger gut ab. Ihre Auftraggeber sind zum grossen Teil der Schweizer Sitz eines internationalen Konzerns bzw. grössere Schweizer Unternehmen. Diese neigen zu eher kritischen Beurteilungen, was dazu führt, dass sich die Netzwerkagenturen eher in der hinteren Ranglistenhälfte wieder finden. Die bestbeurteilte Netzwerkagentur ist Havas Media.

Insgesamt darf man das Votum für mediatonic als ausgezeichnet bezeichnen. Und dies macht mediatonic als Partner für die Player im Schweizer Werbemarkt sehr wertvoll.