

Media-Agentur Ranking: mediatonic immer bei den Besten



Walter Weder
*Media.Research.
Group*

Walter Weder war bei der Tamedia Marketing-leiter 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 wird seit 2003 jährlich als Teil der Werbemarkt-Studie bei den Top750-Auftraggebern im Schweizer Werbemarkt erhoben.

Das Media-Agentur Ranking besteht einerseits aus Fragen, zu denen sich alle Auftraggeber, unabhängig von ihrer aktuellen Beziehung zur beurteilten Agentur, äussern dürfen sowie aus Fragen über einzelne Aspekte der Mediaagentur-Arbeit, 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 andere die Zufriedenheit der Kunden mit ihrer Agentur.

Die einzelnen Kriterien wurden seinerzeit mit Mediaagenturen, der Fachpresse und Vertretern weiterer Institutionen festgelegt. Diese wurden inzwischen auch verändert und erweitert. So wurde in den Anfängen des Agenturratings die Bekanntheit nicht explizit abgefragt. Die Note für die Bekanntheit wurde einfach aus der Anzahl abgegebener Urteile beim Gesamteindruck abgeleitet. Heute wird die Bekanntheit mit einer eigenen Frage gemessen.

Die vorläufig letzte Änderung am Agenturrating wurde vor drei Jahren vorgenommen, als mit der digitalen Kompetenz ein zusätzlicher Aspekt der Mediaagentur-Arbeit in die Kriterienliste aufgenommen wurde.

Breit abgestützte Ergebnisse des Agenturratings

Die grosse Bedeutung dieser Studie zeigt sich in der grossen Zahl der Teilnehmenden. In diesem Jahr haben 366 Auftraggeber an der Werbemarkt-Studie teilgenommen. Dies sind nur gerade 9 Auftraggeber weniger als im Vorjahr, dem mit 375 Antworten bisher besten Jahr. Von diesen haben 288 einer oder mehrerer Mediaagenturen eine Note für den Gesamteindruck erteilt. Insgesamt ergibt dies 890 Noten für den Gesamteindruck. 254 Auftraggeber haben zudem die einzelnen Leistungen ihrer Mediaagentur beurteilt. Da einzelne Auftraggeber mit mehreren Agenturen arbeiten und für jede Agentur fünf Leistungen zu beurteilen sind, ergibt dies ein Total von 1 610 Noten.

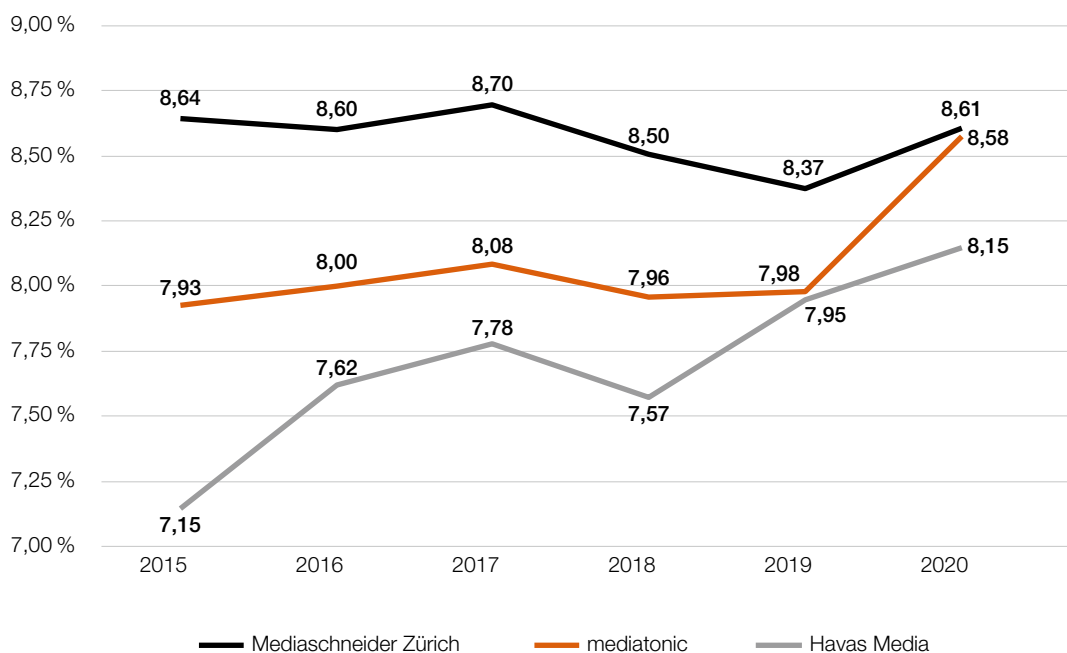
Der auf einer so breiten Basis gekürte Sieger steht wahrlich nicht zufällig zuoberst auf dem Podest.

Dies belegt mit aller Deutlichkeit, dass das Agenturrating Mediaagenturen sehr breit abgestützt ist. Der auf einer so breiten Basis gekürte Sieger steht wahrlich nicht zufällig zuoberst auf dem Podest. Dass es dem Seriensieger der letzten Jahre auch 2020 gelungen ist, den ersten Platz im Agenturrating zu belegen, erstaunt nicht wirklich. Die Zürcher Grossagentur Mediaschneider ist seit Jahren auch die Agentur mit der grössten Bekanntheit und den meisten Erstempfehlungen. Dass mit mediatonic eine vergleichsweise kleinere Mediaagentur, die zudem nicht aus dem Grossraum Zürich stammt, die grosse Mediaschneider immer stärker zu bedrängen und vielleicht auch bald vom Thron zu stossen vermag, dies verwundert dann schon sehr.

mediatonic bildet zusammen mit Mediaschneider Zürich und Havas Media das Führungstrio der Schweizer Mediaagenturszene

Seit sechs Jahren liegen nun die gleichen drei Agenturen in der gleichen Reihenfolge an der Spitze des Agenturratings Mediaagenturen. Der Vorsprung von Mediaschneider Zürich auf mediatonic war in den ersten Jahren dieses Dreikampfs beträchtlich. 2015 betrug er 0.71 Punkte. In den folgenden Jahren ging er stetig leicht zurück, blieb aber immer noch auf der respektablen Höhe von 0.54 Punkten. Im letzten Jahr ist er auf 0.39 Punkte gesunken, was von uns wie folgt kommentiert wurde: «Da bleibt immer noch ein schönes Stück Arbeit, um den verbliebenen Rückstand wettzumachen.» Und dann ist plötzlich alles viel schneller gegangen. Der beruhigende Vorsprung ist auf einen Schlag fast zur Gänze weggeschmolzen. Verblieben sind ganze 0.03 Punkte.

Die Entwicklung der Gesamtnote im Agenturrating Mediaagenturen



mediatonic ist die Agentur mit dem besten Gesamteindruck

Eine der Fragen, zu denen sich alle Auftraggeber äussern dürfen, ist die Frage zum Gesamteindruck, den sie von den 21 abgefragten Mediaagenturen haben. Sie waren gebeten, denjenigen Agenturen eine Note zu geben, mit denen sie arbeiten, bzw. die sie kennen. Im Durchschnitt hat jeder Befragte 3 Agenturen beurteilt. Wie immer in den vergangenen elf Jahren erzielt mediatonic die beste Note. 2020 beträgt die Note 8.85 Punkte. Diese sehr hohe Note ist für mediatonic nichts Ausserordentliches. Sie bekam schon zweimal Noten über 9 Punkte.

Das Führungstrio wird am häufigsten von den eigenen Kunden beurteilt

Die drei Agenturen mit den besten Gesamtnoten verdanken ihre gute Rangierung nicht etwa dem Umstand, dass sie nur von wenigen «wohl gesinnten» Kunden beurteilt

wurden. Das Gegenteil trifft zu. Sie sind die Agenturen, die am häufigsten beurteilt wurden. mediatonic wurde von 41, Mediaschneider Zürich von 31 und Havas Media von 30 Kunden beurteilt. Dies sind zwar deutlich weniger Beurteilungen als im

Vorjahr. Diese drei Agenturen werden aber immer noch von wesentlich mehr Kunden beurteilt als die nachfolgenden Agenturen.

mediatonic ist die Agentur mit den zufriedensten Kunden

Die Auftraggeber hatten fünf Aspekte der Mediaagentur-Arbeit zu beurteilen: die Strategie, die Kreativität, die Beratung, der Media-Einkauf und die digitale Kompetenz. Die durchschnittliche Note dieser fünf

Beurteilungen bringt die Zufriedenheit der Auftraggeber mit ihrer Mediaagentur recht gut zum Ausdruck. Zum wiederholten Mal darf sich mediatonic als die Agentur mit den zufriedensten Kunden feiern lassen. Dass dies nicht ganz so einfach ist, zeigt ein Blick auf das Resultatblatt der letzten beiden Jahre. Im letzten Jahr holte sich mediatonic den ersten Platz mit einem Vorsprung von lediglich 0.01 Punkten. Diesmal ist der Vorsprung etwas grösser, beträgt aber auch nur 0.08 Punkte. Zudem ist die stärkste Verfolgerin immer wieder eine andere Agentur.

mediatonic - gemeinsam mit Mediaschneider die Agentur mit der grössten digitalen Kompetenz

Bei der digitalen Kompetenz, dem Kriterium, das erst vor drei Jahren in die Liste der zu beurteilenden Leistungen aufgenommen wurde, ist es zu einem Zusammenschluss an der Spitze gekommen. Mediaschneider und mediatonic werden von den Auftraggebern exakt die gleiche digitale Kompetenz zugesprochen. Die Note, die sie dafür erhalten, beträgt 8.71 Punkte.

Ueber alles gesehen, übertrifft das 2020er Ergebnis von mediatonic dasjenige aus dem Vorjahr. Und schon dieses wurde als ausserordentlich gut eingestuft. Dies macht mediatonic zu einem sehr wertvollen Partner für Auftraggeber, Werbeagenturen und Medienunternehmen im Schweizer Werbemarkt.

Das diesjährige Ergebnis macht mediatonic zu einem sehr wertvollen Partner für Auftraggeber, Werbeagenturen und Medienunternehmen im Schweizer Werbemarkt.