

mediaschneider verteidigt Rang 1 trotz Kategoriewechsel

RATING MEDIAAGENTUREN Man kann die Berechnung des Gewinners im Agenturrating um die Krone der besten Mediaagentur drehen und wenden, wie man will. Sieger ist und bleibt mediaschneider. Dieses Jahr ging mediaschneider als eine der umsatzstärksten Mediaagenturen nicht mehr bei den nationalen Agenturen an den Start, sondern bei den grossen oder internationalen.

VON WALTER WEDER*

■ Im Rahmen der jährlichen Werbemarkt-Studie werden die Top-500-Werbeauftraggeber im Schweizer Werbemarkt gebeten, die Mediaagenturen zu beurteilen. Zum einen werden sie nach dem Gesamteindruck gefragt, den Mediaagenturen bei ihnen hinterlassen, zum andern wollen wir 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.

Änderungen im Rating

Das diesjährige Agenturrating weist drei Änderungen auf. Zwei davon betreffen die Berechnung der Gesamtnote. Bis anhin wurde diese aus den von Werbeauftraggebern abgegebenen Einzelnoten für den Gesamteindruck, die Empfehlungen, die Strategie, die Kreativität, die Beratungsleistung und den Mediaeinkauf sowie den Urteilen der Medienunternehmen gebildet. In diesem Jahr wurden Letztere wieder fallen gelassen, weil sie zu einseitig ausgefallen sind und dadurch den Aussagewert der Gesamtnote beeinträchtigt haben.

Neu als siebtes Kriterium hinzugekommen ist – und dies ist die zweite Änderung, analog derjenigen beim Rating der Werbeagenturen – die Bekanntheit der Mediaagenturen im Werbemarkt, bzw. die Anzahl erhaltener Urteile zum Gesamteindruck. Als dritte Änderung wird die erste Kategorie umbenannt in «Mediaagenturen mit Anschluss an ein internationales Netzwerk und/oder einem Umsatz >100 Mio.». Durch diese Änderung wechselt mediaschneider von der nationalen in die Kategorie der grossen oder internationalen Agenturen.

Bessere Noten für Agenturen der nationalen Kategorie

Selbst nachdem mediaschneider, als Spitzenagentur mit besten No-

ten, die nationale Kategorie verlassen hat, weist diese immer noch bei allen vier Einzelleistungen bessere Noten auf als die internationale Kategorie. Am grössten ist die Differenz bei der Kreativität. Hier liegt die Durchschnittsnote der zehn nationalen Agenturen genau einen Notenpunkt über derjenigen der 13 internationalen

die aufstrebende Mediaagentur aus der Westschweiz, die in den letzten Jahren immer mit dem zweiten Platz vorliebnehmen musste. mediatonic hat mit ihrer Gesamtnote von 7.63 gegenüber dem Vorjahr ganz leicht zugelegt (2010: 7.51). Diesen Spitzenplatz holt sich mediatonic durch Bestnoten für den Gesamteindruck und bei den

Einzelleistungen reicht es hingegen zu einem Podestplatz.

Auf Platz drei vorgerückt ist The Generation Media. Sie verdankt dies der guten Beurteilung durch ihre Kunden. Mit Ausnahme der Kreativität erreicht sie bei den andern drei Einzelleistungen den Spitzenwert dieser Kategorie.

Das Rating der internationalen Mediaagenturen

Was den einen freut, ist des andern Leid. Durch den Umzug von mediaschneider aus der gallischen Provinz nach Rom verliert Mediaxis die Krone des Klassenbesten dieser Kategorie. mediaschneider erzielt ihre Glanznote von 8.80 in erster Linie durch erste Plätze beim Gesamteindruck (hier mit einem kleinen Vorsprung) sowie bei der Bekanntheit und den Empfehlungen (hier mit einem gewaltigen Vorsprung). Darüber hinaus belegt mediaschneider bei allen vier Einzelleistungen Platz zwei.

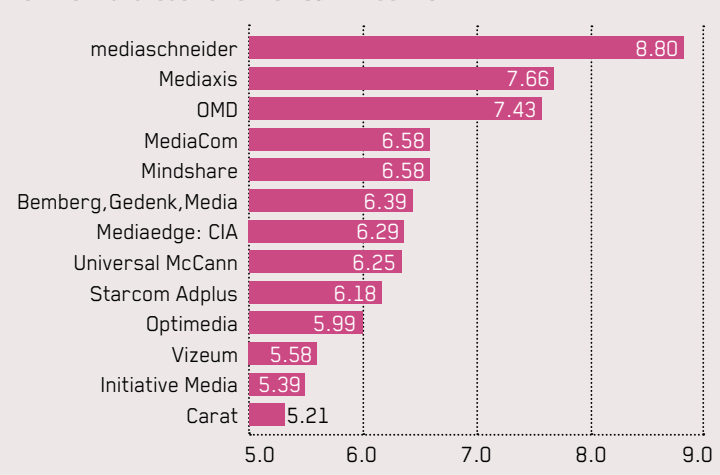
Mit einer starken Notenverbesserung von 6.96 auf 7.66 folgt dahinter Mediaxis. Sie hat mediaschneider bei allen vier Einzelleistungen den ersten Platz weggeschnappt, wird also in dieser Kategorie von den Kunden am besten beurteilt. Beim Gesamteindruck liegt Mediaxis auf dem zweiten und bei den Empfehlungen auf dem dritten Platz.

Ebenfalls mit einem deutlichen Notenplus von 0.73 Punkten folgt OMD. Viel zum guten Ergebnis hat der zweite Platz bei der Bekanntheit und den Empfehlungen beigetragen. Bei keiner der vier Einzelleistungen reicht es hingegen zu einem Podestplatz.

Die detaillierten Resultate gibt es hier: www.mediaresearchgroup.ch ■

Das Mediaagentur-Rating 2011

Gesamtnote der Mediaagenturen mit Anschluss an ein internationales Netzwerk und/oder einem Umsatz >100 Mio.



Agenturen (National: 8.30, International: 7.30). Am geringsten ist die Differenz beim Media-Einkauf (N: 8.67, I: 8.07), einer Disziplin, bei der man eigentlich erwartet, dass die internationalen Mediaagenturen mit dem grösseren Gewicht ihres Mediageschäfts eher besser abschneiden. Selbst beim Gesamteindruck, zu dem sich alle Auftraggeber und nicht nur die Kunden äussern dürfen, liegen die nationalen mehr als 0.5 Notenpunkte vor den internationalen Agenturen (N: 7.75, I: 7.18).

Das Rating der nationalen Mediaagenturen

Nach dem Kategorienwechsel von mediaschneider ist der Thron in der nationalen Kategorie verweist. Profitiert davon hat mediatonic,

Empfehlungen. Die Benotung der einzelnen Leistungen durch ihre Kunden fällt zwar sehr gut aus. Bei den Einzelleistungen werden aber eine oder mehrere Agenturen höher eingestuft. Bei der Strategie erzielt mediatonic die zweitbeste Note, bei der Beratung und dem Media-Einkauf reicht es noch für die drittbeste Note. Nur bei der Kreativität liegt mediatonic etwas weiter zurück.

Auf dem zweiten Platz liegt Konnex. Wie mediatonic verdankt sie dies in erster Linie den Urteilen des Gesamtmarktes und weniger denjenigen der eigenen Kunden. Konnex hat den höchsten Bekanntheitsgrad in dieser Kategorie und liegt beim Gesamteindruck und bei den Empfehlungen an zweiter Stelle. Bei keiner der vier



* Dr. Walter Weder, selbstständiger Medien- und Kommunikationsberater, ist Partner der Media.Research.Group.