

Media.Research-Studie

So denken die Auftraggeber

Spieglein, Spieglein an der Wand, wer ist die beste im ganzen Land? Die Media.Research.Group untersucht jährlich das Renommee der grössten Werbe- und Mediaagenturen. Mit überraschenden Resultaten.

Text: **Walter Weder** Grafik: **Media.Research.Group**

Die grossen Werbeauftraggeber sind mit den Leistungen ihrer eigenen Werbe- und Mediaagentur zufrieden.

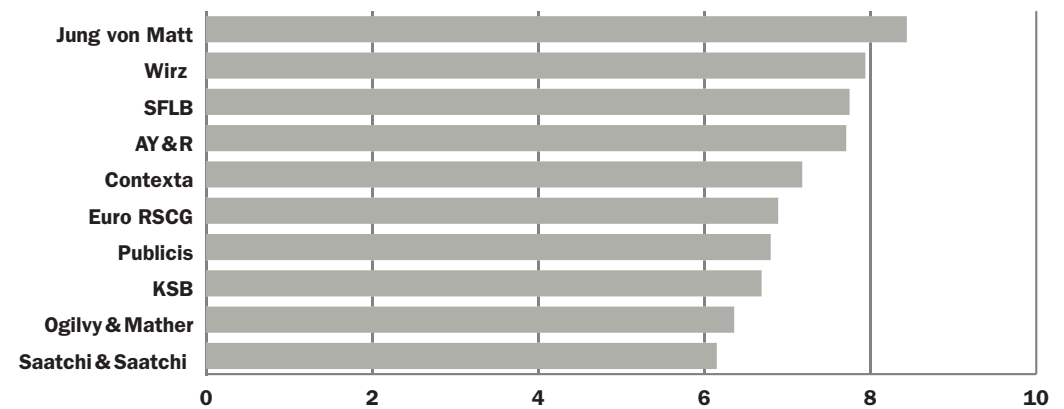
In der jährlich von der Media.Research.Group bei den grössten Auftraggebern im Schweizer Werbemarkt durchgeführten Werbemarkt-Studie werden unter anderem die Beurteilungen der wichtigsten Werbe- sowie sämtlicher Mediaagenturen erhoben. Dieses Jahr haben sich erstmals 400 Auftraggeber an dieser Umfrage beteiligt (2010 waren es 380).

Vergleicht man die gesamthaften Urteile der letzten fünf Jahre, so erkennt man, dass sich die Beurteilung der eigenen Werbeagentur derjenigen der eigenen Mediaagentur angeglichen hat. Vor fünf Jahren betrug die durchschnittliche Note aller Einzelleistungen der Werbeagenturen (Kreativität, Strategie und Beratung) 7.78. Die Note für die Leistungen der Mediaagenturen (Strategie, Kreativität und Mediaeinkauf) lag bei 8.09. Diese Durchschnittsnote der Mediaagenturen hat sich, von geringfügigen Schwankungen abgesehen, im Verlaufe der letzten fünf Jahre nicht verändert. Anders die Durchschnittsnote der Werbeagenturen. Sie hat dieses Jahr erstmals den gleichen Wert wie derjenige der Mediaagenturen, ist in diesem Zeitraum also um vier Prozent besser geworden.

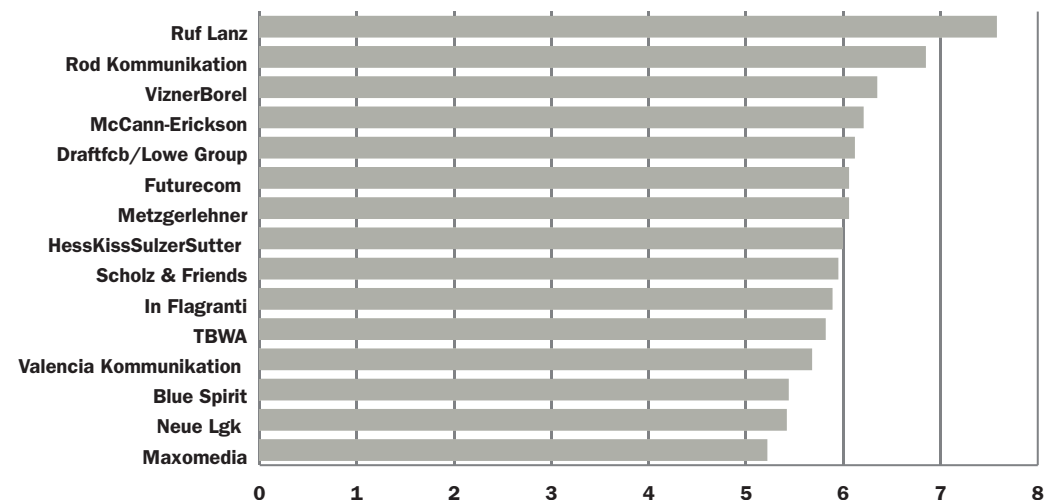
Anders sieht es beim Gesamteindruck aus. Hierzu dürfen sich alle Auftraggeber, nicht

nur die Kunden einer Agentur, äussern. Vor fünf Jahren lagen die durchschnittlichen Noten der Werbe- und Mediaagenturen für den Gesamteindruck sehr nahe beisammen (Werbeagenturen 6.54, Mediaagenturen 6.52). Inzwischen hat sich die durchschnittli-

Umsatzstärkste Werbeagenturen im Urteil der Auftraggeber: Gesamtnote



Umsatzmässig nächstgrösste Werbeagenturen im Urteil der Auftraggeber: Gesamtnote



* Walter Weder ist seit 1994 selbstständiger Medien- und Kommunikationsberater.

che Note der Werbeagenturen auf 7.28 (+11.3%) erhöht, diejenige der Mediaagenturen aber um 14 Prozent auf 7.43. Es kann also gesagt werden, dass die Zufriedenheit des Werbemarktes mit den Werbe- und Mediaagenturen zunimmt. Mit den Mediaagenturen etwas stärker als mit den grossen Werbeagenturen.

Die unterschiedlichen Notendurchschnitte für die Agenturleistungen und den Gesamteindruck deuten darauf hin, dass man die eigene Agentur eher besser beurteilt als die Agenturen, die man vom Hörensagen oder aus früherer Zusammenarbeit auch noch kennt. Diese Unterschiede sind jedoch abnehmend.

Bestnote für die Mediaagenturen

Jung von Matt und Ruf Lanz

In der Kategorie der umsatzstärksten Werbeagenturen belegt Jung von Matt zum neunten Mal in Folge den ersten Platz. Basis


für diesen Erfolg sind in erster Linie die Bestnoten für den Gesamteindruck und die Empfehlungen, also die beiden Kriterien, die das Potenzial einer Agentur im Werbemarkt sichtbar machen. Auf Platz zwei liegt Wirz. Im Unterschied zu Jung von Matt holt sich Wirz diesen Rang mit Bestnoten für alle drei Einzelleistungen, also bei der Leistungsbeurteilung, die nur den eigenen Kunden zugänglich sind. Platz drei belegt Spillmann/Felser/Leo Burnett. Ihr Notenbild ist demjenigen von Jung von Matt sehr ähnlich.

In der Kategorie der umsatzmässig nächstgrössten Werbeagenturen holt sich Ruf Lanz den ersten Platz. Sie erzielt Bestnoten für den Gesamteindruck, die Bekanntheit und bei den Empfehlungen. Auf Platz zwei folgt Rod Kommunikation mit einer Bestnote für Strategie und sehr guten Urteilen für Gesamteindruck und Empfehlungen. Platz drei belegt ViznerBorel mit einer Bestnote für Kreativität.

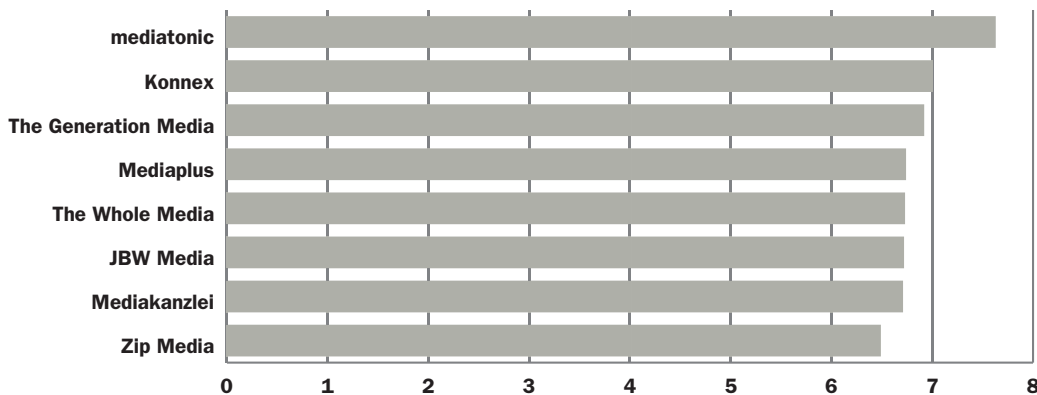
mediaschneider und mediatonic sind die am besten beurteilten Mediaagenturen

In der Kategorie Mediaagenturen mit Netzwerkanschluss und/oder Umsatz über 100 Millionen heisst der Sieger wie in den Jahren zuvor mediaschneider. Die Glanznote von 8.80 erzielt die Agentur 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 sie bei allen vier Einzelleistungen Platz zwei. Mit einer starken Notenverbesserung von 6.96 auf 7.66 folgt dahinter Mediaaxis. Sie hat mediaschneider bei allen vier Einzelleistungen den ersten Platz weggeschnappt, wird also in dieser Kategorie von den Kunden am besten beurteilt. Ebenfalls mit einem deutlichen Notenplus von 0.73 Punkten folgt OMD auf Platz drei.

Sieger der nationalen Kategorie ist mediatonic, die aufstrebende Mediaagentur aus der Westschweiz. Diesen Spitzenplatz holt sie sich durch Bestnoten für den Gesamteindruck und bei den Empfehlungen. Auf dem zweiten Platz liegt Konnex. Auch sie verdankt dies in erster Linie den Urteilen des Gesamtmarktes und weniger denjenigen der eigenen Kunden. Anders die drittplatzierte The Generation Media. Sie erringt diesen Podestplatz mit einer guten Beurteilung durch ihre Kunden.

Einmal mehr macht dieses Rating deutlich: Der Erfolg einer Agentur beruht auf
– einer hohen Zufriedenheit der Kunden mit ihren Leistungen und
– einer grossen Resonanz, die diese Leistungen im Werbemarkt auslösen. 

Mediaagenturen ohne Netzwerkanschluss im Urteil der Auftraggeber



Mediaagenturen mit Netzwerkanschluss und/oder Umsatz >100 Mio. im Urteil der Auftraggeber

