

Keine weitere Expansion der Mediaagenturen im Werbemarkt 2017

VON WALTER WEDER, MEDIA.RESEARCH.GROUP

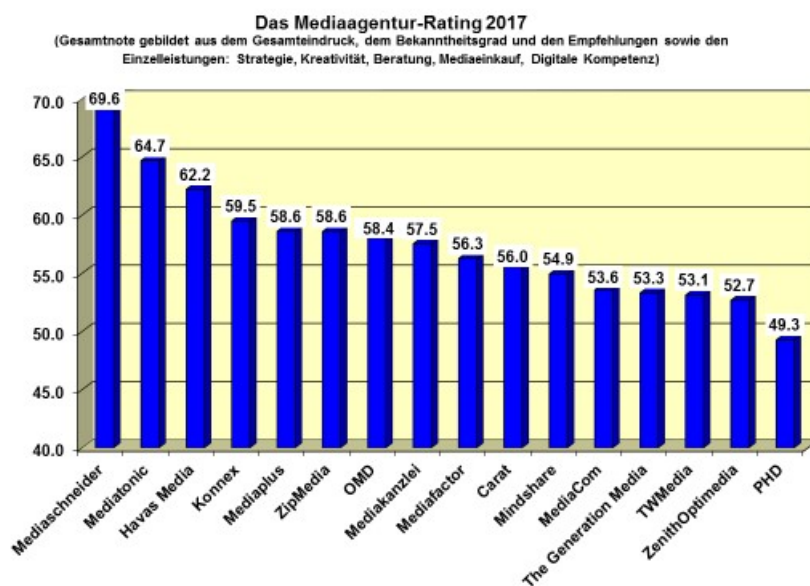
In den letzten Jahren ist es den Schweizer Mediaagenturen gelungen, aus dem Kreis der 750 grössten Werbeauftraggeber immer mehr Kunden zu gewinnen. 2014 waren es 457 Auftraggeber (60.9 Prozent), die mit einer Mediaagentur arbeiteten. 2015 taten dies 485 (64.7 Prozent) und 2016 bereits 511 (68.1 Prozent). Nun aber geht's erstmals wieder ganz leicht rückwärts. Es sind aber immer noch 67.5 Prozent (507) aller Top750-Auftraggeber, die die Dienste einer Mediaagentur in Anspruch nehmen. Von diesen arbeitet etwas mehr als Hälfte (51.3 Prozent) mit einer Mediaagentur, die zu einem internationalen Netzwerk gehört und 48.7 Prozent mit einer nationalen Mediaagentur.

243 Top750-Auftraggeber (32.5 Prozent) arbeiten ohne Mediaagentur. Von diesen arbeiten gleichzeitig 65 (8.7 Prozent) auch ohne Werbeagentur. Da ist also noch viel Wachstumspotenzial vorhanden. Das Agenturrating Mediaagenturen zeigt, dass es eine grosse Anzahl von Mediaagenturen gibt, die fähig sind, dieses Potenzial auch zu nutzen.

Das Agenturrating Mediaagenturen, das von der Media.Research.Group seit 2003 bei den Top750-Auftraggebern im Schweizer Werbemarkt erhoben wird, besteht einerseits aus Fragen, zu denen sich alle Auftraggeber äussern dürfen (Bekanntheit, Gesamteindruck und Weiterempfehlungen) sowie aus Fragen über einzelne Agentur-Leistungen (Strategie, Kreativität, Beratung, Media-Einkauf und die digitale Kompetenz), die nur diejenigen beantworten dürfen, die diese Leistungen als Kunde der beurteilten Agentur auch tatsächlich in Anspruch nehmen. Erstere bringen das Wachstumspotenzial einer Agentur zum Ausdruck, die andere die Zufriedenheit der Kunden mit ihrer Agentur. Die Digitale Kompetenz wurde 2017 erstmals, als zusätzliches Kriterium, erhoben.

Auf dem Podest stehen die gleichen Agenturen wie in den letzten beiden Jahren

Wie jedes Mal seit der erstmaligen Veröffentlichung des Agenturratings Mediaagenturen im Jahre 2003 steigt mediaschneider auch in diesem Jahr auf die oberste Stufe des Podests. Der Sieg ist wiederum eindeutig. Mediaschneider vermochte seinen Vorsprung auf die zweitplatzierte mediatic um 0.66 Punkte zu vergrössern und liegt somit 4.88 Notenpunkte vor mediatic.



In Stein gemeisselt ist auch der zweite Rang von mediatonic. Ihr Vorsprung auf die drittplatzierte Havas Media beträgt, obwohl um 0.19 Punkte kleiner geworden, immer noch 2.45 Punkte. Gleiches gilt für die Havas Media. Ihr Vorsprung auf die viertplatzierte Konnex ist sogar noch etwas grösser geworden (+0.4 Punkte) und beträgt nun 2.73 Punkte. Erst die Agenturen auf den Rängen vier bis sieben liegen sehr viel näher beisammen. Der Abstand von der vierten zur siebten beträgt gerademal 1.07 Punkte.

Das Podest scheint also für die nächste Zeit gefestigt. Die drei erstplatzierten Agenturen haben ihre gute Rangierung nicht etwa dadurch erreicht, dass sie nur von wenigen „wohl gesinnten“ Kunden beurteilt wurden. Das Gegenteil trifft zu. Sie gehören allesamt zu den am häufigsten beurteilten Agenturen. Bei mediatonic sind es 50 Kundenbeurteilungen, bei Mediaschneider 41 und bei Havas Media 34.

Im Agenturrating 2017 können 16 Mediaagenturen ausgewiesen werden. Sie haben die erforderliche Mindestzahl von 10 Beurteilungen durch eigene Kunden erreicht. Agenturen, die hier nicht ausgewiesen werden, haben diese Bedingung nicht erfüllt.

Mediaschneider – Agentur mit grösstem Potenzial

Mediaschneider ist nach wie vor die bekannteste Schweizer Mediaagentur. Dieses Jahr sagen 89 Auftraggeber, sie wüssten, wofür Mediaschneider steht. Dies ist der zweithöchste Wert, den Mediaschneider je erzielte. Nur 2015 waren es noch 2 mehr. Dies bedeutet, dass Mediaschneider, obwohl «nur» von 41 Kunden beurteilt, bei mehr als doppelt so vielen bestens bekannt ist.

Ein praktisch gleiches Bild ergibt sich, wenn wir die Auftraggeber fragen, welche Agentur sie einem Kollegen empfehlen würden. Mediaschneider wird am häufigsten, von 61 Auftraggebern, einem Kollegen weiterempfohlen. Dies sind deutlich mehr als im letzten Jahr, als Mediaschneider nur von 55 weiterempfohlen wurde, aber einiges weniger als 2015 mit 67 Empfehlungen für Mediaschneider. Dies bedeutet, dass Mediaschneider nicht nur von seinen Kunden, sondern darüber hinaus von 20 weiteren Auftraggebern weiterempfohlen wurde.

An diese Werte kommt keine andere Agentur auch nur annähernd heran. Und dies ist zweifelsfrei ein starker Hinweis auf das grosse Wachstumspotenzial, das in dieser Agentur steckt. Darüber hinaus schwingt Mediaschneider auch bei der 2017 erstmals abgefragten Digitalen Kompetenz oben aus. Mit 8.83 erreicht sie mit Abstand die beste Note. Und dennoch ist dies die zweitschlechteste Note, die Mediaschneider von ihren Kunden erhält. Dies zeigt, dass alle Mediaagenturen bezüglich Digitale Kompetenz noch einen grossen Nachholbedarf haben.

mediatonic – die klare Nummer 1 in der Westschweiz

mediatonic ist mit grossem Abstand die bekannteste Mediaagentur in der Westschweiz. Zwei von drei Westschweizer Auftraggebern (67.3 Prozent) sagen, sie wüssten, wofür mediatonic steht. Alle anderen Agenturen erreichen Werte von weniger als 20 Prozent. Die Bekanntesten sind noch Zenith mit 18.4 Prozent und Havas Media mit 16.3 Prozent. Auffallend ist, dass sich auf den Rängen 2 bis 8 ausschliesslich Agenturen befinden, die einem internationalen Agenturnetzwerk angeschlossen sind. Die Agenturen ohne Netzwerkanschluss sind in der Westschweiz nicht oder nur sehr rudimentär bekannt («kenne einzelne Arbeiten/Kunden», «kenne diese Agentur nur dem Namen nach»).

mediatonic hat aber längst auch in der Deutschschweiz Tritt gefasst. Sie ist auch hier die Agentur mit dem zweitgrössten Bekanntheitsgrad (64 Auftraggeber wissen, wofür diese Agentur steht). Sie ist auch die Agentur, die am zweithäufigsten einem Kollegen weiterempfohlen wird. Damit ist mediatonic die Mediaagentur im Schweizer Werbemarkt mit dem zweitgrössten Wachstumspotenzial.

mediatonic hat aber nicht nur ein grosses Potenzial, sie wird auch gut beurteilt – und dies sowohl von ihren Kunden, als auch von allen übrigen Auftraggebern. Sie erzielt bei der Frage nach dem Gesamteindruck mit 8.93 die beste Note aller Mediaagenturen und steht bei jeder der fünf abgefragten Einzelleistungen auf dem Podest, beim Media-Einkauf mit 9.42 sogar zuoberst. mediatonic ist somit seit 2013 die „Agentur mit den zufriedensten Kunden“.

Havas Media ist die beste Netzwerkagentur

Ergänzt wird das Spitzenduo der Schweizer Mediaagentur-Szene durch die Havas Media, die als einzige mit diesen beiden mithalten kann. 2017 vermochte sie ihre Position auf dem Podest weiter zu stärken und verteidigt so, wie immer in den letzten Jahren, den Titel als beste Netzwerkagentur; auch diesmal wiederum vor der OMD und vor Carat. Auch die Havas Media ist eine Agentur mit Potenzial: zweitbesten Wert bei der Bekanntheit und drittbesten Wert bei den Empfehlungen.

Konnex, Mediaplus und ZipMedia – erste Verfolger

Auf den Plätzen 4-6 folgen mit Konnex, Mediaplus und ZipMedia drei weitere nationale Mediaagenturen. Konnex erhält die zweitbeste Note für Strategie und Planung sowie die drittbeste Note für ihre digitale Kompetenz, ZipMedia die zweitbeste Note für die Beratung und den Media-Einkauf sowie für den Gesamteindruck. Mediaplus verteidigt den 5. Rang mit konstant guten Noten in allen Disziplinen. Kein Ausreisser nach unten, aber auch keiner nach oben.

Die Netzwerkagenturen holen auf

OMD belegte im letzten Jahr den siebten Platz. Daran hat sich 2017 nichts geändert. Der Abstand auf den sechsten Platz hat sich, wie schon im Vorjahr, nochmals verringert und beträgt nun nur noch 0.15 Punkte. OMD ist damit weiterhin zweitbeste Netzwerkagentur. Am stärksten vorgerückt, von Rang 14 auf Rang 10, ist Carat, die auch notenmässig am meisten zugelegt hat +4.24 Punkte. Aber auch die etwas weiter hinten platzierten Zenith (+2.45 Punkte) und Mindshare (+1.48 Punkte) stehen 2017 mit einem gegenüber dem Vorjahr deutlich verbesserten Notenblatt zu Buche.

Nichtsdestotrotz vermochten sich mit der Mediakanzlei und Mediafactor zwei weitere Agenturen ohne Netzwerkanschluss in den Top10 zu platzieren. Dies vor allem aufgrund sehr grosser Kundenzufriedenheit.

Kasten:

2017 haben sich 351 der angefragten 750 Werbeauftraggeber an der Werbemarkt-Studie, der Trägerstudie des Agenturratings beteiligt. Von diesen haben 337 die Fragen des Agenturratings beantwortet. Abgefragt wurden 23 Agenturen. 16 wurden von mindestens 10 Kunden beurteilt und haben damit die Voraussetzung für eine Veröffentlichung der Ergebnisse erfüllt. Die Umfrage wurde im Zeitraum Mitte Januar bis Ende März von der Media.Research.Group durchgeführt.

Details zum Agenturrating Mediaagenturen und weitere Ergebnisse der Werbemarkt-Studie unter www.mediaresearchgroup.ch