

Edito



Chris Fluckiger
Founder & CEO
Vorsitzender des
Verwaltungsrates
mediatonic

Liebe Leserin, lieber Leser

Sie halten die dreiundzwanzigste Ausgabe unseres mediatonic Reports in den Händen.

Nach mehr als zwölf Jahren Tätigkeit im Verwaltungsrat von mediatonic haben sich Heinz Fluckiger, Vorsitzender des Verwaltungsrates, und Bruno Glaus, juristisches Mitglied, an der letzten Generalversammlung in den Ruhestand verabschiedet. Mit ihrem Fachwissen und ihrem Engagement für mediatonic waren sie wichtige Grundpfeiler für den Erfolg unserer Agentur. Dank ihnen ist mediatonic heute für die kommenden Herausforderungen gut aufgestellt und gerüstet. Ihre Anwesenheit wird uns sehr fehlen; aber wir sind überzeugt, dass uns das Fundament, das wir mit ihrer Hilfe gelegt haben, noch lange tragen wird. Die neu in den Verwaltungsrat aufgenommenen Mitglieder François Besençon und Curdin Janett werden – davon sind wir überzeugt – neue Impulse in der Agentur setzen. Ich möchte dieses Editorial nutzen, um sowohl den scheidenden als auch den neu eintretenden Mitgliedern nochmals meinen Dank auszusprechen.

Die Marketingbudgets sind heute zunehmend segmentiert. Sie müssen eine Vielzahl von Bereichen abdecken und komplexere Aufgaben erfüllen als je zuvor. In der Mehrzahl der Fälle werden sie jedoch nicht erhöht, sondern sollen effizienter eingesetzt werden. Die Kampagnen sollen ausserdem auch im Funnel-Marketing funktionieren, weshalb die Erfolgsmessung der Kampagnen an Bedeutung gewinnt, um die Werbebotschaften noch zielgerichteter auf die gewünschten Ergebnisse abstimmen zu können. Marco Rose, Co-owner & Head of Strategy bei mediatonic, spricht über dieses Thema mit Dr. Cornelia Eck, Geschäftsführerin von Marketagent Schweiz.

Kurt W. Zimmermann ist eine herausragende Persönlichkeit der Medienwelt. Die manchmal recht bissigen Kolumnen, die er als langjähriger Redaktor der berühmten Weltwoche schreibt, werden stets mit Ungeduld erwartet. Seit mehreren Jahren ist Kurt W. Zimmermann auch treuer Chronist des mediatonic Reports. In dieser dreiundzwanzigsten Ausgabe begibt er sich auf die Suche nach der vermeintlichen Krise, in der sich die Schweizer Medien gerade befinden. Und kommt zu einem ziemlich überraschenden Ergebnis.

Im März 2024 erschien das jüngste RECMA-Ranking, in dem mediatonic zum dritten Mal in Folge den ersten Platz belegte. Das Ranking der Schweizer Mediaagenturen, die Media.Research Group-Studie, wird dagegen in diesem Jahr nicht mehr durchgeführt. Somit war das Ranking 2023, in dem mediatonic erstmals die Höchstnote erhielt, das letzte seiner Art. Der Initiator der MRG-Studie, Walter Weder, findet ziemlich lobende Worte für den Werdegang von mediatonic in seiner Marktstudie.

Selbstverständlich gibt es auch in dieser Ausgabe unsere beiden altbekannten Rubriken: «did you know?» – ein spielerischer Fingerzeig auf die Verhaltensunterschiede in den einzelnen Regionen unseres Landes und «Medienkreativität by mediatonic» mit originellen Media-Lösungen, die wir für unsere Kunden entwickelt haben.

Ich wünsche Ihnen viel Spass beim Lesen dieser dreiundzwanzigsten Ausgabe unseres Reports.

Chris Fluckiger