

bsw

The Proof of the Pudding

Über 90 Prozent aller Swiss-Effie-Auszeichnungen für Wirksamkeit von Marketingkommunikation wurden das letzte Mal von Agenturen des bsw leading swiss agencies gewonnen. Im Oktober erfolgt der Start zum Swiss Effie 2012.

Text: **Peter Leutenegger** Bild: **Effie**



Besondere Auszeichnung: die Effie-Trophäe.

Immer wenn die Prognosen des Wirtschaftswetterberichtes auf bewölkt zeigen, wird wieder der Nachweis verlangt, ob und wie sich die Investition in Werbung auszahlt, ob sich der grosse Aufwand an Geld und Geist gelohnt hat, ob dank der Werbung die Verkaufs- und Marktanteilszahlen gegen oben gedreht haben. Spätestens dann kommen die Marketingabteilung und die Agentur unter Druck, die getroffenen Massnahmen und die getätigten Investitionen zu rechtfertigen und die Resultate zu beweisen.

Und immer dann erinnert man sich gerne an den Effie, der Marketingverantwortliche und Agentur zwingt, der Werbung und ihrem Beitrag zum Markterfolg auf den Grund zu gehen.

Der Swiss Effie ist der einzige Award, der die Wirksamkeit von Marketingkommunikation auszeichnet und damit die Frage beantwortet: Lohnt sich Werbung? Um einen Swiss Effie zu gewinnen, braucht es mehr als

Kreativität, crossmediales Verständnis, einen innovativen Massnahmenmix, eine ausserordentliche Umsetzung oder eine ausgeklügelte, impactstarke Mediastrategie. Es braucht den Nachweis, dass alle getroffenen Massnahmen gesamtheitlich ineinandergreifend funktioniert und zu einem überzeugenden, beweisbaren Resultat geführt haben.

Der Swiss Effie ist Teil einer globalen Marke, die von Auftraggeber- und Agenturseite hohe Anerkennung geniesst. Weltweit gibt es über 40 Effie-Awards. Einer der Gründe für die Glaubwürdigkeit der Marke Effie.

Diese besondere Anerkennung verlangt auch beim Swiss Effie eine spezielle Verantwortung bei der Auswahl der Jury und bei der Jurierung. Die Jury mit zehn Vertretern von Auftraggeberseite, vier Vertretern aus Wissenschaft und Forschung und zehn durch das Los bestimmten Vertretern von Agenturseite garantiert eine grösstmögliche Neutralität und Objektivität. Die Jurierung erfolgt zweistufig und in mehreren Kategorien. Alle Einsendungen werden eingehend geprüft. Fallstudien mit überdurchschnittlicher Benotung kommen nach der ersten Stufe auf eine Shortlist, die in der zweiten Stufe von der Gesamtjury diskutiert wird und aus der dann die Award-Gewinner bestimmt werden.

Wer als Auftraggeber einen Swiss Effie gewinnt, zeigt, dass er Professionalität auf Agenturseite über alles stellt und das perfekte Beherrschen des Kommunikationshandwerks verlangt.

Wer als Kommunikations- oder Mediaagentur einen Swiss Effie gewinnt, hat bewiesen, dass er sich mit Recht zu den führenden Agenturen zählen darf.

Der bsw leading swiss agencies vertritt die führenden Kommunikationsagenturen mit

den Schwerpunkten in verschiedensten Disziplinen und die führenden Mediaagenturen, der Schweiz. Mitglied beim bsw zu werden ist nicht einfach. Um zu den besten Agenturen der Schweiz gehören zu können, sind anspruchsvolle Voraussetzungen zu erfüllen. Voraussetzungen, die beim strengen Aufnahmeverfahren und bei den jährlichen selektiven Qualitätskontrollen laufend überprüft werden. Wer das Qualitätslabel des bsw leading swiss agencies trägt, steht für besondere und überprüfte Qualität.

Nicht überraschend wurden beim letzten Swiss-Effie-Award über 90 Prozent aller Auszeichnungen an bsw-Agenturen vergeben. The Proof of the Pudding is in the Eating. Es kann sich also durchaus lohnen, mit einer Agentur des bsw leading swiss agencies zusammenzuarbeiten. Die Onlineeingaben für den Swiss Effie 2012 ist übrigens ab Oktober 2011 unter www.effie.ch möglich. 