

PORTRAIT

DER NEULAND-ERFORSCHER

RUEDI ULMANN IM GESPRÄCH MIT **FELIX MENDE**

■ Acht Billionen – eine Wahnsinnszahl mit zwölf Nullen – und ein Instrument, mit dem sich diese Menge an Informationen einfach für die Mediaplanung nutzen lässt. Um dahin zu kommen, braucht es Neugier, Offenheit und Kompromissfähigkeit. Felix Mende, Geschäftsführer der Swiss Poster Research Plus AG (SPR+), konnte schon segeln und skifahren, als er wusste, dass er zur Bundeswehr musste. Wenn schon die Pflicht erfüllen, dann wenigstens etwas Neues lernen – deshalb bewarb er sich bei den Fallschirmjägern und kam hin. Nach dem Militärdienst wollte er Betriebswirtschaft in München studieren. Bei einer Vernissage in der Bremer Weserburg, in seiner Geburtsstadt, erzählte ihm ein älterer Bekannter der Familie, dass seine Söhne in Fribourg in der Schweiz studiert hatten – mit circa 80 neuen Wirtschaftsstudenten pro Semester (im Vergleich zu jeweils rund 1000 neuen in München). Mende fuhr in die Stadt am «Röschtigraben», die das Studium sowohl in Französisch wie Deutsch anbot. Für ihn war der Fall sofort klar. 1996 unterbrach er sein Studium in Fribourg für ein Praktikum bei Hapag-Lloyd in Hongkong. Eigentlich wollte er dort bleiben, denn während seinen rund eineinhalb Jahren in Fernost eröffnete die internationale Reederei in China zwölf neue Vertretungen. Doch er folgte dem Rat seines Vaters, der ihn gebeten hatte, zuerst sein Studium zu beenden. Nach dem erfolgreichen Abschluss galt es, zusammen mit seiner Lebenspartnerin und heutigen Frau, die nach dem Medizinstudium eine Facharzt Ausbildung zur Radiologin machte, einen Ort zu finden, wo beide ihre berufliche Karriere verfolgen konnten. Mende wäre zwar gerne wieder nach Fernost gegangen, aber für seine Frau kam das aus beruflichen Gründen nicht in Frage. Sie einigten sich auf Zürich. Mendes Hauptfach Strategie und Unternehmensführung brachte ihn zu seiner ersten Stelle im

Bereich Unternehmensberatung bei der Input Consulting AG. Damals war Martial Pasquier dort als Projektleiter tätig und betreute ein Projekt im Bereich Plakatmediaforschung. Als Pasquier 2003 seine Professur an der Universität Lausanne antrat, übernahm Mende das Mandat, das für seine Kollegen nicht sehr attraktiv aussah. Mende jedoch hatte schnell realisiert, dass es um absolutes Neuland ging, weil es keine weltweiten Richtlinien für valide Währungen für Plakatmedien gab, welche Mende dann

später mitentwickelte. Zudem war Pasquier bereit, das Projekt weiterzubegleiten – was einen wertvollen, wissenschaftlichen Rückhalt gab. So mussten beispielsweise selber neue Methoden entwickelt werden für die Messung der Plakatmedien. Noch während der Forschungsphase, 2005, verabschiedete sich ein wichtiger Partner aus dem Projekt. Die Marktführerin, die APG, wollte weitermachen und das Projekt absolut neutral zu Ende bringen. Zu diesem Zweck wurde eine Firma gegründet, die Swiss Poster Research Plus AG, deren Geschäftsführung Felix Mende übernehmen konnte. Bereits 2006 wurden das Planungstool SPR+ Expert und die neue Out-of-Home Währungsstudie für die wichtigsten Siedlungsräume veröffentlicht. Am 23. August ist mit MobNat die neue Währung für «Out of Home»-Media aufgeschaltet worden. Damit liefert SPR+ die «Out of Home»-Medialeistung für die ganze Schweiz und bietet, auch im internationalen Vergleich, noch nie dagewesene Möglichkeiten für die Mediaplanung in diesem Bereich. Dafür mussten eine unglaubliche Menge an Daten erhoben werden. Die Matrix dafür umfasst über acht Billionen Felder plus Variablen. Das Spannende dabei war für Felix Mende, zusammen mit den Partnern von SPR+ diese immense Komplexität derart sinnvoll zu reduzieren, dass die Berechnung eines Mediaplans so einfach ist wie Velofahren. Trotzdem glaubt Mende nicht, dass es ihm nun langweilig wird. Denn auch die Plakatbranche ist von der Digitalisierung erfasst worden. Bereits läuft ein internationales Mediaforschungsprojekt zur Schaffung eines Standards für digitale Plakatflächen. Felix Mende vertritt dort als externer Berater die APG und sagt: «Ich erwarte, dass wir die digitalen Plakate schon im nächsten Jahr in unser Mediaplanungs-Tool integrieren können.» ■



Name: Felix H. Mende
Geburtsjahr: 1973
Firma: Swiss Poster Research Plus AG (SPR+)
Funktion: Geschäftsführer
Familie: verheiratet, 1 Tochter
Hobbys: Golf Handicap 5, internationale Politik, Wintersport