



Datenintelligenz als Schlüssel für effektivere Kommunikation

- **Neue Agenturmarke der Omnicom Media Group gibt offiziellen Deutschland-Start bekannt**
- **Brückenschlag zwischen der adressierbaren und nicht-adressierbaren Welt**
- **Bewusster Open-Source-Ansatz für maximale Agilität und Transparenz**

Düsseldorf, 24.02.2017. – Erst ein Jahr am Markt und schon eine Erfolgsgeschichte: Hearts & Science, die am Valentinstag 2016 in den USA gegründete neue Agenturmarke der Omnicom Media Group, ist *der* Shootingstar des aktuellen RECMA New Business-Rankings. Mit Billings von gut 2 Milliarden USD kann Hearts & Science sich den Platz als zweitstärkster New Business-Performer weltweit sichern. Die Agentur ist im ersten Jahr ihres Bestehens bereits auf über 800 Mitarbeiter gewachsen und unterhält 16 Offices weltweit. Ab sofort gehört auch Deutschland zu den Kernmärkten von Hearts & Science: Ein Jahr nach dem US-Launch startet Hearts & Science nun auch hierzulande offiziell durch. Die neue Agentur wird zeitgleich an zwei Standorten (Düsseldorf und Hamburg) etabliert und plant ihre Belegschaft im ersten Jahr auf mindestens 50 Mitarbeiter rund um Managing Director André Rahn aufzubauen.

Hearts & Science positioniert sich als Agentur für datenzentriertes Marketing. Konkret bedeutet das, dass bei Hearts & Science jede Strategie, Taktik und Umsetzung im Kern aus der Analyse und Nutzung von Daten entsteht – mit dem erklärten Ziel, einen skalier- und messbaren Beitrag zum Unternehmenserfolg von Kunden zu leisten. Eine besondere Stärke von Hearts & Science ist die gezielte Verknüpfung der adressierbaren und nicht-adressierbaren Welt: Die Agentur hat es sich zur Aufgabe gemacht, durch den richtigen datengetriebenen Ansatz Kundenziele in allen Medien besser zu erreichen.

„Hearts & Science steht für einen neuen Typ Kommunikationsagentur – mit keinem geringeren Anspruch, als die Branche aufzumischen und herauszufordern“, erklärt Managing Director Rahn. „Unser entscheidender Vorteil ist, dass wir durch unsere Neugründung nicht erst alte Zöpfe abschneiden oder Prozesse aufwändig neu- oder umdefinieren müssen. Wir haben von Anfang an datenzentrierte und agile Ansätze in



unsere Arbeitsweisen integriert. Das macht uns nicht nur konsequenter, in dem was wir tun, sondern auch schneller und wendiger.“

Daten-Know-how in jedem Kundenteam

Eine Besonderheit bei Hearts & Science ist die feste Integration von Marketing Science-Analysten in alle Kundenteams. Im engen Austausch mit ihnen können Media- und Kommunikationsexperten noch besser wirkungsvolle Kampagnen und Strategien entwickeln. „Der Anspruch von Hearts & Science ist es, Daten und Insights zu nutzen, um Kommunikation individueller und persönlicher zu machen, um Konsumenten nachhaltig zu erreichen. Was wir aber nicht aus den Augen verlieren ist, dass hierbei auch relevante Reichweiten generiert werden müssen, um Effektivität und Effizienz optimal miteinander zu verknüpfen“, so Florian Adamski, CEO der Omnicom Media Group Germany.

Neue Form der Zusammenarbeit mit Kunden

Die Zusammenarbeit mit Kunden folgt einem bewussten Open-Source-Ansatz: „Bei Hearts & Science sind Technologien, Daten und Insights unseren Kunden jederzeit zugänglich“, erklärt André Rahn. Jeder Kunde hat Zugriff auf ein eigenes, individualisiertes Kundenportal mit Hilfe dessen er jederzeit über relevante Informationen zu seinen Kampagnen verfügen kann. „Kunden können mit uns so nicht nur vollständig auf Augenhöhe in den Dialog treten, sondern den Erfolg ihrer Maßnahmen kontinuierlich begleiten“, fasst Rahn zusammen.



Über Hearts & Science

Hearts & Science ist eine Agentur für datenzentriertes Marketing und gehört zum Netzwerk der Omnicom Media Group. Gegründet 2016 in den USA wurde die Agentur bereits im ersten Jahr ihres Bestehens zum erfolgreichsten Newcomer des RECMA New Business-Rankings. Weltweit hat Hearts & Science über 800 Mitarbeiter und unterhält 16 Offices. In Deutschland ist Hearts & Science seit Herbst 2016 aktiv und seit Februar 2017 offiziell Teil des lokalen Agenturmarktes.

Das erklärte Ziel von Hearts & Science ist es, effektive und im zunehmenden Maße personalisierte Verbindungen zwischen Menschen und Marken zu kreieren, die einen skalierbaren und messbaren Beitrag zum Erfolg eines Unternehmens leisten.

In der Zusammenarbeit mit ihren Kunden verfolgt die Agentur einen transparenten Open-Source-Ansatz: Alle Hearts&Science-Technologien, Daten und Insights sind Kunden jederzeit vollständig zugänglich.

www.hearts-science.com

Über André Rahn

André Rahn ist Managing Director von Hearts & Science Germany. Der gebürtige Düsseldorfer verfügt über mehr als 15 Jahre Erfahrung in den Bereichen Marketing, E-Commerce und Customer-Relationship-Management. Sein Ziel: Werbetreibenden durch datengetriebene Marketinglösungen zu mehr Geschäftserfolg zu verhelfen.

Vor seinem Start bei Hearts & Science war André Rahn mehr als zehn Jahre bei der Fluggesellschaft Air Berlin beschäftigt, zuletzt als Senior Vice President Marketing. Dort hat er die E-Commerce-Sparte der Airline auf- und ausgebaut, die Steuerung der multinationalen Marketingkampagnen verantwortet und das Kundenbindungsprogramm weiterentwickelt. Er war maßgeblich für die erfolgreiche Markendehnung der Fluggesellschaft verantwortlich, was 2011 vom Fachmagazin absatzwirtschaft mit dem Marken Award für die „Beste Markendehnung“ honoriert wurde.

Pressekontakt:

Ann-Sophie Altmeier
Director Public Relations
Omnicom Media Group Germany
0211-38807.521
ann-sophie.altmeier@omnicommediagroup.com