

PRESSEINFORMATION

Omnicom Media Group Germany treibt Wissensmanagement in der Branche sowie bei den Mitarbeitenden weiter voran

Die ersten Experten der Omnicom Media Group Germany erhalten das neu gestartete Fachkräftezertifikat „Programmatic Buying“ des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW).

Düsseldorf, 18.11.2022 – „60 – 60 – 85“ lautet die Erfolgsformel für das neue BVDW-Fachkräftezertifikat Programmatic Buying – das neue personenbezogene Fachkräftezertifikat des BVDW. Das heißt: Die Teilnehmenden müssen in 60 Minuten 60 Multiple Choice-Fragen rund um das Programmatic Advertising-Ökosystem, Marktteilnehmer, Kampagnenplanung & -optimierung, KPIs & Kennzahlen, Data & Tools, Werbemittel & Kreation oder auch Einkaufsarten & Bidding zu insgesamt 85 Prozent korrekt beantworten. Mit Sebastian Schmidt (areasolutions), Darius Meyer Venter (OMD), Patrick Boeckem, Daniel Emmerich und Simon Strohmann (Omnicom Media Group Germany) halten gleich fünf Mitarbeitende der Agenturgruppe das neu initiierte Fachkräftezertifikat des BVDW in den Händen.

Das Fachkräftezertifikat Programmatic Buying (<https://www.bvdw.org/zertifizierungen/>) ist das erste personenbezogene Fachkräftezertifikat des BVDW, das den zertifizierten Personen professionelles Know-how im Wachstumsmarkt Programmatic Advertising bescheinigt; sie dürfen das Siegel tragen, um sich als qualifizierte Programmatic Advertising-Mitarbeiter*innen gegenüber Kunden und Auftraggebern auszuweisen bzw. zu präsentieren.

Das personenbezogene Programmatic Buying -Zertifikat wurde von der Fokusgruppe Programmatic Advertising im BVDW unter Projektleiter Carsten Becker, Managing Partner Programmatic & Digital Innovation bei der Omnicom Media Group Germany, entwickelt und richtet sich in erster Linie an Personen, die auf der Buyside tätig sind.

„Das Fachkräftezertifikat Programmatic Buying ist ein Meilenstein im weiterhin rasant wachsenden Programmatic Markt. Es schafft einen Qualitätsstandard, auf den sich Mitarbeitende wie Unternehmen gleichermaßen berufen können“, so Projektleiter Carsten Becker.

PRESSEINFORMATION

Thomas Duhr, Vizepräsident des BVDW, ergänzt: „Mit dem neuen Weiterbildungszertifikat baut der BVDW seine Aktivitäten im Bereich Aus- und Weiterbildung um einen wichtigen Baustein aus und sorgt so für mehr Qualität und Transparenz im Markt. Wir freuen uns, dass die Omnicom Media Group Germany dieses Angebot zur Qualifizierung der Mitarbeitenden schätzt und nutzt.“

Das neue Fachkräftezertifikat ergänzt bestehende Auszeichnungen für allgemeines digitales Marketing und für Fachkräfte im Affiliate- und Search-Marketing sowie für Digital Customer Experience Manager*innen. Mehr als 500 Spezialist*innen haben sich ihre Kenntnisse seit 2019 über den BBDW zertifizieren lassen.

Neben den neu geschaffenen personenbezogenen Zertifikaten bietet der Verband Qualitätszertifikate an, damit Agenturen und Dienstleister die geprüfte Einhaltung von Qualitätsgrundsätzen nachweisen können. Der Branchenverband BVDW ist seit über 25 Jahren die zentrale Interessenvertretung der Digitalen Wirtschaft. Als solcher bietet er mit den Qualitätszertifikaten Orientierung, Transparenz und Hilfestellung und ist in der digitalen Branche das Maß aller Dinge, was die Qualität und die Bewertung von Dienstleistern angeht.

Als einzige Agenturgruppe in Deutschland wurde die Omnicom Media Group Germany in allen fünf Fachdisziplinen SEO, SEA, Social Media, Programmatic Advertising und Affiliate Marketing mit Dienstleistungszertifikaten ausgezeichnet. Erst im Juli dieses Jahres hat die Omnicom Media Group Germany als Unternehmen die Programmatic Advertising Auszeichnung zum zweiten Mal erfolgreich erhalten.

Über Omnicom Media Group Germany

Die Omnicom Media Group Germany ist Teil der Omnicom, einer weltweit führenden Kommunikations-, Werbe- und Marketingdienstleistungsgruppe. Mit den Agenturen OMD, PHD und Hearts & Science umfasst sie drei relevante und wachstumsstarke Mediaagenturnetworks in Deutschland. Im Kerngeschäft betreuen und beraten die Agenturen mehr als 200 namhafte werbungstreibende Unternehmen in den Bereichen Strategie, Kommunikation, Mediaplanung und -einkauf sowie Optimierung und Forschung.

Darüber hinaus belegt die Omnicom Media Group Germany weitere Transformationsfelder: Der Data & Performance-Bereich besteht aus Marken wie annalect (datengetriebene Marketinglösungen), MPX sowie TRKKN (Digital Analytics & Conversion-Optimierung). Im zweiten Transformationsfeld ist mit bynd die Strategie- und Technologie-Beratung angesiedelt. Zur

PRESSEINFORMATION

Omnicom Media Group gehören außerdem die Spezialisten-Teams der Agenturen areasolutions (Kommunikation im öffentlichen Raum) und OMG FUSE (digitale Kommunikation).

Das erklärte Ziel aller Agenturen und Bereiche der Omnicom Media Group Germany ist es, Kunden dabei zu helfen, den Wert ihrer Kommunikation zu steigern. Die Agenturen der Omnicom Media Group Germany sind mit mehr als 1.800 Mitarbeitenden an sieben deutschen Standorten vertreten.

www.omnicommediagroup.de

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Antje Burda, Omnicom Media Group Germany
Director Marketing & PR
Mobil +49 171 6244317
E-Mail: antje.burda@omnicommediagroup.com