

Globaler Neugeschäfts-Spitzenreiter: Omnicom Media Group belegt 1. Platz im COMvergence „New Business Barometer“

Die Mediaagenturgruppe Omnicom Media Group führt das globale COMvergence „New Business Barometer 2022“ an und konnte sich 2,5 Milliarden US-Dollar an inkrementellen Billings im vergangenen Jahr sichern. Omnicom Media Group-Agenturen OMD und PHD weltweit auf den Plätzen 1 und 2. In Deutschland belegt Omnicom Media Group einen starken 2. Platz und verzeichnete erneut ein sehr erfolgreiches Neugeschäftsjahr

New York / Düsseldorf, 14.03.2023 – Im heute erschienenen „New Business Barometer“ des unabhängigen Forschungsunternehmens COMvergence belegt die Omnicom Media Group im globalen New Business-Ranking mit Abstand den 1. Platz. Die Mediaagenturgruppe hat sich im letzten Jahr 2,5 Milliarden inkrementelles Neugeschäft gesichert. Der Abstand zu der zweitplatzierten Mediaagenturgruppe ist dabei besonders groß: So übertrifft die Omnicom Media Group die zweitplatzierte Mediaagenturgruppe auf globaler Ebene um fast 670 Millionen US-Dollar. Zudem hatte die Omnicom Media Group auch das beste globale Gewinn-Verlust-Verhältnis, da die Agenturgruppe im Jahr 2022 dreimal mehr Neugeschäft generierte (3,75 Milliarden US-Dollar) als sie verloren hat (1,2 Milliarden US-Dollar). Ebenso wichtig wie der Zuwachs an Neukunden – und vielleicht noch beeindruckender – ist die Tatsache, dass Omnicom Media Group im Jahr 2022 eine branchenweit führende Kundenbindungsrate von 98 Prozent verzeichnete. Auch die beiden zur Omnicom Media Group gehörenden Agenturnetzwerke OMD und PHD führen weltweit die Rangliste des Nettoneugeschäfts auf Platz 1 und 2 an.

Omnicom Media Group Germany belegt starken zweiten Platz im deutschen New Business-Ranking

Mit Blick auf Deutschland attestiert das COMvergence „New Business Barometer“ der Omnicom Media Group Germany einen starken 2. Platz. Somit hat die deutsche Mediaagenturgruppe eine erneut sehr erfolgreiche Neugeschäftsbilanz von 197 Millionen US-Dollar in 2022 verzeichnet. Die erfolgreiche Neugeschäftsbilanz schlägt sich auch in der Anzahl der Mitarbeitenden nieder: Erst Anfang des Jahres hat die Agenturgruppe ihren 2000 Mitarbeitenden begrüßt und in den letzten fünf Jahren über 1000 neue Arbeitsplätze geschaffen.

PRESSEINFORMATION

Paul Remitz, CEO Omnicom Media Group Germany: „Unsere Neugeschäftsbilanz und Kundenbindungsquote zeigt, dass wir mit unserer Ausrichtung, Aufstellung und mit unserem transformativen Fokus der bevorzugte Partner für Werbetreibende sind. Wir wandeln uns kontinuierlich von einer Agenturgruppe zu einem breit aufgestellten Marketing-Dienstleister, weit über Media hinaus. Mit Technologie, Performance, E-Commerce und Content schaffen wir einen klaren Mehrwert für unsere Kunden.“

Omnicom Media Group Germany investiert weiter in Transformation, People & Culture und Nachhaltigkeit

Omnicom Media Group führt und gestaltet die digitale Business Transformation schneller, stringenter und vielfältiger als der Wettbewerb. So hat die Mediaagenturgruppe Anfang letzten Jahres Resolution Media in die Agenturmarke Hearts & Science Germany fusioniert und damit die erste Full Funnel-Agentur Deutschlands geschaffen, in der Brand und Performance integriert betrachtet werden. Weiter wurde aus Deutschland heraus der weltweite Launch von TRKKN, ein führender Google Marketing Platform Partner, in 19 Märkte initiiert und koordiniert, um die wachsenden Kundenbedürfnisse im Bereich Marketing Technologie und Daten zu decken. Als klimaneutrales Unternehmen setzt sich die Omnicom Media Group Germany darüber hinaus neben der Einhaltung ihrer eigenen gesetzten Klimaziele auch für eine auf Nachhaltigkeit fokussierte Kommunikation ein: So gründete die Agenturgruppe im Herbst 2022 OMG Momentum, eine Beratungsunit, die auf ökologische sowie soziale Nachhaltigkeit in Media und Marketing spezialisiert ist.

Weiter engagiert sich die Omnicom Media Group Germany in diversitäts- und gleichberechtigungsfördernden Initiativen wie beispielsweise der Charta der Vielfalt sowie dem Ad Girls Club und hat sich darüber hinaus verpflichtet, in den nächsten fünf Jahren 50 Prozent der Führungsebene mit Frauen zu besetzen.

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

PRESSEINFORMATION

werbungtreibende 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 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 2.000 Mitarbeitenden an sieben deutschen Standorten vertreten.

www.omnicommediagroup.de

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Sonja Tabatabai, Omnicom Media Group Germany
Group Manager Public Relations & Marketing
Tel.: 0211-38807-579
E-Mail: sonja.tabatabai@omnicommediagroup.com