

PRESSEINFORMATION

## Omnicom Media Group Germany erweitert ihr Consulting-Angebot und bündelt die Leistungen unter der neu gelaunchten Marke bynd

*München/Düsseldorf/Hamburg, 21.04.2021* – Mit der auf Strategie- und Technologieberatung ausgerichtete neuen Consulting-Marke **bynd** [bi'jɔnd] verstärkt die Omnicom Media Group Germany ihr Beratungsangebot und bündelt die bisher eigenständig agierenden Units von Brain Consulting, Annalect Consulting und Annalect Marketing Science unter einem neuen strategischen Markendach.

Das Beratungs-Portfolio von bynd integriert Leistungen für die gesamte Wertschöpfungskette im Marketing und erstreckt sich dabei über die Felder der digitalen Transformation, Customer Strategy, Technology bis hin zu Success Measurement. Aufgabe der neuen Einheit ist es, die Evolution von Marketing-Organisationen zu beschleunigen und tragfähige daten- und technologiebasierte Lösungen zu entwickeln und zu implementieren, um Werbungtreibende und Unternehmen konsequent auf kundenzentriertes Marketing auszurichten. Die Kunden von bynd profitieren dabei von der synergetischen Verzahnung und strategischen Bündelung der Fachbereiche unter einem Dach. bynd ist in der Lage, die Unternehmen ganzheitlich von Konzeption, Implementierung und bis zum Betrieb zu begleiten.

An der Spitze von bynd steht das Leadership-Team der bisherigen Einheiten: Als Geschäftsführer fungieren Oliver Mohr (bisher Geschäftsführer Brain Consulting) und Peter Kuhlmann (ebenfalls Managing Director Annalect und COO der Omnicom Media Group Germany). Ergänzt wird die Geschäftsführung um ein versiertes Team an Managing Partnern: Prof. Dr. Alexander Preuß ist als Managing Partner zuständig für das Kompetenzfeld Success Measurement, Florian Demanega für Customer Strategy und Jan Kempelmann sowie Marco Schierhorn für Technology.

„Die neue Marke steht im besonderen Maße für unseren disziplinübergreifenden Lösungsansatz, der zu schnelleren und besseren Ergebnissen führt“, so Peter Kuhlmann, Geschäftsführer bei bynd. Oliver Mohr ergänzt: „Ich freue mich sehr darauf, die bynd-Kunden mit unserem holistischen Lösungskonzept zu begeistern und sie aktiv auf dem Weg zum Next Level Marketing zu begleiten.“

„Die synergetische Bündelung unserer Consulting-Expertise ist ein innovativer, erweiterter End-to-End-Beratungsansatz. Wir unterstützen dabei Top Level-Entscheider in der digitalen Transformation des Marketings von Strategie bis Implementierung, um einen messbaren

## PRESSEINFORMATION

Wettbewerbsvorteil zu generieren“, fügt Paul Remitz, CEO der Omnicom Media Group Germany, hinzu.

In Summe steht den Kunden künftig ein schlagkräftiges Team aus erfahrenen Consultants an den Standorten München, Düsseldorf und Hamburg zur Verfügung. Dieses zeichnet sich sowohl über ein horizontal breites Leistungsangebot als auch über tiefgreifende vertikale Expertise und Methodik in allen Facetten des kundenzentrierten, technologie-, daten- und strategiegetriebenen Marketings aus. bynd betreut namhafte internationale Kunden aus dem Bereich Automotive, Retail, Finance und Consumer Products.

### Über bynd

**bynd** [bɪˈjɒnd] ist die Strategie- und Technologie-Beratung der Omnicom Media Group Germany. bynd konzipiert und implementiert integrierte End-to-end Marketing-Lösungen für alle Stufen des Wertschöpfungsprozesses. bynd beschleunigt die Marketing-Evolution ihrer Kunden durch eine einzigartige Symbiose aus strategischen, technologischen und analytischen Kompetenzen und Methoden. Ziel ist eine konsequente Konsumentenzentrierung unter der Ambition: „better marketing for people“.

[www.bynd.consulting](http://www.bynd.consulting)

### 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.

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 1.500 Mitarbeitenden an sieben deutschen Standorten vertreten.

[www.omnicommediagroup.de](http://www.omnicommediagroup.de)

### Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Sandra Mill, Omnicom Media Group Germany  
Executive Public Relations & Marketing  
Tel.: 0211-38807-670  
E-Mail: [sandra.mill@omnicommediagroup.com](mailto:sandra.mill@omnicommediagroup.com)