

Deutscher Mediapreis: Omnicom Media Group Germany ist „Mediaagentur des Jahres 2023“

Als „Mediaagentur des Jahres“ wird erstmals in der 25-jährigen Geschichte des „Deutschen Mediapreises“ die Auszeichnung auf Gruppenebene verliehen. Die Auszeichnung ist die jüngste Ehrung in der globalen und nationalen Siegesserie der Omnicom Media Group.

Düsseldorf/ München, 26. April 2023 – Die Omnicom Media Group Germany wurde gestern Abend bei der Verleihung des 25. Deutschen Mediapreises der führenden Fachzeitschrift Werben und Verkaufen (W&V) zur „Mediaagentur des Jahres“ gekürt. Die Auszeichnung für die herausragenden Leistungen in den Bereichen Mediakreativität und -strategie wird erstmals in der 25-jährigen Geschichte des „Deutschen Mediapreises“ auf Gruppenebene vergeben.

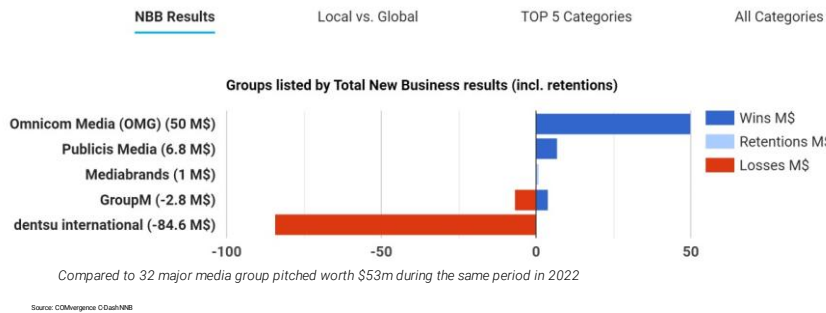
Die Entscheidung der Jury, die mit Vertreter*innen und Expert*innen aus Agenturen, von Vermarktern und Werbetreibenden zusammengesetzt ist, spiegelt den wachsenden Trend unter Werbetreibenden wider: die Suche nach ganzheitlichen, geschäftsfördernden Medialösungen, die konzerngesteuerte Investitions-, Daten-, Technologie- und Innovationskompetenzen mit einwandfrei ausgeführten, ergebnisorientierten kreativen Mediastrategien kombinieren, und auf Agenturebene umgesetzt und aktiviert werden.

Genau diese Kernkompetenz hat Omnicom Media Group Germany zu einer der erfolgreichsten Agenturgruppen auf dem deutschen Markt gemacht. Die Unternehmensgruppe ist der bevorzugte Partner der meisten in Deutschland ansässigen globalen Marken und weist derzeit den Jahresrekord im Neugeschäft unter den großen Agenturgruppen auf – 50 Millionen US-Dollar wurde an Neugeschäft ohne Verluste im ersten Quartal 2023 dazugewonnen.

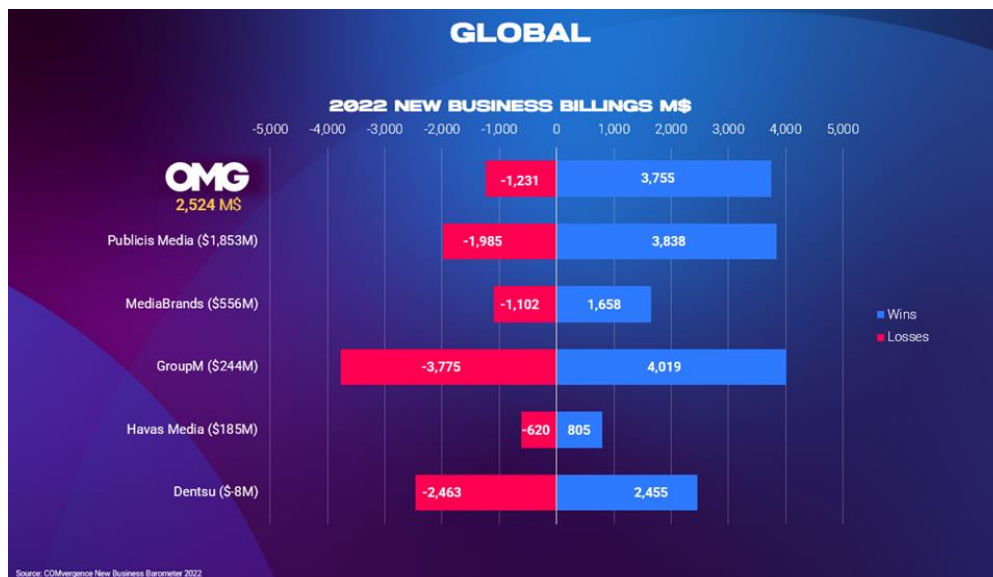
PRESSEINFORMATION

MEDIA SPEND IN PLAY Q1 2023: GERMANY

There were **5** pitches held, worth **€1.8M\$** during this period



Omnicom Media Group Germany verdankt seinen Erfolg im Wesentlichen der Fähigkeit, die Ressourcen und Erfolge der Omnicom Media Group Worldwide zu nutzen. Die Omnicom Media Group hat im Jahr 2022 mehr Neugeschäft als jede andere Agenturgruppe gewonnen und dabei auch den Markt in Bezug auf Mediaeffektivität übertroffen.



Unter der Leitung von CEO Florian Adamski - einem gebürtigen Düsseldorfer - der zuvor als CEO von Omnicom Media Group Germany tätig war - hat Omnicom Media Group das

PRESSEINFORMATION

beste zukunftsorientierte Angebot der Branche aufgebaut und ist seinen Wettbewerbern bei der Entwicklung von Retail Media, Commerce Media, Intelligence und Insights, Optimierung, Prozessautomatisierung und Innovation voraus - alles auf Basis der inhouse Omni Marketing Orchestration-Plattform.

Florian Adamski, CEO Omnicom Media Group, kommentiert die Auszeichnung als „Mediaagentur des Jahres“ aus der Perspektive seiner früheren und seiner aktuellen Rolle: „Omnicom Media Group Germany verkörpert und verwirklicht in einzigartiger Weise unsere OMG-Mission, erstklassige Fähigkeiten in den Bereichen Media, Commerce und Content zu verbinden, um zielgruppenorientierte, integrierte Lösungen zu entwickeln, die unseren Kunden bessere Geschäftsergebnisse liefern.“

Zu Beginn des Jahres 2023 mit einer Dynamik von fast 200 Millionen US-Dollar an Netto-Neugeschäftsgewinnen im Jahr 2022 hebt sich Omnicom Media Group Germany weiterhin von seinen Wettbewerbern ab, indem es Lösungen anbietet, die Marken dabei helfen, in der postpandemischen Welt der beschleunigten Direct To Customer (DTC) - Transformation erfolgreich zu sein - entweder durch traditionelle Agentur-Beziehungen oder flexiblere Modelle wie Omnicom Media Groups digitale Analyse- und Cloud-Beratung TRKKN - das Technologieunternehmen wurde in Deutschland gegründet und ist inzwischen in 19 globale Märkte expandiert.

„Die Komplexität des Marketings - einschließlich Markendifferenzierung, Kundenwachstum und -bindung sowie Datentechnologie - zu beherrschen, war noch nie so herausfordernd wie heute“, sagt Paul Remitz, CEO Omnicom Media Group Germany. „Kunden brauchen einen Partner, der die Kraft eines globalen Mediakonzerns mit 380 Spezialgebieten sowie das breitere Netzwerk einer Holdinggesellschaft nutzen kann, um mediagestützte, datengetriebene Lösungen zu entwickeln, zu aggregieren und zu aktivieren, damit messbare Geschäftsergebnisse erzielt werden. Diese Auszeichnung zeigt, dass Omnicom Media Group Germany dieser Partner ist - und sie ist ein Beweis für das Know-how und das Engagement der 2000 Mediaprofis, die jeden Tag daran arbeiten, Bekanntheit und Umsatz der Marken zu steigern, die Omnicom Media Group Germany mit Stolz betreut.“

PRESSEINFORMATION

Ausgezeichnete Arbeit

Zusätzlich zu den Auszeichnungen auf Gruppenebene für die Mediaagentur des Jahres war die zur Omnicom Media Group gehörende Agentur OMD Germany einer von nur 12 Gewinnern - unter 120 Einreichungen - die gestern Abend in den Kammerspielen in München die Bühne betraten, um die ikonische Kugeltrophäe für die Mediaideen des Jahres und die Mediastrategien des Jahres entgegenzunehmen. OMD konnte die Kategorie „Media-Idee Digital & Social Media“ mit der Kampagne „McDelivery - #KeepOnGaming, We Deliver!“ für McDonald's für sich entscheiden. In Zusammenarbeit mit der Spieleplattform Twitch nutzte OMD Erkenntnisse über das Verhalten des gemeinsamen Publikums, um ein Burger-Wettessen auf Twitch in ein Gemeinschaftserlebnis zu verwandeln - und an die Nutzergemeinschaft Gutscheine zu verteilen. 50 Prozent wurden direkt eingelöst und McDelivery erreichte mit der Twitch-Challenge einen Neukunden-Anteil von über 50 Prozent.

Zusätzlich wurde Hearts & Science in der Kategorie „Media Youngsters“ ausgezeichnet: Die beiden Mediamanagerinnen Joline Meyer und Alessa Scheidler von Hearts & Science Germany sicherten sich den 2. Platz.

Die Omnicom Media Group Germany-Agenturen OMD, PHD und Hearts & Science kamen zusammen auf insgesamt zehn Shortlist-Platzierungen in sechs Kategorien - mehr als jede andere Mediaagenturgruppe - und platzierten damit die Cases von OMD für McDonald's, Teekanne und SAP, die PHD-Kampagnen für Aldi, Audi und Volkswagen und die jungen Nachwuchstalente.

Über Omnicom Media Group Germany

Die Omnicom Media Group ist Teil der Omnicom Group, einer weltweit führenden Kommunikations-, Werbe- und Marketingdienstleistungsgruppe.

Die Omnicom Media Group Germany zählt mit ihren Media- und Kommunikationsagenturen OMD, PHD, Hearts & Science, OMG Fuse, areasolutions, MPX sowie den Technologie- und Beratungsunternehmen TRKKN, Annalect und bynd zu den erfolgreichsten und am stärksten wachsenden Kommunikationsnetzwerken in Deutschland. Insgesamt werden aus Deutschland heraus 200 namhafte nationale und internationale werbungstreibende Unternehmen in den Bereichen Strategie, Kommunikation, Mediaplanung und –einkauf sowie Optimierung betreut.

PRESSEINFORMATION

Als Treiber der digitalen Business Transformation versteht die Gruppe ihre unternehmerische Verantwortung als Verpflichtung für ein nachhaltiges Denken und Handeln und als Aufgabe gegenüber Mitarbeitenden, Gesellschaft und Kunden.

In Deutschland arbeiten an insgesamt sieben Standorten 2000 Menschen aus mehr als 50 Nationen in über 150 verschiedenen Berufsbildern mobil, flexibel und vertrauensvoll zusammen. Das Bekenntnis zu Wachstum und Leistung wird in der gesamten international aufgestellten Agenturgruppe genauso gelebt wie Vielfalt, gegenseitige Wertschätzung, Vertrauen und Diversität. Dazu unterstützen die Agenturen und Beratungen der Omnicom Media Group Germany Initiativen wie beispielsweise die Charta der Vielfalt und den Ad Girls Club.

Seit 2018 hat sich die Zahl der Mitarbeitenden mehr als verdoppelt und die Agenturen zählen national wie international zu den am meisten ausgezeichneten Agenturen – auch das ein Ergebnis des einzigartigen und lebendigen Spirits unserer Unternehmensgruppe.

www.omnicommediagroup.de

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

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