

Meilenstein: Omnicom Media Group Germany knackt die 2000 Mitarbeitenden-Marke

Die Agenturgruppe hat in den letzten fünf Jahren die Zahl der Mitarbeitenden mehr als verdoppelt und startet nun mit über 2000 Mitarbeitenden ins neue Jahr.

Düsseldorf, 06.02.2023 – Neben Neugeschäft, Ausbau des Bestandskundengeschäfts, Diversifizierungen der Agenturmarken sowie Investitionen in Tech & Data-Bereiche lag in den vergangenen Jahren ein weiterer Fokus der Agenturgruppe in der Weiterentwicklung und Transformation zu einer attraktiven und modernen Arbeitgebermarke. So hat sich die Zahl der Mitarbeitenden seit 2018 mehr als verdoppelt. Inzwischen arbeiten bei der Omnicom Media Group Germany mehr als 2000 Menschen aus über 50 Nationen in neun Agenturen und Beratungen an deutschlandweit sieben Standorten.

„Die Entwicklung der Zahl unserer Mitarbeiter*innen spiegelt neben den geschäftlichen Zahlen wie Billings und Umsatz die außerordentlich gute Arbeit des gesamten Teams und des unglaublichen Spirits in unserer Agenturgruppe sowie der übergreifenden Zusammenarbeit im Netzwerk wider. Die nunmehr 2000 Kolleg*innen sind das Ergebnis toller Arbeit und unserer stetigen Weiterentwicklung innerhalb unserer Company. Das heißt, das Wachstum ist die logische Schlussfolgerung der fantastischen Zusammenarbeit sowie unseres gemeinsamen Bestrebens Transformation voranzutreiben“, so Paul Remitz, CEO der Omnicom Media Group Germany, zu dem neuen Meilenstein.

Insgesamt hat die Agenturgruppe in den vergangenen Jahren viel Power und Engagement in den Ausbau von People & Skills und die Weiterentwicklung einer modernen Arbeitskultur gelegt. Gegenseitige Wertschätzung, Vielfalt und Innovationsförderung werden in der gesamten Gruppe ebenso gelebt wie ein horizontales und lösungsorientiertes Miteinander sowie nachhaltiges Denken und Handeln. „Anstelle von pyramidenförmigen Hierarchien arbeiten wir horizontal und abteilungsübergreifend zusammen und setzen Teams agil und adaptiv nach der jeweiligen Aufgabenstellung zusammen. D.h., wir sind nicht nur von allem mehr, wir sind vielfältiger“, sagt Remitz.

PRESSEINFORMATION

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. 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 spezialisiert ist. Um Themen wie Nachhaltigkeit, Diversität, Culture & Weiterentwicklung weiter voranzutreiben wurde vergangenen Herbst außerdem die Position des Chief People & Culture Officer neu im Management Board installiert und aus den eigenen Reihen mit Holger Thalheimer, bislang CEO von PHD Germany, besetzt.

So vielfältig wie das Denken und Handeln ist auch das Portfolio der Omnicom Media Group Germany: Mit Media- und Marketingagenturen OMD, PHD, Hearts & Science, OMG Fuse, areasolutions, MPX, dem auf datengetriebenes Marketing spezialisierten Spezialunternehmen Annalect sowie den Tech- und Consultingunternehmen TRKKN und bynd wird das gesamte Spektrum der Kommunikation und des Marketings abgedeckt. Die Agenturen und Beratungen zählen national wie international zu den führenden und auf den weltweiten Werbefestivals wie den Cannes Lions zu den meist ausgezeichnetsten Agenturen – auch das ein Ergebnis des einzigartigen und lebendigen Spirits der Gruppe.

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 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 2000 Mitarbeitenden an sieben deutschen Standorten vertreten.

www.omnicommediagroup.de

PRESSEINFORMATION

Für Rückfragen:

Antje Burda, Omnicom Media Group Germany

Director Marketing & PR

Tel.: +49 171 6244317

E-Mail: antje.burda@omnicommediagroup.com