

Nachhaltig in die Zukunft: Omnicom Media Group Germany launcht Beratungsunit OMG Momentum

Die Beratungsunit fokussiert sich auf das Thema Nachhaltigkeit. Die Leistungen gehen dabei weit über klimaneutrale Mediapläne und Kampagnen hinaus und umfassen ganzheitliche Beratungsansätze des ökologischen und sozialen Marketings. Die ersten Kunden: Chanel, DAZN, RMS, BCN.

Düsseldorf, 17.11.2022 – Ein grüner Fußabdruck: Mit der Gründung der Unit OMG Momentum setzt die Omnicom Media Group Germany ihre Sustainability-Offensive fort und berät Kunden zu ganzheitlichen Strategien und Maßnahmen zur Transformation des Marketings in Richtung Nachhaltigkeit sowie verantwortungsvollem Handeln. OMG Momentum geht aus einer bereits im Februar 2022 gestarteten Nachhaltigkeits-Unit hervor, die jetzt einen Namen bekommt.

An der Spitze des sechsköpfigen OMG Momentum-Teams in Deutschland steht als Head of Sustainable Solutions Stephanie Helen Scheller. Sie berichtet an Chief People & Culture Officer der Omnicom Media Group Germany Holger Thalheimer.

OMG Momentum bietet ihre Leistungen über die gesamte Agenturgruppe hinweg allen Agenturmarken der Omnicom Media Group an und berät darüber hinaus auch eigene Kunden. Das Leistungsspektrum von OMG Momentum umfasst dabei ganzheitliche Beratungen, die weit über das Messen und Kompensieren von Maßnahmen zur Erzielung einer Klimaneutralität von Mediakampagnen hinausgehen und das gesamte Marketing-Ökosystem inklusive sozialer Aspekte umfassen. Beispielsweise unterstützt die Unit werbungtreibende Unternehmen dabei, ihre Media- und Marketing-Mix Investitionsentscheidungen nachhaltiger zu gestalten und Öko-KPIs in ökonomische Modelle einzubauen. OMG Momentum orientiert sich hier an den ESG-Leitlinien, die Kriterien aus den Bereichen Umwelt (**E**nvironment), Soziales (**S**ocial) und verantwortungsvolle Unternehmensführung (**G**overnance) beinhalten.

PRESSEINFORMATION

Zu den ersten Kunden, die in Deutschland bereits erfolgreich betreut werden, zählen u.a. die Luxusmarke Chanel, der Radiovermarkter RMS, die Streamingplattform DAZN und das zum Burda Verlag gehörende Vermarktungsnetzwerk BCN Brand Community Network.

„Das Thema Nachhaltigkeit entwickelt gerade ein starkes Momentum weit über ökologische Aspekte hinaus. Unternehmen erkennen zunehmend die steigende Bedeutung einer ESG-Bilanzierung. Weiter stehen bei Unternehmen Nachhaltigkeitsthemen aus regulatorischen und gesetzgebenden Gründen – Stichwort: Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz – wie auch im Wettbewerb um junge Talente ganz oben auf der Liste. Hier gilt es, Investoren und Anleger weiterhin für das Unternehmen zu begeistern und hier setzen wir mit **OMG Momentum an**“, so Holger Thalheimer, Chief People & Culture Officer Omnicom Media Group Germany.

Stephanie Helen Scheller, Head of Sustainable Solutions **OMG Momentum**, ergänzt: „Nachhaltigkeit im Bereich von Marketing und Kommunikation beginnt sich zu entwickeln und zeigt eine sehr starke Dynamik. Entsprechend fehlt es vielfach an Kompetenz und vor allem Transparenz. Es geht jetzt darum, Kunden und Medienpartner mit einer strategisch stringenten Roadmap für eine nachhaltige Transformation des Marketings zu begleiten. Dazu zählen schnell umsetzbare Reduktionen genauso wie – vor allem – die langfristige Veränderung von Einstellungen und Verhaltensweisen im Marketing, hin zu einem verantwortungsvollen Handeln. Das Aufgabenspektrum umfasst dabei veränderte Briefings, veränderte Prozesse, veränderte Grundeinstellungen wie auch veränderte KPIs.“

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