

## **Omnicom Media Group Germany mit bester Neugeschäfts-Bilanz aller deutschen Agenturen in 2021**

**Das COMvergence „New Business Barometer“ weist die Omnicom Media Group Germany mit Abstand als erfolgreichstes Netzwerk im New Business aus**

*Düsseldorf, 10.03.2022* – Omnicom Media Group Germany hat das vergangene Jahr mit einer hervorragenden Neugeschäftsbilanz abgeschlossen. Im „New Business Barometer 2021“ des unabhängigen Marktforschungsunternehmens COMvergence ist Omnicom Media Group Germany die Nummer eins unter den deutschen Mediaagenturen in Bezug auf New Business Gewinne.

Laut COMvergence hat das Agenturnetzwerk in 2021 eine Neugeschäftsbilanz von 378 Millionen US-Dollar erzielt und führt damit mit Abstand die Rangliste an. Wesentliche Treiber für diesen fulminanten New Business-Erfolg waren Etatgewinne bzw. verteidigte Etats wie beispielsweise Mercedes, H&M, Unilever, British Airways, Philips, Beyond Meat, Chanel, Duravit, Sanofi, Peloton und viele mehr.

Damit unterstreicht die Omnicom Media Group Germany einmal mehr ihre führende Rolle bei innovativen und tragfähigen Kommunikationslösungen und im Bereich der digitalen Transformation des Marketings: „Wir haben uns in den vergangenen Jahren strukturell und strategisch neu aufgestellt, um die Marketing-Needs unserer Kunden noch besser und wirkungsvoller erfüllen zu können. Das Wachstum unserer Kunden stellen wir radikal in den Vordergrund. Dass wir nun das Ranking anführen, ist Beleg dafür, dass Kunden eine maßgeschneiderte Lösung für Ihre Herausforderungen wertschätzen“, so Paul Remitz, CEO Omnicom Media Group Germany.

Benjamin Becker, Managing Partner ppa. Business Development der Omnicom Media Group Germany, stellt heraus, dass „die signifikant gesteigerte Gewinn-Quote in unseren Neugeschäftsprojekten um über 15%-Punkte sowie eine Retention Rate von 77% wichtige Belege dafür sind, dass wir richtig priorisieren und ein professionelles Pitch-Management etablieren konnten. Vielen Dank an all unsere Mitarbeiter\*innen und ihren sensationellen Spirit. Ohne den Einsatz jeden direkt oder indirekt Beteiligten wäre dieser Erfolg nicht möglich.“

## PRESSEINFORMATION

Zur Berechnung der Etathöhen der Werbetreibenden in Deutschland bezieht sich COMvergence auf die in Nielsen ausgewiesenen Mediaspendings und zieht pauschal 50 Prozent der ermittelten Etathöhe ab.

### 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. 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](http://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](mailto:sonja.tabatabai@omnicommediagroup.com)