

Susanne Grundmann zur Media-Persönlichkeit des Jahres gekürt

Die Jury des Deutschen Mediapreises wählt die Chief Global Client Officer der Omnicom Media Group Germany zur Media-Persönlichkeit des Jahres 2022 – Agenturgruppe räumt weitere sechs Preise ab

Düsseldorf/München, 06.05.2022 – Wir gratulieren und sind stolz: Die Jury des Deutschen Mediapreises hat Susanne Grundmann, Chief Global Client Officer der Omnicom Media Group Germany, zur „Media-Persönlichkeit des Jahres“ gewählt. Der von dem Fachmagazin Werben & Verkaufen (W&V) initiierte und zu den renommiertesten Branchenawards zählende Preis wird jedes Jahr an Media-Persönlichkeiten vergeben, die die Branche entscheidend mitprägen. Insgesamt hat die Agenturgruppe sieben Mediapreise gewonnen und gehört damit zu den Abräumern des Abends. Die Preisverleihung des 24. Deutschen Mediapreises fand am gestrigen Abend in den Münchner Kammerspielen statt.

„Susanne Grundmann ist eine Macherin und hat in ihrer Zeit als CEO der OMD Germany die Transformation der Agenturgruppe maßgeblich vorangetrieben, eine kollaborative Arbeitskultur etabliert und sich vor allem für die Förderung, Führung und Gleichstellung von Talenten eingesetzt“, heißt es in der Begründung der hochkarätig besetzten Jury, die sich aus Vertretern von Agenturen, Vermarktern und Werbungtreibenden zusammensetzt.

Weiter überzeugte die 40-Jährige, die von 2018 bis Anfang 2022 an der Spitze der Agenturgruppe stand, durch ihre Neugeschäftsbilanz: Unter ihrer Führung gewann OMD Germany 24 neue Kunden – darunter beispielsweise Müller, Bitburger, Jägermeister aber auch internationale Kunden wie Allianz, Philips, Stada oder Mercedes Benz Group. Auch die Kundenzufriedenheitswerte der OMD Germany kletterten kontinuierlich nach oben und führten zum höchsten Ergebnis an Kundenzufriedenheit, das jemals über alle Agenturen in Deutschland hinweg gemessen wurde. Im Januar 2022 stieg Susanne Grundmann innerhalb der Gruppe zur Chief Global Client Officer der Omnicom Media Group Germany auf und zeichnet in ihrer neuen Position für die horizontale Kundenführung der Holding verantwortlich.

PRESSEINFORMATION

„Wir freuen uns wahnsinnig über die Ergebnisse beim diesjährigen Mediapreis. Besonders stolz sind wir über die Auszeichnung von Susanne zur Media-Persönlichkeit des Jahres. Sie hat den Preis absolut verdient, sie ist ein Ausnahmetalent und hat Marketing und Media auf ein neues Level gehoben. Susanne steht für Innovation, Transformation und Talentförderung. Sie ist eine ausgewiesene Media-Expertin und -Strategin, sie kennt die Kundenbedürfnisse und zeichnet sich durch absolutes Know-how, Kundenverständnis und Weitsicht aus“, so Paul Remitz, CEO der Omnicom Media Group Germany.

Neben dem Award in der Königsdisziplin „Media-Persönlichkeit des Jahres“ wurden die Agenturen der Omnicom Media Group Germany insgesamt mit sechs weiteren Trophäen ausgezeichnet: PHD Germany räumte drei Mediapreis-Awards ab – Die Agentur wurde für ihre Kampagnen in den Kategorien „Media-Idee Print“ für IDM Südtirol mit ihrer „Sehr geehrte Frau Dr. Merkel“-Kampagne ausgezeichnet, in der Kategorie „Media-Idee Content Marketing“ für den Kunden Volkswagen mit dem Case „The New Polo Challenger Series – Live on Twitch“ sowie in der „Media-Idee Audio“ für die Aldi-Kampagne „Der kein Unterschied“. OMD Germany erhielt ebenfalls drei Awards: Der Preis für die beste „Media-Strategie des Jahres National“ ging an den Kunden McDonald's mit der Kampagne „Good Morning, Germany!“. Zudem gab es Gold für Rewe und Bacardi / Bombay Bramble mit der Kampagne „Liebe auf den letzten Blick“ in der Kategorie „Retail Media & Commerce“ sowie für die Rewe-Kampagne „In MOoH We Trust“ in der Kategorie „Werbung im öffentlichen Raum“.

Weitere Informationen zu den Preisträger*innen des 22. Deutschen Mediapreises finden Sie hier: <https://www.wuv.de/Themen/Media/Deutscher-Mediapreis-2022-Das-sind-die-Gewinnerinnen>

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) sowie Trakken (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, Beratungsunternehmen und Bereiche der Omnicom Media Group Germany ist es, Kunden dabei zu helfen, den Wert ihrer Kommunikation zu steigern. Die Agenturen und Beratungsunternehmen der Omnicom Media Group Germany sind mit 1.800 Mitarbeitenden an sieben deutschen Standorten vertreten.

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