

Trakken expandiert global in 14 Märkte

Trakken, ein führender Google Marketing Platform Partner, expandiert global aus Deutschland heraus nach APAC, dem Mittleren Osten und Nordamerika, um die wachsenden Kundenbedürfnisse im Bereich Marketing Technologie und Daten zu decken | Trakken wird in TRKKN umbenannt

New York/Hamburg, 24.06.2022 – Trakken, ein führendes Unternehmen für Beratungslösungen im Bereich Digital Analytics, Ad Technologie, Conversion Optimierung, Cloud-Beratung und einer der größten Google Marketing Platform Sales Partner für den europäischen Markt, wird ab sofort seine Services auf 19 Märkte ausdehnen. Das inkludiert die Regionen Asia Pacific, den Nahen Osten und Nordamerika. Die weltweite Expansion wird aus Deutschland heraus – dem Gründungsland und Hauptsitz von Trakken – gesteuert. Zeitgleich mit der globalen Expansion wird das Beratungsunternehmen Trakken in TRKKN umbenannt.

TRKKN wurde 2008 von ehemaligen Google-Mitarbeitenden gegründet und im Jahr 2015 von der Omnicom Media Group übernommen. Nach der Akquisition durch die Omnicom Media Group hat sich TRKKN in den letzten sieben Jahren von einem nationalen Google-Vertriebspartner zu einem der führenden Beratungsunternehmen für die Google Marketing Platform und die Google Cloud Plattform entwickelt – die Anzahl der Beschäftigten hat sich während dieser Zeit auf 125 Mitarbeitende verdreifacht. Der Hauptsitz der Unternehmung befindet sich in Deutschland mit Niederlassungen in sieben Städten in fünf Ländern. Heute bietet TRKKN als unabhängige Technologie Beratung eine breite Palette von Dienstleistungen an. TRKKN hilft Kunden bei der Auswahl und Steuerung ihres Google Marketing- und Cloud-Stacks. Die Berater*innen helfen in den Bereichen Business Transformation, Digital Analytics, Ad Technologie, Consumer Experience, Data Science & AI sowie Google Cloud Strategie und Engineering. TRKKN's Technologie und Serviceansatz unterstützt Werbungtreibende im Zeitalter des In-House- oder Hybrid-Operating Model mit mehr Flexibilität agieren zu können. TRKKN setzt dabei exklusiv auf Google-Technologie.

PRESSEINFORMATION

„Diese Expansion spiegelt zwei gleichzeitige Entwicklungen auf dem heutigen globalen Markt wider - den wachsenden Umfang und das Ausmaß der Beziehung zwischen Marken und Google sowie die sich verändernde Form der Zusammenarbeit zwischen Agenturen und Kunden“, sagt Florian Adamski, CEO der Omnicom Media Group, der die Akquisition und Integration von Trakken (heute TRKKN) während seiner Amtszeit als CEO von Omnicom Media Group Germany begleitete. „In einer Zeit, in der Kunden mehr denn je Hilfe bei der Verwaltung ihrer Google Marketing Stacks benötigen, setzen immer mehr Kunden auf in-house- oder integrieren hybride Medialösungen, um unabhängiger zu sein. Unsere Herausforderung besteht darin, für beide Realitäten eine Lösung zu finden – und das bedeutet, globale Best Practices zu gewährleisten. Die globale Expansion von TRKKN – unter Beibehaltung seines Status als unabhängige Technologie Beratung innerhalb der OMG-Muttergesellschaft – erfüllt diese Herausforderung und ermöglicht es uns, außerhalb des traditionellen Agency of Record (AOR)-Modells zu agieren. So unterstützen wir Kunden Google-Technologie zu nutzen, um bessere Geschäftsergebnisse zu erzielen“, so Florian Adamski weiter.

Laut Adamski wird die derzeitige Präsenz von TRKKN von fünf Ländern (Österreich, Deutschland, Spanien, Schweden und die Schweiz) um 14 Länder anwachsen. In den nächsten acht Wochen werden Niederlassungen in Australien, Dänemark, Neuseeland, den Niederlanden, Portugal, Singapur, Türkei, Großbritannien, den Vereinigten Arabischen Emiraten und den USA hinzukommen. Eine zweite Expansionswelle ist für die kommenden drei bis sechs Monate geplant und wird voraussichtlich weitere Märkte in Asien, EMEA und LATAM umfassen. Das bestehende Geschäft rund um das Headquarter in Hamburg und den Hub in Barcelona fungiert unter anderem als Inkubator, der bei der Entwicklung des Geschäfts in neuen Märkten & Regionen bereits jetzt aktiv unterstützt.

Adamski hat den CEO von Omnicom Media Group Germany, Paul Remitz, der die Marke TRKKN in der EMEA-Region aufgebaut und weiterentwickelt hat, damit beauftragt, als Projekt-Verantwortlicher den globalen Roll-out zu führen. Paul Remitz: „Meine Aufgabe ist es in dem globalen Roll-out den strategischen und operativen Rahmen zu schaffen und übergreifend Strukturen, Produkte und Dienstleistungen zu etablieren.“

Die globale Expansion unterstreicht auch die bedeutende Rolle des Standortes Deutschland als Treiber für Innovationen und Technologie im Omnicom Netzwerk

PRESSEINFORMATION

Max Deitmer, Managing Director von TRKKN, wird zusätzlich für die EMEA-Region verantwortlich zeichnen. Deitmer konnte in den letzten sechs Monaten das Geschäft in Deutschland, Österreich, Schweiz, Spanien und Schweden weiter ausbauen.

Max Deitmer dazu: „Wir haben in den letzten Monaten nicht nur den Kundenstamm und die Mitarbeitendenzahl erfolgreich ausgebaut, sondern mit jedem unserer Service Bereiche neue Impulse erarbeitet. Unsere Mitarbeitenden und deren Leidenschaft für Technologie und Daten in Kombination mit der engen Verzahnung zu Google sind unsere zentralen Erfolgsfaktoren. Als Führungsteam setzen wir für unsere Wachstumsstrategie stark auf Geschwindigkeit, Innovation und Kollaboration.“ Deitmer kommt mit fast 15 Jahren Erfahrung im Bereich Technologie und Daten. Er bringt starke Kompetenzen im Bereich Unternehmensberatung und Internationalisierung mit und ist damit eine perfekte Ergänzung - auch für den Roll Out in EMEA.

Mario Schiappacasse, ehemaliger EVP von Jellyfish, Global Programmatic Media and Technology, wird zum President von TRKKN North America ernannt. Sein umfassender Hintergrund in den Bereichen digitale Strategie und Ad-Tech-Beratung, kombiniert mit einer nachweislichen Erfolgsbilanz bei der Verbesserung der Leistung und Effizienz für die bekanntesten Marken der Welt, passt hervorragend zu der Mission, dem Modell und dem Expansionsauftrag von TRKKN.

Schiappacasse beschreibt seine neue Rolle wie folgt: „Wenn es um die ihre Beziehungen zu Platform-Anbietern geht, suchen Kunden nach zwei Dingen: Klarheit und Wertigkeit. Als President von TRKKN North America ist es meine Aufgabe, das erste zu bieten und das zweite zu gewährleisten.“ Die Ernennung von Schiappacasse ist ab sofort wirksam.

Die regionalen Führungskräfte für APAC und den Nahen Osten werden voraussichtlich im dritten Quartal ernannt.

Über TRKKN

TRKKN ist ein Beratungsunternehmen für Digital Analytics, Ad Technology und Cloud-Beratung und einer der größten Google Marketing Platform Sales Partner für den europäischen Markt.

www.trkkn.com

PRESSEINFORMATION

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