

Pressemitteilung

## **Serviceplan Group überzeugt auch im Corona-Jahr**

**Die Serviceplan Group schließt das Geschäftsjahr, das am 30. Juni 2021 endete, mit 488 Millionen Euro Honorarumsatz erfolgreich ab. Dieses Plus von 9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (448 Millionen Euro) in einem komplett von der globalen Pandemie geprägten Geschäftsjahr ist das Ergebnis strategischer Maßnahmen, stetiger Innovationskraft und einer nie dagewesenen Teamleistung aller Kolleg:innen der Agenturgruppe weltweit.**

**München, 19. Juli 2021** — „Es ist außergewöhnlich und macht mich sehr stolz, wie wir die Corona-Krise mit all ihren Negativeffekten auf Markt, Medien und Kunden so gut bewältigen konnten. Das positive Bilanzergebnis beruht auf verschiedenen strategischen Bausteinen, die in ihrer Gesamtheit dazu beigetragen haben, dass wir uns im letzten Geschäftsjahr substantiell weiterentwickeln konnten. Mein größter Dank gilt an dieser Stelle allen Kolleg:innen und Partner:innen in der Gruppe, die diese nicht nur beruflich sondern auch im privaten Kontext oft herausfordernden Umstände meisterhaft gemanaged haben. Die Menschen und unsere Kultur machen die Serviceplan Group zu dem, was sie ist. Und der Faktor Mensch hat durch die Pandemie bedeutend an Sichtbarkeit gewonnen – Remote Work, hybride Veranstaltungsformate und digitalisierte Prozesse sind nicht mehr aus unserem Alltag, weder heute noch in Zukunft, wegzudenken“, ordnet Florian Haller, CEO Serviceplan Group, die Bilanz der Serviceplan Group ein. Die gesamte Agenturgruppe schließt das Geschäftsjahr, das am 30. Juni 2021 endete, mit 488 Millionen Euro Honorarumsatz ab: ein Plus von 9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (448 Millionen Euro).

### **ÜberCreativity – das besondere Mindset macht den Unterschied**

„ÜberCreativity“ entsteht, wenn unterschiedliche Kommunikationsdisziplinen ihre spezifischen Stärken kombinieren, um eine Idee auf ein bislang unerreichtes kreatives Niveau zu heben. Im abgelaufenen Geschäftsjahr 2020/2021 war genau dieses besondere Mindset der Agenturgruppe einer der entscheidenden Erfolgstreiber. Das Serviceplan Group Konzept „House of Communication“ (HoC) bietet die Basis für ÜberCreativity: Creative & Content, Experience & Commerce und Media & Data – alle diese Bausteine werden im HoC integriert gedacht und für Kunden individuell und agil umgesetzt. Mit neuen Customized-Agency-Konzepten für und mit O2/Telefónica („Serviceplan Bubble“ seit August 2020), BMW („The Marcom Engine“ seit September 2020) und Tchibo („Serviceplan Docks“ Etatgewinn im Mai

2021) stellt die Serviceplan Group ihr besonderes Selbstverständnis als integrierter Kommunikationsdienstleister unter Beweis.

Aber auch neue Allianzen wie BAUERSERVICEPLAN, das gemeinsame Angebot für Content Marketing und Corporate Publishing der Bauer Media Group und Serviceplan, sowie relevante Etats stärken die Marktposition der größten inhabergeführten Agenturgruppe Europas im abgelaufenen Geschäftsjahr. Dazu gehören u.a. CDU (Serviceplan Reputation, Saint Elmo's, Serviceplan Campaign, Serviceplan Experience), Fressnapf (Serviceplan Campaign, Future Marketing, Plan.Net Köln, Plan.Net NEO, Plan.Net Technology, Serviceplan Consulting Group, Serviceplan Solutions), Liftstar (House of Communication Köln), Nikon (Mediaplus International, Mediaplus Köln, Plan.Net Performance, Mediascale Köln) und Siemens Healthineers (Mediaplus International, Plan.Net Pulse), s.Oliver (Mediaplus, Serviceplan Campaign, Serviceplan Design, Serviceplan Consulting Group) sowie ZDF (Serviceplan Campaign, Plan.Net NEO, Mediaplus München, Serviceplan Consulting Group).

Insgesamt vermelden die Serviceplan Agenturen (inkl. Serviceplan Solutions) ein Honorarvolumen von 108 Millionen Euro im abgelaufenen Geschäftsjahr und somit ein Plus von knapp 4 Prozent.

Nach Awardpause im Jahr 2020 gewannen Kampagnen der Serviceplan Group für die Kunden Dot Corporation ("Dot go"), MINI, METER Group ("Meltdown Flags"), Règles Élémentaires ("INVISIBLE WOMEN") und Sea-Watch (LIFEBOAT-The Experiment) zweimal Gold, einmal Silber und viermal Bronze bei den diesjährigen Cannes Lions. Meistausgezeichnete Kampagne war „MINI malism für MINI“ mit einmal Gold in der Kategorie Outdoor und zweimal Bronze in der Kategorie Industry Craft. Die beste Serviceplan-Arbeit beim ADC Germany war „Meltdown Flags“ mit einem Grand Prix, einmal Gold, dreimal Silber und zweimal Bronze.

Klimaneutralität im Werbemarkt: Dieses zentrale Ziel haben im März 2021 die Mediaplus Group – kürzlich zum zweiten Mal in Folge zur Mediaagentur des Jahres gekürt – und ClimatePartner mit der einzigartigen Industrieinitiative „Green GRP“ zum CO<sub>2</sub>-Ausgleich von Kampagnen ausgerufen. Mit dem neuen Berechnungsmodell können sich Unternehmen jetzt dafür entscheiden, die von ihnen gebuchte Werbung klimaneutral zu stellen – und das für jedes Medium und unabhängig vom Vermarkter. „Unsere Vision ist, dass Markenwerbung in Deutschland und von dort ausgehend bald auch in anderen Ländern CO<sub>2</sub>-neutral wird. Rund 25 Milliarden Euro netto ist der deutsche Werbemarkt laut ZAW wert. Wenn wir es schaffen, zusätzlich ein Prozent der Gelder in CO<sub>2</sub>-Ausgleich und Klimaschutzprojekte zu investieren, haben wir einen wichtigen Beitrag für den Klimaschutz geleistet. Wenn alle Marktteilnehmer mitmachen, schalten irgendwann alle nur noch klimaneutrale Kampagnen“, erklärt Florian Haller. Der Green GRP wurde von Deutschland ausgehend bereits in weitere Länder wie zum Beispiel Frankreich, Italien sowie in die DACH-Region ausgerollt.

## **Digitalisierung konsequent umgesetzt**

Schon heute macht die Agenturgruppe rund die Hälfte ihrer Umsätze im digitalen Umfeld. Auf Agenturebene betrachtet, konnten im vergangenen Geschäftsjahr Mediaplus (inkl. Facit) und Plan.Net (inkl. The Marcom Engine) ihr Honorarvolumen um 11 Prozent auf 241 Mio. Euro steigern.

Die Plan.Net Group hat ihre Position als führender ganzheitlicher Anbieter im Bereich Customer Experience Management weiter gestärkt – nicht zuletzt durch die gezielte Erweiterung des Beratungsangebots mit u.a. der Übernahme von Future Marketing (Ende 2020) sowie der Beteiligung an der Managementberatung thaltegos (Mai 2021).

Mit Marcus Ambrus, der im Februar zum Chief Strategy & Sales Officer (CSO) der Plan.Net Group aufstieg, der Berufung von Carmen Tscharre-Späth als Head of Transformation and Knowledge Management und der kürzlichen Ernennung von Christian Waitzinger als Chief Experience Officer (CXO) entwickelt sich das Führungsteam der Plan.Net Group stetig.

## **Internationaler Fokus trotz weltweiter Krise**

„Zentrale Aufgabe für unsere Agenturgruppe wird nun sein, weiter nah an unseren Kunden zu bleiben und den unglaublichen Digitalisierungs-Push der vergangenen Monate konsequent und kreativ weiterzuverfolgen. Mit den Learnings aus der Corona-Zeit werden wir beweglich sein, fortschrittlich und effizient agieren und unser Geschäft in Deutschland und auf internationaler Ebene stetig weiterentwickeln“, erklärt Florian Haller.

Die konsequente Internationalisierungsstrategie auch unter Pandemiebedingungen weiter voranzutreiben, war ein entscheidender Faktor für die positive Entwicklung der Agenturgruppe. Mit den jüngsten Standorten Amsterdam und San Francisco zählt die Serviceplan Group heute 24 Standorte in 17 Ländern mit über 4.400 Kolleg:innen.

Ihr Angebot im US-Markt stärkt die Gruppe zudem mit der Beteiligung an der Kreativagentur Pereira O'Dell mit Büros in New York und San Francisco (Oktober 2020). Im Juli 2020 gründete Serviceplan Group nach Zusammenschluss mit der Marketing- und Mediaagentur Mediaplus\* das House of Communication Amsterdam.

Auch die Mediaplus Gruppe zündete im November 2020 eine neue Stufe ihrer internationalen Aufstellung und berief Phil Cowdell in die neu geschaffene Position des CEO Mediaplus Americas in das House of Communication New York. Er wird das internationale Angebot der Mediaplus Gruppe auf dem gesamten amerikanischen Kontinent ausbauen und die integrierte Zusammenarbeit für global aufgestellte Kunden in der Gruppe weiter vorantreiben.

Mit der Gründung von TechNest investierte auch die Plan.Net Group in die weitere Internationalisierung: neben den bestehenden Near- und Offshoringstandorten in Rumänien und Indien unterstützt das Warschauer Unternehmen TechNest die Realisierung von

umfassenden Digital Experience und Commerce Services der Plan.Net Group und der Serviceplan Customized Agencies.

Für das kommende Geschäftsjahr stehen im Rahmen der strategischen Internationalisierung der Agenturgruppe u.a. der weitere Ausbau des Near- und Offshoringangebots sowie die Erschließung neuer Märkte (UK und Nordics) auf der Agenda.

### **Menschen bewegen**

Dass der Faktor Mensch in den letzten Monaten entscheidend für den erfolgreichen Jahresabschluss war, zeigen auch diverse, wichtige personelle Entscheidungen innerhalb der Gruppe: Carolyn Schlak berichtet in der neugeschaffenen Position der CPO (Chief People Officer) direkt an Florian Haller und erweitert das Serviceplan Group Holding Board; mit Carole Giroud wurde im House of Communication Paris eine neue Geschäftsführerin verpflichtet, die das Geschäft auf dem französischen Markt weiter ausbauen soll. Für den weltweiten visuellen Output der Serviceplan Group ist seit März 2021 Michael Wilk in neu geschaffener Position des Global Head of Art und somit für die Leitung eines internationalen Teams an Kreativen zuständig.

Alexander Schill, Global Chief Creative Officer der Serviceplan Group, ist seit April 2021 neuer Präsident Art Directors Club of Europe (ADCE) und stärkt in dieser Position die kreative Sichtbarkeit der Gruppe auf europäischer Ebene.

Creative & Content, Media & Data und Experience & Commerce: Um die Sichtbarkeit der Kommunikationsdisziplinen gruppenweit zu fördern, erweitert die Serviceplan Group Holding zum 1. Juli ihr Board um Matthias Brüll (Geschäftsführer Mediaplus International), Wolf Ingomar Faecks (CEO Plan.Net Group) und Vincent Schmidlin (Sprecher und Geschäftsführer der Serviceplan Agenturen).

### **Serviceplan Group strebt Klimaneutralität in Europa an**

Seit 2020 sind bereits alle deutschen Standorte sowie das House of Communication in Wien klimaneutral. In 2021 startete die Serviceplan Group eine nächste Stufe ihres internationalen Nachhaltigkeitsmanagements und geht mit den Houses of Communication in Belgien, in Frankreich, in der Schweiz, in den Niederlanden, in Italien und in Polen in den Prozess zur globalen Klimaneutralität. Darüber hinaus verpflichtet sich die Agenturgruppe zentral zu den 17 Zielen für nachhaltige Entwicklung der vereinten Nationen (UN Sustainable Development Goals). Der erste durch den Global Reporting Index zertifizierte Klimareport der Gruppe soll im Dezember 2021 erscheinen.

## Creative & Content

Insgesamt vermelden die Serviceplan Agenturen (inkl. Serviceplan Solutions) ein Honorarvolumen von 108 Millionen Euro im abgelaufenen Geschäftsjahr und somit ein Plus von knapp 4 Prozent.

Ein Faktor für den Erfolg waren eine Reihe relevanter Etat-Gewinne für die Serviceplan Agenturen. Zwei waren mit der Neugründung von Customized Agencies verbunden: So gewann Serviceplan den Kunden **O2/Telefónica Deutschland** und gründete für ihn „Serviceplan Bubble“, ein vollintegriertes Agentur-Modell, um die Kernmarke O<sub>2</sub> weiterzuentwickeln. Erste Kampagnen, wie die Netzkampagne, die Kampagne zu O<sub>2</sub> Select & Stream oder der Social Stunt, in dem Handybesitzer Ernst auf ebay das teuerste Handy der Welt verkauft, sorgten für Aufmerksamkeit. Auch der Telefónica Deutschland PR-Etat wird seit Anfang 2021 von Serviceplan PR & Content als PR-Leadagentur im Hause Serviceplan betreut.

Für **Tchibo** wird gegenwärtig die maßgeschneiderte Agentur „Serviceplan Docks“ am Hamburger Standort aufgebaut. Sie betreut die umfassenden kommunikativen Maßnahmen für Tchibo ganzheitlich aus einer Hand. In Berlin bündeln Serviceplan und die Bauer Media Group ihre Kräfte und gründeten unter dem Namen BAUERSERVICEPLAN ein Joint Venture für Content Marketing und Corporate Publishing. Startkunde ist der AOK Bundesverband, inzwischen wurde auch die Pflegekammer NRW als Kunde gewonnen.

Weitere wichtige Etatgewinne mit den Serviceplan Agenturen im Lead, die integriert innerhalb der Serviceplan Group betreut werden, sind die Kampagne der CDU Deutschlands für den Bundestagswahlkampf 2021 sowie die Etats für den ZDF Hauptsender sowie für ZDFneo. Alle kampagnenrelevanten Kommunikationsmaßnahmen beider **ZDF Etats** werden mit kreativer Leadagentur **Serviceplan Campaign** in München integriert innerhalb der Serviceplan Group betreut.

Mit **Serviceplan Reputation Berlin** als Leadagentur arbeiten verschiedene Serviceplan Group Expert:innen aus ganz Deutschland an der Kampagne für den **CDU Bundestagswahlkampf**. Die Pitch-Entscheidung folgte auf den ersten **voll digitalen Parteitag** in Deutschland, dessen Strategie und Umsetzung – wie auch die Entwicklung des neuen Parteidesigns – bereits bei Serviceplan lag.

Ihre Kreativstärke bewiesen die Serviceplan Agenturen weiterhin in zahlreichen Kampagnen. Neben der schon traditionell vielbeachteten Weihnatskampagne hat Serviceplan Campaign in München für **PENNY** eine komplett neue Art der Kooperation umgesetzt und inszenierte Comedian Teddy Teclebrhan in einem kreativen Contentformat. Dies gewann unter anderem dreimal Gold beim BCM 2021. Zusammen mit **Xbox** feierte die Serviceplan Group Frauen im Gaming mit einem ganz besonderen Controller und visualisierte für den

Kunden **METER** mit „Meltdown Flags“ den Klimawandel mithilfe des Weißanteils von Nationalflaggen – ausgezeichnet unter anderem mit Silber bei den Cannes Lions sowie **mit einem Grand Prix, einmal Gold, dreimal Silber und zweimal Bronze beim ADC Germany**. Im unter anderem beim Clio Health und dem Deutschen Mediapreis ausgezeichneten Musikprojekt THE DARK SIDE OF SUGAR trafen süße Pop-Texte auf düstere Töne, um auf die Gefahren versteckten Zuckers in Lebensmitteln aufmerksam zu machen. **Laut gegen Nazis e.V.** und Serviceplan Campaign in München starteten eine umfassende Kampagne, die kreativ dazu aufrief, laut gegen Rassismus und Rechtsextremismus zu werden. Sie wurde unter anderem beim ADC Deutschland mit Bronze und mehrfach beim CLIO 2021 (1x Silber, 4x Bronze) prämiert. Mit den **Love Crossings** setzt das Haus der Kommunikation Hamburg eine originelle Out-Of-Home-Kampagne für BILLY BOY um, bei der die Umgebung der Mediafläche aktiv und kreativ mit der Marke verbunden wurde. Dafür gab es einen Wood Pencil bei den D&AD Awards 2021. Viel Beachtung in den USA erfuhr die #NotComingHome Kampagne von Serviceplan Campaign Hamburg, in der ein emotionaler Film auf das Thema Waffengewalt aufmerksam macht – u.a. auf Social Media geteilt von US-Politikerin Nancy Pelosi. Für **MINI** setzte Serviceplan Hamburg in Zusammenarbeit mit den Kolleg:innen von Serviceplan Group Middle East eine visuell kraftvolle Kampagne um. Sie verwandelte die Flügel des ikonischen **MINI-Logos** in **Design-Elemente**, die die neuen MINI-Features in Szene setzen. Dafür gab es unter anderem Gold in Cannes.

Eine weitere wichtige Auszeichnung konnte die Serviceplan Group bei den CRESTA Awards erringen und wurde 2020 als „**CRESTA Independent Network of the Year**“ ausgezeichnet. Im **Horizont-Designagenturen-Ranking** belegte die Serviceplan Group **Platz 1** der kreativsten CD-Agenturen und Designdienstleister in Deutschland. Wichtige Rankingserfolge konnten auch die Serviceplan Spezialagenturen erreichen. **Serviceplan Health** ist zum achten Mal in Folge zur kreativsten Healthcare-Agentur im Healthcare Marketing Ranking gekürt worden. Die **Serviceplan Content Group** hat im diesjährigen Pfeffer Ranking den zweiten Platz gemacht. Das PR-Journal hat dafür zum 25. Mal die Honorarumsätze von 115 teilnehmenden Agenturen mit #PR DNA verglichen. Die **Serviceplan Consulting Group** wurde von Brand Eins unter die **besten Unternehmensberatungen** Deutschlands gewählt - und das gleich in zwei Kategorien: “Marketing, Marke und Pricing” sowie “Data Analytics und Big Data”.

Im Bereich der Personalnews gab es ein **neues Führungsduo für Serviceplan Köln** zu vermelden. **Anna Lee Sønnichsen** hat an der Seite von Kreativ-Geschäftsführer Jan Propach ab 1. Februar 2021 den Beratungs-Bereich der Agentur übernommen und arbeitet mit ihm zusammen weiter daran, attraktive Marken in allen Bereichen der Campaign-Kommunikation zu unterstützen.

## Experience und Commerce

Das gemeinsame Honorarvolumen von Mediaplus (inkl. Facit) und Plan.Net beträgt 241 Millionen Euro, eine Steigerung von 11 Prozent gegenüber Vorjahr.

Die Plan.Net Group hat ihre Position als einer der führenden ganzheitlichen Anbieter im Bereich Customer Experience & Commerce Management weiter gestärkt – nicht zuletzt durch die gezielte Erweiterung des Beratungsangebots. Zum Ende des vergangenen Jahres erfolgte die **Übernahme von Future Marketing** – die Düsseldorfer gehören zu den führenden Beratungen für die Transformation des Marketings hin zu einem datengetriebenen Gestalter und Orchestrierer der gesamten Customer Experience Journey. Im Mai 2021 folgte die minderheitliche **Beteiligung an thaltegos**. Mit einem starken Fokus auf die Analyse der Customer Experience Journey verbindet die Managementberatung Strategiekompetenz und Data Science und schafft so entscheidungsunterstützende Systeme und wirksame digitale Services für Unternehmen.

Erfreulich liest sich auch die Pitch-Bilanz der Plan.Net Group: Allen voran konnte die Agenturgruppe im Herbst 2020 den größten Pitch des Jahres für sich entscheiden: **THE MARCOM ENGINE** – das gemeinschaftliche Agenturmodell aus Serviceplan Group, MediaMonks und Berylls Strategy Advisors entwickelt seither die europaweiten Produkt-Marketingaktivitäten für BMW und MINI. Ziel ist es, Vertrieb und Marketing der BMW Group zu einer datengetriebenen und kundenzentrierten Organisation zu transformieren. Die Plan.Net Group hat dabei die wichtige Aufgabe, die technologische Plattform und die Datenkonzepte zu entwickeln und zu implementieren, die ein ganzheitliches und wirksames BMW und MINI Customer Experience und Lifecycle Management bestmöglich unterstützt.

Auch an den anderen Standorten der Plan.Net Group war das Jahr von Neukundengewinnen geprägt: So holte sich das Team um Dennis Wachter in Hamburg, der die Agentur seit Ende 2020 leitet, zusammen mit weiteren Serviceplan-Agenturen den europaweiten Etat für den südkoreanischen Marktführer für Luft- und Wasserreiniger **Coway** sowie den Etat für **Leica Camera**. Unter seiner Leitung firmiert die Agentur seit Mitte des Jahres unter dem Namen Plan.Net Hamburg (vormals Plan.Net UX). Ziel ist es, die lokale Präsenz durch ein Full-Service-Angebot im Bereich Customer Experience zu stärken. Auch das Team im Kölner House of Communication konnte eine Reihe an Neukunden gewinnen: So entschied sich etwa **Liftstar** für die Zusammenarbeit mit Plan.Net Köln und Serviceplan Köln, um die Marke Lifta neu zu positionieren und die daraus abgeleitete Marketing- und Digitalstrategie ganzheitlich umzusetzen. Auch **Fressnapf** gehört seit dem vergangenen Geschäftsjahr zu den integriert betreuten Neukunden der Gruppe – neben Serviceplan Campaign sind Future Marketing, Plan.Net Köln, Plan.Net NEO, Plan.Net Technology, Serviceplan Consulting Group und Serviceplan Solutions an Bord.

Mit einer Akquisition und einer Unternehmensgründung hat Plan.Net zudem in die weitere Internationalisierung investiert: Der E-Commerce-Pionier **hmmh**, der seit 2014 zur Plan.Net Gruppe gehört, hat zusammen mit Group One, ebenfalls Teil der Serviceplan Group, die polnische LIKE.agency erworben. Diese firmiert nun unter dem Namen **hmmh Poland** und bietet die langjährige Expertise von **hmmh** im Bereich Connected Commerce auch im Nachbarland an. Zudem unterstützt das 2021 neugegründete Warschauer Unternehmen **TechNest** neben den bestehenden Near- und Offshoringstandorten in Rumänien und Indien die Realisierung von umfassenden Digital Experience und Commerce Services der Plan.Net Group und der Serviceplan Customized Agencies.

Neben **Marcus Ambrus**, der dieses Jahr im Februar zum Chief Strategy & Sales Officer (CSO) der Plan.Net Group aufstieg, ergänzt seit Kurzem **Christian Waitzinger** als Chief Experience Officer (CXO) das Führungsteam der Plan.Net Group. Zudem wurde **Carmen Tscharre-Späth** als Head of Transformation and Knowledge Management in die Plan.Net Holding berufen.

Im **BVDW-Kreativranking** belegt die Plan.Net Group zusammen mit Serviceplan erneut den **1. Platz**. Auch im **Internetagenturranking** des BVDW konnte die Agenturgruppe mit **Platz 3** einmal mehr eine führende Position behaupten. Im Lünendonk-Ranking, das den Markt für Digital Experience Services in Deutschland analysiert, sicherte sich Plan.Net einen Platz unter den wichtigsten Experience Providern. Die Managementberatung thaltegos, seit diesem Jahr Teil der Plan.Net Group, erhielt zudem die Auszeichnung als „**Bester Berater**“ 2021.

## Media & Data Science

Dominant und A+. Die Höchstwertungen, mit denen Mediaplus Platz eins im aktuellen „RECMA Qualipack Report Germany“ belegt, sprechen für sich. Der „Qualipack Report“ beurteilt Agenturen nicht nur nach der Höhe der betreuten Billings, sondern vor allen Dingen nach qualitativen Gesichtspunkten wie Pitch-Aktivitäten, Qualifikation der Mitarbeitenden sowie die Aufstellung und Ressourcen der Agentur und der Art der Kunden. Als „**dominant**“ bezeichnet das unabhängige Pariser Marktforschungsinstitut RECMA nur diejenigen Mediaagenturen, die in insgesamt 19 Qualitätskriterien überzeugende Leistungen erzielen. Die Bestwertungen **A und A+** erhält Mediaplus als einzige Agentur bereits im vierten Jahr. Im RECMA Innovationsranking belegt die Agenturgruppe ebenso den ersten Rang.

Überzeugt hat Mediaplus darüber hinaus die Jurys des „Festival of Media Global“ und des „Deutschen Mediapreis“. Bei ersterem wurde Mediaplus zum vierten, bei letzterem zum zweiten Mal in Folge „Mediaagentur des Jahres“. In die Bewertung fließen sowohl die



wirtschaftliche Entwicklung des Unternehmens als auch Kriterien wie Innovationskraft, Employer Branding, Mitarbeiterförderung und qualitative Weiterentwicklung ein. Mit 48 Trophäen und allein in diesem Jahr drei zusätzlich Preisen für die besten Mediaideen und Mediastrategien verteidigt Mediaplus zudem die Spitzenposition als erfolgreichste Agentur in der Geschichte des Deutschen Mediapreises.

**Innovationskraft** bewies Mediaplus unter anderem mit der erfolgreichen Einführung des Green GRP. Die offene Marktinitiative ist ein Modell für Berechnung und Ausgleich von CO2-Emissionen von Kampagnen in Kooperation mit Climate Partner. Zu den ersten Kunden des Green GRP in Deutschlands zählen die Naturkosmetikmarke Schaebens und der Wohnungsbaukonzern „**Deutsche Wohnen**“. Derzeit wird der Green GRP international ausgerollt. Die "World's First Carbon Neutral Ad Breaks" – klimaneutrale Werbeblöcke unter Beteiligung verschiedener europäischer Markenunternehmen – wurden am Weltumwelttag am 5. Juni in Österreich, Frankreich und Deutschland ausgestrahlt. Flankierende Maßnahmen im Addressable TV und im Hörfunk gab es zudem in Italien und der Schweiz.

Neben nachhaltiger Mediaplanung liegt der Fokus von Mediaplus vor allem auf dem massiven Ausbau der internationalen Aufstellung. Mit Arvid Boström verpflichtete Mediaplus im Oktober 2020 einen weiteren **Geschäftsführer für Mediaplus International**. Seit November agiert Phil Cowdell zudem in der neu geschaffenen Position des **CEO Mediaplus Americas**. Von New York aus soll er das Angebot der Mediaplus Group auf dem gesamten amerikanischen Kontinent expandieren. Mit der Gründung von **MediaNest** investiert Mediaplus darüber hinaus in die weitere Internationalisierung der digitalen Disziplinen: Das Joint Venture mit dem Serviceplan-Partner Group One verstärkt als Nearshore Hub die marktübergreifenden Search-Performance- und Social-Operations der Mediaplus Group von Warschau aus. Zahlreiche Neukundengewinne wie etwa Siemens Healthineers und Nikon unterstreichen die internationale Kompetenz von Mediaplus. Insgesamt hat sich die Agenturgruppe im vergangenen Geschäftsjahr 65 Neukunden gesichert, dazu gehören ZDF, s.Oliver und der Grillhersteller Weber-Stephen.

Von der Mediaplanung zur Mediantelligenz – mit mehr Wissen mehr Wirkung für Kunden erzielen: Das hat sich Mediaplus seit Jahren auf die Fahne geschrieben und mit zahlreichen Forschungsinitiativen und neuen Planungstools im vergangenen Geschäftsjahr auch unter Beweis gestellt. Die gemeinsame Studie „Medienwirkungsdifferenziale“ von Mediaplus und Axel Springer Media Impact hat erstmals umfassend und quantifizierbar die Werbeträgerunterschiede zwischen klassischen Medien und Social Media untersucht. Die „Media Equivalence Study: Video contact+“ setzt auf der preisgekrönten Media Equivalence Study (MES) von 2019 auf. In Kooperation mit SevenOne Media ermittelte Mediaplus den qualitativen Wirkungsbeitrag verschiedener Bewegtbildmedien in höheren Kontaktklassen.

Mit Value Planning hat die Agenturgruppe Anfang des Jahres zudem ein neues Planungstool zur integrierten wertebasierten Markenführung und Mediaplanung gelauncht.

## **Saint Elmo's Gruppe**

Im Jubiläumsjahr der Saint Elmo's Gruppe, die ihr **20jähriges Bestehen** feiert, zeugten Auszeichnungen wie der **Content Marketing Award 2021** für die **SCHOCK Kampagne mit Iggy Pop** sowie mehrere **ADC- und Cresta-Awards** für „**The Secret Sculpture** – das erste virtuelle Museum für Kinderrechte“ einmal mehr von der starken Kreativkompetenz der Agentur.

Für noch mehr kreative Verstärkung sorgt der Neuzugang in der Geschäftsführung: Der Top-Kreative **Peter Gocht** ist neuer **Managing Director bei Saint Elmo's Hamburg** und für das Vorantreiben von Innovationsprojekten sowie für die stärkere Verzahnung von klassischer und digitaler Markenkommunikation verantwortlich.

Darüber hinaus bündelte die Saint Elmo's Gruppe ihre Expertise im Bereich Extended Realities und bietet jetzt unter dem Label „**Saint Elmo's Experiential**“ virtuelle Markeninszenierungen mit Augmented Reality (AR), Mixed Reality (MR) und Virtual Reality (VR). Mit der Gründung des neuen Geschäftsbereichs im April 2021 reagierte die Agenturgruppe auf den wachsenden Bedarf der Kunden nach alternativen Kommunikationslösungen im Digitalbereich. Auf Basis der **AR-, MR- und VR-Technologien** werden innovative Formate entwickelt, die Marken und Produkte völlig neu inszenieren und virtuell erlebbar machen. Saint Elmo's Experiential wird von **Kevin Präsel** in der Rolle des **Geschäftsführers und Innovative Consultants** geleitet.

Die Schwesteragentur Saint Elmo's Tourismusmarketing führte großangelegte **Restart-Kampagnen** für Tourismusregionen wie **Hessen, Schwarzwald und Tirol** aus. In repräsentativen Studien wie der „**Zukunftsstudie Wintertourismus**“ und der „**European Cities Performance Study 2020/2021**“, untersuchte die Agentur zusammen mit dem Europäischen Tourismus Institut die Reisemotive, das Reiseverhalten und die Gästebedürfnisse von Reisenden in Zeiten von Corona und lieferte damit Touristikern eine Handlungsgrundlage für die gezielte Entwicklung und Vermarktung touristischer Produkte.

## **Awards & Rankings**

Die Serviceplan Group war im vergangenen Geschäftsjahr führend in Rankings verschiedenster Kommunikationsdisziplinen: Kreativität (Platz 3 im World Creative Rankings von The Drum sowie im Kreativranking vom ADC Germany), Digital (Platz 1 im BVDW-

Kreativranking), Design (Platz 1 im Horizont-Ranking der kreativsten CD-Agenturen und Designdienstleister in Deutschland), Media („Mediaagentur des Jahres“ beim Deutschen Mediapreis), Healthcare (Platz 1 im Healthcare Marketing Kreativranking) sowie PR (Platz 2 im Pfeffer-Ranking vom PR-Journal). Nachfolgend eine Auswahl der Awards und Rankingergebnisse.

#### **Kreativrankings:**

- **ADC Germany:** Die Serviceplan Group gewinnt 2021 1x Grand Prix sowie 1x Gold, 3x Silber und 16x Bronze. Außerdem belegt Serviceplan Germany Platz 3 im ADC Kreativranking 2020.
- **ADC Annual Awards:** 1x Gold, 3x Silber und 3x Bronze.
- **ADC Europe Awards:** 1x European Star, 4x Gold und 9x Gold.
- **Cannes Lions:** 2x Gold, 1x Silber und 4x Bronze.
- **Cresta Awards:** Die Serviceplan Group ist „CRESTA Independent Network of the Year“ und gewinnt 16x Gold, 10x Silber und 9x Bronze.
- **D&AD Awards 2021:** 3x Wood Pencils.
- **Healthcare Marketing Kreativranking:** Serviceplan Health ist zum achten Mal in Folge die kreativste Agentur.
- **Horizont-Designagenturen-Ranking:** Die Serviceplan Group belegt Platz 1 der kreativsten CD-Agenturen und Designdienstleister in Deutschland.
- **Pfeffer-Ranking:** Die Serviceplan Content Group belegt den 2. Platz im jährlichen Pfeffer-Ranking vom PR-Journal, dem Umsatz- und Mitarbeiteranking für PR- und Kommunikationsagenturen.
- **Redbox-Kreativranking:** Die Serviceplan Group belegt den 2. Platz
- **The Good Report:** Die Serviceplan Group belegt Platz 16 bei den „Top 25 Agencies“, Platz 14 bei den „Top 20 Networks“ sowie mit Dot Translate Platz 18 bei „Best Campaigns“.
- **Webby Awards:** Die Serviceplan Group gewinnt zwei Webby Awards.
- **World Creative Rankings:** Die Serviceplan Group belegt den 3. Platz im World Creative Rankings von The Drum.
- **W&V-Kreativranking:** Die Serviceplan Group belegt Platz 3.

#### **Digital-Rankings:**

- **BVDW-Internetagenturranking:** Plan.Net belegt Platz 3 unter den umsatzstärksten Full-Service-Digitalagenturen Deutschlands.
- **BVDW-Kreativranking:** Serviceplan und Plan.Net belegen Platz 1.

#### **Media-Rankings:**

- **Deutscher Mediapreis 2021:** Mediaplus ist zum zweiten Mal in Folge „Mediaagentur des Jahres“ und gewinnt drei Awards in den Kategorien Media-Ideen und Media-Strategien.
- **Effie Germany 2020:** Mediaplus gewinnt 1x Silber und 2x Bronze.

- **Festival of Media Global Awards:** Mediaplus gewinnt 2021 1x Silber und 1x Bronze sowie 1x Grand Prix, 6x Gold, 1x Silber und 1x Bronze im Jahr 2020. Außerdem wird Mediaplus 2020 zum vierten Mal in Folge als „Agency of the Year“ gekürt.
- **FIPP Insight Awards:** Mediaplus gewinnt 1x Gold für den „Best Use of Insight B2B“.
- **PlakaDiva 2021:** Mediaplus wird mit 1x Gold und 1x Bronze ausgezeichnet. **RECMA-Ranking: 2020** erringt Mediaplus Platz 3 im „Overall Activity Ranking“ sowie die Bewertung „Dominant“ im Quality Pack Report und Platz 1 im Innovationsranking. **2021** wird Mediaplus zum vierten Mal in Folge mit Dominant im Quality Pack ausgezeichnet. Zudem erhält Mediaplus bei Compitches zum dritten Jahr in Folge die höchste Bewertung A und dieses Jahr auch die Sonderauszeichnung A+ als einzige Agentur. Im Innovationsranking ist Mediaplus die einzige Mediaagentur, die über vier Jahre immer ein A oder A+ Rating bekommen hat.
- **The Internationalist Awards for Innovation in Media 2021:** Mediaplus gewinnt 1x Gold, 2x Silber und 2x Bronze.

#### Employer Branding:

- **Focus 02/2021 gemeinsam mit Kununu:** Nr.1 im Branchenranking bei „Top nationale Arbeitgeber 2021“
- **Freundin Oktober 2020 gemeinsam mit Kununu:** Top 10 im Branchenranking bei „Familienfreundlichstes Unternehmen Deutschlands 2020“

#### Pressekontakt

Sabrina Alberti-Hager

Corporate Communications Serviceplan Group

Serviceplan Public Relations & Content

Haus der Kommunikation, Brienner Straße 45 a-d, 80333 München

Phone: +49 89 2050-4148

E-Mail: [s.alberti-hager@serviceplan.com](mailto:s.alberti-hager@serviceplan.com)

[www.serviceplan.com](http://www.serviceplan.com)

[www.serviceplan.blog](http://www.serviceplan.blog)

[www.linkedin.com/company/serviceplan-group](https://www.linkedin.com/company/serviceplan-group)

[www.facebook.com/serviceplan](https://www.facebook.com/serviceplan)

[www.twitter.com/serviceplan](https://www.twitter.com/serviceplan)

[www.instagram.com/serviceplan](https://www.instagram.com/serviceplan)

[www.youtube.com/serviceplan](https://www.youtube.com/serviceplan)