

Europas größte inhabergeführte Agenturgruppe

Die Serviceplan Gruppe ist die größte inhabergeführte, partnergeführte und am breitesten aufgestellte Agenturgruppe Europas. Im Jahr 1970 als klassische Werbeagentur gegründet, entwickelte Serviceplan rasch das Konzept vom „Haus der Kommunikation“ – das bis heute einzige komplett integriert aufgestellte Agenturmodell in Deutschland, das alle Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach vereint: Ob Markenstrategen, Kreative, Design-, Media- oder Onlinespezialisten, Dialog- oder CRM-Experten, Marktforscher, PR-Berater oder Sales-Profis – bei Serviceplan ziehen alle an einem Strang, inzwischen an mehr als 37 Standorten weltweit.

Bereits Anfang der 80er-Jahre hatte sich Serviceplan im medialen Bereich auf die Erfordernisse der Zukunft eingestellt und erschloss Mitte der 90er-Jahre als erste Kommunikationsagentur das Wachstumsfeld Online: Heute zählen neben Serviceplan auch weitere Unternehmensmarken der Gruppe – die Mediaagentur Mediaplus, die Digitalagentur Plan.Net und das Marktforschungsinstitut Facit – in ihren Wettbewerbsumfeldern zu den Marktführern. Das präzise Zusammenspiel der insgesamt mehr als 40 Spezialagenturen in Sachen Kreation, Technologie und Media macht Serviceplan zur führenden Agenturgruppe für innovative Kommunikation.

Die Fakten

- Marktstellung: Größte inhabergeführte Agenturgruppe Europas
- Gründungsjahr: 1970
- Gründer: Dr. Peter Haller, Rolf O. Stempel (†)
- Führungsstruktur: Partnership
- Hauptgeschäftsführer: Florian Haller
- Geschäftsführer Holding: Florian Haller, Dr. Peter Haller, Ronald Focken, Dr. Fabian Prüschenk, Alexander Schill
- Mitarbeiter: 3.400 weltweit
- Gross Income¹: 388 Mio. Euro (Geschäftsjahr 2016/2017, 1.7.2016 - 30.6.2017)
- Eigenkapital: 100%

¹ Mehr Bilanzzahlen am Ende des Dokuments

- Standorte (alphabetisch): Amsterdam, Berlin, Bogota, Bremen, Brüssel, Buenos Aires, Delhi, Dubai, Frankfurt, Guayaquil, Hamburg, Kiev, Köln, Lima, London, Lyon, Madrid, Mailand, Mexico City, Miami, Moskau, München, New York, Panama City, Paris, Peking, Quito, Rennes, Santiago de Chile, Sao Paulo, Seoul, Shanghai, Timisoara, Valencia, Warschau, Wien, Zürich.
- Weiterempfehlungsquote Kunden: 96 %
- Verweildauer Kunden: Ø 6.81 Jahre
- Kundenzufriedenheit der vergangenen fünf Jahre: Ø 1,93 (7er Skala)

Unsere Philosophie: building best brands

Was uns alle verbindet, ist die Leidenschaft, faszinierende Marken aufzubauen und zu coachen. Marken, die wirtschaftlich erfolgreich sind und Emotionen in den Köpfen der Verbraucher auslösen – „best brands“ eben. Der Weg dorthin führt über innovative Kommunikation. Und das bedeutet, neue Wege in die Herzen der Konsumenten zu finden: kreativ, medial, technologisch und durch die Integration aller drei. Diesen Anspruch, Marken zu „best brands“ zu machen, leben wir täglich.

Kunden der Serviceplan Gruppe (Auswahl)

About You, AOK, AIDA, BMW, BSH Bosch Siemens Hausgeräte, Carglass, Continental, Consorsbank, Covestro, Crocs, Deichmann, Delica, Deutsche Bahn, Deutsche Telekom, Erasco, Europcar, Falke, Eurowings, HiPP, Hornbach, IKEA, KFC, Lufthansa, L'Oréal, MAN, Media Markt, MINI, Novartis, Paul Hartmann, Paulaner, Penny, Rodenstock, Rolf Benz, Rügenwalder Mühle, Saturn, Schaeffler, Schleich, Sky, Unicef, Weight Watchers, WMF.

Serviceplan Gruppe

Unter dem Dach der Serviceplan Gruppe sind heute mehr als 40 Spezialunternehmen gebündelt, die in vier große Agenturmarken unterteilt sind: Die Unternehmen unter dem Label Serviceplan decken die gesamte klassische Kommunikation ab; Markenführung, Kampagnen, Design, Sales- und Dialogmarketing, Public Relations und politische Kommunikation, Event-, Green- oder Healthcare Marketing, CSR, Sponsoring oder den gesamten Bereich der Realisation. Im Jahr 1983 wurde als zweite Säule die Mediaplus Gruppe gegründet, die Agentur für nationale und internationale Mediaplanung und -einkauf. 1986 folgte die Gründung des Marktforschungsinstituts Facit und 1997 die von Plan.Net, der Digitalagentur der Gruppe, die den gesamten Online- und Mobile-Bereich bzw. die digitalen Medien abdeckt.

Egal, ob Kunden nur eine Spezialdisziplin oder die gesamte Kommunikationsklaviatur benötigen: In diese Leistungsbereiche unterteilt, können die Unternehmen der Serviceplan Gruppe alle modernen Kommunikationsdisziplinen anbieten – weltweit, integriert und stets perfekt miteinander vernetzt. An Standorten, an denen die Serviceplan Gruppe mit mehreren ihrer Agenturmarken vertreten ist, präsentiert sie sich als „Haus der Kommunikation“. Bislang wurde ein solches in München, Hamburg, Köln, Berlin, Wien, Mailand, Zürich, Brüssel, Dubai, Paris, Lyon und Madrid errichtet.

Mediaplus Gruppe

Die Mediaplus Gruppe ist die größte unabhängige und partnergeführte Mediaagentur in Deutschland mit Standorten in München, Hamburg, Köln und Frankfurt sowie Dependancen in Wien, Zürich, Brüssel, Paris, Dubai und Mailand. Mediaplus verknüpft klassische Mediaplanung mit dem Know-how in digitalen Medien, Geo-Media, CRM, Forschung oder Neuromarketing.

So steht Mediaplus seit der Gründung im Jahr 1983 konsequent für innovatives und kreatives Mediamanagement, strategische Mediakonzeption, effizienten Mediaeinkauf und Wirkungsorientierung durch professionelle Markt- und Mediaforschung – national wie international. Heute sind rund 350 Mitarbeiter für Kunden wie BMW, Carglass, Consorsbank, Deichmann, Continental Foods (Marke Erasco), MINI, Rügenwalder Mühle, Zott, Saturn oder das ZDF tätig und bestätigen jährlich den Leitgedanken, dass Mediaplus „die Innovationsagentur für markenindividuelle Media“ ist: Seit 15 Jahren verteidigt Mediaplus souverän die Spitzenposition als erfolgreichste Agentur in der Geschichte des „Deutschen Mediapreises“, dem wichtigsten Media-Award des Landes.

Plan.Net Gruppe

Im Jahr 1997 gegründet ist die Plan.Net Gruppe eine der führenden Digitalagenturen Deutschlands. Sie zählt zu den größten unabhängigen Digitalagenturen Europas und ist an mehr als 25 Standorten weltweit vertreten – darunter neben München, Köln, Hamburg und Bremen auch in Mailand, Paris, Wien, Seoul und Zürich. Plan.Net ist der Business Partner für Erfolg und Zukunftsfähigkeit im digitalen Zeitalter – mit wettbewerbsfähigen Spezialisten-Teams in allen relevanten Disziplinen: von Consulting, Business Intelligence und Marketing-Automatisierung über die Konzeption und Umsetzung digitaler Plattformen, Produkte sowie integrierter Kampagnen und Content-Marketing-Lösungen bis hin zu Suchmaschinen- und Performance-Marketing, Mediastrategien, -planung und -einkauf. Mit der Agentur hmmh verfügt die Plan.Net Gruppe darüber hinaus über ein Kompetenzzentrum für Connected Commerce. Unter der täglich gelebten Philosophie „Creating Relevance“ arbeiten weltweit rund 950 Mitarbeiter für Kunden wie BSH Hausgeräte, BMW, IKEA, Media Markt, Consorsbank, Reckitt Benckiser und das ZDF.

Die Kompetenzen und Kommunikationslösungen, die die Plan.Net Gruppe bietet, zeichnen sich durch Kreativität, Innovation sowie mediale und technische Exzellenz aus – zum Einsatz kommen dabei innovative und wirkungsvolle Tools und Systeme; beispielsweise solche für optimales Zielgruppen-Targeting, personalisiertes Newsletter-Marketing und Marketing-Automatisierung.

Facit Gruppe

Die Facit Gruppe wurde 1986 gegründet und ist ein eigenständiges und unabhängiges Institut für strategische Marktforschung und Beratung. Neben der klassischen Markt- und Marketingforschung sowie der insightbasierten Konzeptentwicklung befassen sich die Spezialisten seit der Gründung von Facit Digital im Jahr 2007 auch mit der Forschung im Bereich der digitalen Medien und der User Experience-Forschung. Der Leistungsbereich Facit Research befasst sich zudem auch mit der Forschung auf dem Gebiet der neuronalen Werbewirkung. Rund 40 Mitarbeiter führen komplexe Studien für Kunden durch; darunter AOK, Gigaset, Sky, Telefonica oder Consorsbank.

Solutions Gruppe

Neben den vier Marken Serviceplan, Plan.Net, Mediaplus und Facit etabliert die Serviceplan Gruppe die seit 2012 als eigenständige Holding bestehende Agentur Serviceplan Solutions jetzt als fünfte Säule mit dem Namen „Solutions“. Zum Leistungsportfolio zählen unverändert adaptive und transkreative Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen sowie cloudbasierte Tools für das inhouse zur Effizienzsteigerung entwickelte Produkt „Intelligent Marketing Services“. Das Versprechen der Marke Solutions lautet „reducing complexity“.

Inhabergeführt. Partnergeführt

Ein Erfolgsfaktor von Serviceplan ist das Partnermodell. Es wurde mit dem Ziel entwickelt, keine Anteile der Agentur an internationale Netzwerke zu verkaufen. Jedes Unternehmen der Gruppe wird deshalb von ein bis zwei Geschäftsführern geleitet, die zugleich substantiell beteiligt sind. Die Fäden laufen in der Holding zusammen, die 1995 entstand und heute von Florian Haller, Dr. Peter Haller, Ronald Focken, Dr. Fabian Prüschenk und Alexander Schill geführt wird.

Im Juli 2002 hatte Dr. Peter Haller die Position des Hauptgeschäftsführers an seinen Sohn Florian übergeben – damit war die von langer Hand geplante Umstrukturierung der Serviceplan Gruppe abgeschlossen: Bereits acht Jahre zuvor hatten Peter Haller und Rolf O. Stempel – die beiden Gründer der Agentur – diesen Wechsel in der Führung beschlossen. Florian Haller führt den Ausbau der Spezialagenturen seither fort und etablierte gleichzeitig das Erfolgsmodell vom „Haus der Kommunikation“ auch in weiteren Städten und Ländern.

Internationalisierung

Im Jahr 2006 begann Hauptgeschäftsführer Florian Haller seine Vision umzusetzen, die erste weltweit agierende Agenturgruppe zu werden, die ihren Ursprung in Deutschland hat. Seit 2011 verantwortet Markus Noder als Geschäftsführer Serviceplan International die Internationalisierung der Agenturgruppe. Zu den deutschen Standorten in München, Hamburg, Bremen, Berlin, Frankfurt und Köln kamen so bis heute eigene Standorte mit Häusern der Kommunikation in Wien, Zürich, Mailand, Brüssel, Dubai, Paris, Lyon sowie Madrid hinzu sowie Dependancen in unter anderem Moskau, Delhi, Peking, Shanghai und Seoul. Ziel ist es, an allen Standorten Häuser der Kommunikation zu entwickeln, die alle Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach vereinen.

Aufgrund enger Kooperationen mit weiteren Partneragenturen ist die Serviceplan Gruppe an den wichtigsten globalen Wirtschaftszentren präsent. Durch eine enge Verbindung mit der Agenturgruppe Creston ist die Serviceplan Gruppe auch in Großbritannien (London) und den

USA (New York) vertreten. Lateinamerika wird mit dem Partner Ariadna an den Standorten Buenos Aires, Bogota, Lima, Mexico City, Miami, Panama City, Santiago de Chile und Sao Paulo bedient.

Kreativ an die Spitze: Auszeichnungen

2008 wurde erstmals in der Geschichte Serviceplans die Position eines weltweiten Chief Creative Officers (CCO) für die gesamte Agenturgruppe geschaffen – mit Alexander Schill konnte einer der höchstdekorierten Werber des Landes dafür gewonnen werden. Im Februar 2016 etablierte er das „Creative Board“, ein unabhängig und fokussiert arbeitendes Kreativteam, das große internationale Etats betreut und Kampagnen agentur-, disziplin- und länderübergreifend begleitet.

Zudem verfügen mit Markus Maczey und Ekki Frenkler auch die beiden Unternehmensmarken Plan.Net und Mediaplus über eigene Kreativchefs. Und natürlich ziehen auch alle weiteren kreativen Köpfe der Serviceplan Gruppe an einem Strang – mit sichtbarem Erfolg: Die Serviceplan Gruppe zählt heute zu den kreativsten Agenturen weltweit.

Beim 63. Internationalen Werbefestival in Cannes im Juni 2016 gewannen vier Arbeiten der Serviceplan Gruppe insgesamt sechs Löwen: vier Mal Gold und zwei Mal Silber.

In ihren jeweiligen Märkten als Top-5 oder Top-10-Agentur etabliert haben sich seit vielen Jahren auch die beiden Tochterunternehmen Mediaplus und Plan.Net: Seit 1999 verteidigt Mediaplus ohne Unterbrechung souverän die Spitzenposition als erfolgreichste Agentur in der Geschichte des Deutschen Mediapreises. Hinzu kommt die Bestnote A+, mit der Mediaplus 2015 wie auch 2016 im RECMA „Compitches Ranking“ punktete. Im März 2016 konnte Plan.Net gemeinsam mit Serviceplan im 2015 erstmals durchgeführten digitalen Kreativranking des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) die Spitzenposition als erfolgreichste Agentur verteidigen. Die Plan.Net Gruppe belegt damit zum zweiten Mal in Folge im Umsatz- wie auch im Kreativ-Ranking die Spitzenposition, da die Agenturgruppe auch im Internetagentur-Ranking des BVDW den ersten Platz belegt.

Hauptgeschäftsführer Florian Haller wurde ebenfalls mehrfach ausgezeichnet: Beim „Deutschen Mediapreis“ ist er 2010 zur „Mediapersönlichkeit des Jahres“ gewählt worden. Im Januar 2012 wurde er als kreativster und innovativster Manager der Kommunikationsbranche gekürt: Die Redaktion des Fachmagazins W&V wählte ihn auf Platz 1 der Liste der 100 wichtigsten Top-Manager aus Werbung, Medien und Marketing. Im März 2013 wurden Florian Haller und sein Vater und Mitgründer der Agentur, Dr. Peter Haller, in die „Hall of Fame der deutschen Werbung“ aufgenommen, ein von der WirtschaftsWoche im Jahre 2001 ausgerufene Auszeichnung.

Creative Campus Munich

Die seit 2012 bestehende Kooperation der Serviceplan Gruppe mit der Steinbeis School of Management & Innovation wird mit der Gründung des Zentrums für Management, Innovation, Neugier und Dialog ausgebaut. Das in der Mitarbeiterentwicklung von Agenturen außergewöhnliche Projekt startet unter der Leitung von Jens Plath, dem langjährigen Personalchef der Serviceplan Gruppe, und Carsten Rasner, Direktor der Steinbeis SMI in München – direkt neben dem Haus der Kommunikation in München. Das bestehende Angebot von Masterstudiengängen wird um vier Kompetenzfelder ergänzt. Hinzu kommt die Zusammenarbeit mit der Hamburger Miami Ad School. So werden Studiengänge geschaffen, die kreative Exzellenz mit digitaler Weitsicht kombinieren.

Veranstaltungen

best brands — Das deutsche Markenranking „best brands“ wurde im Jahr 2004 von der Serviceplan Gruppe, GfK, der ProSiebenSat.1 Media AG, der WirtschaftsWoche, dem Markenverband und der iq media marketing GmbH ins Leben gerufen und soll erfolgreiche Markenführung in Deutschland fördern: Seither wird der Award in vier Kategorien jährlich im Februar während einer feierlichen Gala im Bayerischen Hof in München verliehen. Über die Gewinner entscheidet dabei nicht das subjektive Urteil einer Jury, sondern stets die Verbraucher selbst, denn als einziger Marketingpreis basiert das best brands Ranking auf einer repräsentativen Studie von GfK. Gemessen wird die Stärke der Marken an zwei Kriterien: Am tatsächlichen wirtschaftlichen Markterfolg sowie an der Attraktivität der Marke in der Wahrnehmung des Verbrauchers – kein anderes Markenranking hat bisher beide Facetten der Markenstärke berücksichtigt. Inzwischen wird der Award auch außerhalb des deutschen Marktes verliehen: In China, Italien und Belgien werden mittlerweile ebenso die besten Marken des Landes prämiert. www.bestbrands.de

Innovationstag — Die Vergangenheit lehrt es, die Zukunft erwartet es: Innovationen sind ein Muss in Wirtschaft und Kommunikation! Seit 2005 widmet die Serviceplan Gruppe deshalb gemeinsam mit verschiedenen Partnern einen ganzen Tag der Kraft des Visionären und der Erneuerung: Der „Innovationstag“ versammelt jährlich im September zahlreiche Top-Referenten und Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Medien und Kommunikation. Im Münchner Haus der Kommunikation greifen diverse Vorträge, Diskussionsrunden und Workshops die aktuellsten Entwicklungen und Trends der Medien- und Kommunikationsbranche auf und geben einen Ausblick auf die großen Ideen der jeweils kommenden Monate und Jahre. www.innovationstag.de

Marken Roadshow — Seit 1992 sind Serviceplan Geschäftsführer und Gründer Dr. Peter Haller und GfK Marketingchef Wolfgang Twardawa mit der Marken-Roadshow einmal im Jahr unterwegs – seit 2015 ist GfK durch Senior Insights Director Dr. Robert Kecskes vertreten. Früher unter der Schirmherrschaft des Branchenverbandes GWA, jetzt unter der des Markenverbandes, gehen die Experten jedes Frühjahr mit einer aktuellen Studie auf Deutschlandtournee, in die Schweiz und nach Österreich und referieren vor Marketing-Managern zu Themen wie „70% Innovationsflops. Die große Verschwendung“, „Die Stammkunden wandern ab“, „Erobern im Tief. Verteidigen im Hoch“, „Die Black-Box der Marke“, die „Demokratisierung der Markenführung“, „Vorsicht! Marken-Burnout“ oder zuletzt „Die Vernetzung aller Bausteine des digitalen und analogen Marketing“. Die große Resonanz bei den jeweils bis zu 500 Teilnehmern und auch in der Presse resultiert vor allem daraus, dass die Analysen und Handlungsempfehlungen auf empirischen Ergebnissen aufbauen und für die Praxis nachvollziehbar sind.

Wachstum der Serviceplan Gruppe – Bilanzzahlen

Das Geschäftsjahr der Serviceplan Gruppe beginnt jeweils am 1. Juli eines Jahres und endet am 30. Juni des Folgejahres.

2015/2016 – Wachstum: 12%, Gross Income: 340 Mio. Euro

2014/2015 – Wachstum: 21%, Gross Income: 304 Mio. Euro

2013/2014 – Wachstum: 16%, Gross Income: 252 Mio. Euro

2012/2013 – Wachstum: 7,4%, Gross Income: 218 Mio. Euro

2011/2012 – Wachstum: 18,6%, Gross Income: 203 Mio. Euro

2010/2011 – Wachstum: 23,9%, Gross Income: 171 Mio. Euro

2009/2010 – Wachstum: 6,1%, Gross Income: 138 Mio. Euro

2008/2009 – Wachstum: 4,5%, Gross Income: 130,1 Mio. Euro

2007/2008 – Wachstum: 22%, Gross Income: 124,5 Mio. Euro

2006/2007 – Wachstum: 29,4%, Gross Income: 102,1 Mio. Euro

2005/2006 – Wachstum: 22,7%, Gross Income: 78,87 Mio. Euro

2004/2005 – Wachstum: 15,4%, Gross Income: 64,3 Mio. Euro

2003/2004 – Wachstum: 3%, Gross Income: 55,7 Mio. Euro

2002/2003 – Wachstum: 8,6%, Gross Income: 54 Mio. Euro

Kontakt zur Unternehmenskommunikation: presse@serviceplan.com