

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/21862/1177712/bbdo-germany-waechst-um-7-prozent> abgerufen werden.

BBDO Germany GmbH

BBDO Germany wächst um 7 Prozent

23.04.2008 - 13:14 Uhr, BBDO Germany GmbH

Düsseldorf (ots) -

Deutschlands führende Kommunikationsgruppe steigert auch 2007 Gross Income deutlich/Wachstumstreiber waren Media, PR, Multichannel/ Online sowie Outsourcing und Vertrieb/600 neue Mitarbeiter/Erfolgreichstes Kreativergebnis der Firmengeschichte BBDO Germany, Deutschlands führende Unternehmensgruppe für marktorientierte Kommunikationslösungen verzeichnet auch für das Jahr 2007 ein deutliches Wachstum. Die Düsseldorfer BBDO-Gruppe konnte den Umsatz (Gross Income) um 7 Prozent steigern. Die genauen Unternehmenszahlen darf die deutsche Tochter der US-Holding Omnicom aufgrund des Sarbanes Oxley Act aus dem Jahr 2002 nicht veröffentlichen. Das Unternehmen beschäftigte Ende 2007 über 4.900 Mitarbeiter und schuf insgesamt 600 neue Stellen. Für 2008 erwartet BBDO Germany ein Wachstum von weiteren 7 Prozent und will mindestens 400 neue Mitarbeiter einstellen.

Das Wachstum basiert vor allem auf dem Gewinn neuer Etats wie Melitta, Cab, MTV und BILDmobil. Darüber hinaus konnte das bestehende Geschäft mit Kunden wie Mercedes-Benz, Mars und BMW ausgebaut werden. Besonders stark trugen die Geschäftsfelder Media, PR, Multichannel und Online sowie Outsourcing und Vertrieb zum Wachstum bei.

Kreativ feierte BBDO 2007 das erfolgreichste Ergebnis der Firmengeschichte. Beim wichtigsten Werbefestival der Welt in Cannes war BBDO die beste Agentur Deutschlands. Dies spiegelt sich auch im Kreativranking der Fachzeitschrift HORIZONT wider, in dem BBDO von Platz sechs auf Platz drei sprang und die Anzahl der Punkte mehr als verdoppelte. Die meisten Preise holten 2007 Arbeiten für Mercedes-Benz, smart und BMW.

Als eine der größten Herausforderungen der Kommunikationsbranche für 2008 sieht Anton Hildmann, CEO und Chairman von BBDO Germany, die zunehmende Verwässerung von Markenprofilen und die damit verbundene Austauschbarkeit von Marken.

"Zwei Drittel aller Konsumenten erleben Marken als austauschbar. Verstärkter Mediadruck ist darauf ebenso wenig eine Antwort wie Preisabstriche. Kunden und Agenturen müssen gemeinsam wieder den Mut finden, innovative Wege in der Markenführung zu gehen und Entscheidungen zu treffen, anstatt sie an die Marktforschung zu delegieren", kommentiert Anton Hildmann, CEO und Charman BBDO Germany.

Hinweis: Pressemappe zum Download finden Sie unter www.bbdo.de (Presse/Pressemappen).

BBDO Germany

BBDO Germany ist Deutschlands führende Unternehmensgruppe für marktorientierte Kommunikationslösungen. Die Agentur wurde 1956 in Düsseldorf gegründet und wird von Anton Hildmann, CEO, geführt. BBDO Germany vernetzt das gesamte Kommunikations-Know-how: Consulting, Werbeagenturen für Markenführung, Branded Entertainment, Multichannel und New Media, Public Relations, Absatzförderung und Channel-Marketing, Media, Vertrieb/Out-sourcing, Sponsoring, Events und Corporate Identity. BBDO Germany betreut seit vielen Jahren renommierte Kunden wie Allianz, Dr. Oetker, LBS, Mars, Mercedes-Benz, Postbank und Wrigley national und international. Für weit mehr als die Hälfte der Kunden realisiert die Kommunikationsgruppe integrierte Marketing- und Werbekonzepte. Dank der Kooperation mit Universitäten liefert BBDO Germany kontinuierlich innovative Impulse für Themen wie strategische Markenführung, Markensteuerungsprozesse, integrierte Kommunikation und Konsumentenwissen. Das Unternehmen gehört mit zahlreichen nationalen und internationalen Preisen zu den am häufigsten ausgezeichneten Agenturgruppen.

Pressekontakt:

Ansprechpartner bei BBDO Germany
BBDO Germany GmbH
Ingeborg Trampe
Director Marketing & Communications
T +49.211.1379-81 03
F +49.211.1379-91 81 03
M +49.173.311 36 75
presse@bbdo.de
www.bbdo.de

Originaltext:

BBDO Germany GmbH

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/21862/bbdo-germany-gmbh>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_21862.rss2