SERVICEPLAN

Pressemitteilung

Bilanz 2017/18: Die Serviceplan Gruppe weiter auf Wachstumskurs

Die Serviceplan Gruppe hat das Geschäftsjahr 2017/2018 mit einem Umsatzplus von sieben Prozent abgeschlossen und ein Honorarvolumen von 415 Millionen Euro erreicht. Damit liegt die größte unabhängige Kommunikationsagentur Europas in diesem Jahr erneut weit über dem Branchendurchschnitt – dieser lag bei einem Prozent. Das Thema Internationalisierung wurde im vergangenen Geschäftsjahr mit der Eröffnung in New York, der Premiere im Ad Age Ranking und namhaften internationalen Kunden vorangetrieben.

München, den 23. Juli 2018 — Die Serviceplan Gruppe, die größte inhabergeführte Kommunikationsagentur Europas, hat in 2017/2018 erneut ein sehr erfolgreiches Geschäftsjahr abgeschlossen. Für das 47. Geschäftsjahr, das am 1. Juli 2017 begann und am 30. Juni 2018 endete, legt sie heute die vorläufigen Zahlen vor – und ist damit sieben Mal so erfolgreich wie das Gros der deutschen Werbe- und Kommunikationsagenturen. Diese hatten beim diesjährigen GWA Frühjahrsmonitor mit einem Umsatzplus von einem Prozent in die Zukunft gesehen. Die Bilanzzahlen der Serviceplan Gruppe weisen ein Plus von sieben Prozent aus. Die Gruppe erzielte ein Gross Income (Honorare und Provisionen) von 415 Millionen Euro (2016/2017: 388 Millionen Euro). Auch das Personal wurde im vergangenen Geschäftsjahr weiter gestärkt. Aktuell beschäftigt die Agentur rund 4.000 Mitarbeiter national und international. Damit ist die Zahl der Mitarbeiter im Vergleich zum Vorjahr um 600 gewachsen. (2016/2017: rund 3.400). Der hohe Anstieg resultiert vor allem aus dem Ausbau der internationalen Standorte. Der Pro-Kopf-Umsatz liegt bei knapp 104.000 Euro (2016/2017: 114.000 Euro). Der internationale Umsatz beträgt im abgelaufenen Geschäftsjahr 91 Millionen Euro – das entspricht einer Steigerung von knapp zehn Prozent im Vergleich zum Vorjahr; 2016/17 lag er bei 83 Millionen Euro.

Florian Haller, Hauptgeschäftsführer der Serviceplan Gruppe, betont: „Eines der spannendsten und wichtigsten Geschäftsjahre der Serviceplan Gruppe ist nun abgeschlossen – und das sehr erfolgreich! Wir sind nun in allen wichtigen Märkten der Welt vertreten: Europa, Asien und Nordamerika und haben mit der Eröffnung in New York und der Etablierung der Idee ‚Haus der Kommunikation' in den USA einen wichtigen Schritt gemacht. Im Bereich Kreation sind wir weiterhin an den Top-Positionen vertreten und wir haben mit dem Innovation Studio der Plan.Net Gruppe in München einen Ort für die digitale Zukunft von Unternehmen geschaffen, der einzigartig ist. Mit zahlreichen Auszeichnungen hat die Mediaplus Gruppe

nicht nur in Deutschland, sondern auch mit einer Spitzenposition im RECMA Ranking weiterhin als bestbewertete Mediaagentur Deutschlands überzeugt. Besonders stolz bin auch auf unseren erstmaligen Einstieg ins Ad Age Ranking – hier sind wir gleich im ersten Jahr auf Platz 22 gelandet. Und mit Auchan in Frankreich, Tencent in China und Ferrero in Italien haben wir auch international Kunden gewonnen, die uns stolz machen und die zeigen, dass wir uns an unseren internationalen Standorten erfolgreich etabliert haben."

Alle Säulen der Serviceplan Gruppe auf Wachstumskurs

Alle Unternehmensbereiche der Agenturgruppe konnten deutliche Zuwachsraten verzeichnen bzw. ihr Umsatzniveau in einem schwierigen Marktumfeld halten. Stärkste Säule ist in diesem abgelaufenen Geschäftsjahr die unter der Marke Plan.Net geführte Agenturgruppe für digitale Kommunikation. Sie steuert mit 103 Millionen Euro 25 Prozent zum Gesamtumsatz der Gruppe bei.

Die unter der Marke Mediaplus geführte Mediaagentur, die rund 23 Prozent zum Gesamtumsatz der Gruppe beiträgt, konnte ihren Umsatz um 6,8 Prozent auf 94 Millionen Euro erhöhen (2016/17: 88 Millionen bei gleichem Umsatzanteil). Darin enthalten sind die Ergebnisse der Facit Gruppe.

Saint Elmo's verzeichnet in diesem Jahr 19 Millionen Euro Umsatz und trägt damit bei einem Wachstum von 58,3 Prozent ca. 5 Prozent zum Gesamtumsatz der Gruppe bei (2016/17: 12 Millionen; 3,1 %).

Die Marke Serviceplan ist im vergangenen Geschäftsjahr auf gleich hohem Niveau geblieben und hat ein Honorarvolumen von 92 Millionen erzielt – das entspricht einem Anteil von 22,2 Prozent (2016/2017: 92 Millionen; 23,7 %). Hier konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr erfolgreich ein großer Kundenverlust kompensiert werden.

Serviceplan Solutions hat im abgelaufenen Geschäftsjahr ein Honorarvolumen von 12 Millionen Euro erzielt. Dieses Ergebnis entspricht einem Wachstum von 9 Prozent zum Vorjahr. Neben den Marken Serviceplan, Plan.Net, Mediaplus und Facit etablierte die Serviceplan Gruppe im Frühjahr 2016 „Solutions" als fünfte Säule. Nicht zuletzt drücken sich darin Bedeutung und Gewicht des Geschäftsfeldes aus, denn Transkreation, Adaption und Versifizierung von Kommunikation unterliegen einer immer größeren Nachfrage.

Die im Frühjahr 2016 gegründete Serviceplan Consulting Group, die sich noch in der Startup-Phase befindet, wird kundenseitig sehr gut angenommen und entwickelt sich in Richtung 5 Millionen Umsatz.

Das erfolgreiche Wachstum der Gruppe resultiert zum großen Teil aus dem Ausbau des bestehenden Kundengeschäfts sowie aus den mehr als 400 Neukunden- und Etatgewinnen

national und international. In Deutschland konnten unter anderem folgende Marken gewonnen oder wiedergewonnen werden: Becks, BSH, Bausparkasse Schwäbisch Hall, Clever fit, Nürnberger Versicherung, Dr. Beckmann; Telekom T-Systems, MAN, Almdudler, BMW Aftersales und Krauss Maffei. Die wichtigsten gewonnenen Kunden an den internationalen Standorten sind Tencent (China), Auchan (Frankreich), Ferrero (Italien) sowie Netflix (Spanien).

Im vergangenen Geschäftsjahr trugen so die Standorte im Ausland mit 21,9 Prozent Umsatzanteil und einem Erlös von 91 Millionen (2016/2017: 83 Millionen; 21,4 %) zu einem wichtigen und auch kontinuierlich wachsenden Anteil am Gesamtumsatz bei.

Serviceplan holt neun Löwen in Cannes, 8-mal Gold beim Comprix und ist die am häufigsten ausgezeichnete Mediaagentur beim Deutschen Mediapreis 2018

Beim 65. Cannes Lions International Festival of Creativity im Juni 2018 wurde die Serviceplan Group mit jeweils drei Gold-, Silber- und Bronze-Löwen ausgezeichnet und durfte so insgesamt neun der begehrten Statuetten mit nach Hause nehmen. Mit diesem Ergebnis steht die Serviceplan Gruppe aktuell auf dem zweiten Platz des Rankings der deutschen Agenturen.

Alexander Schill, Serviceplan Group Global CCO, sagt: „ÜberCreativity steht im Zentrum all dessen, was wir tun, und unsere diesjährig in Cannes ausgezeichneten Kampagnen sind für mich tolle Bespiele dieser Philosophie. Mich persönlich freut es dabei besonders, dass mit DOT ein Projekt zweifach mit Gold ausgezeichnet wurde, das weit über traditionelle Werbung hinausgeht. Es verfügt über das Potenzial, die Leben von Millionen Blinden und Sehbehinderten auf der ganzen Welt zu verändern."

Zahlreiche weitere Awards und Auszeichnungen konnten im abgelaufenen Geschäftsjahr gewonnen werden:

Auch im Good Report wurde das DOT Projekt ausgezeichnet und die Serviceplan Gruppe belegt insgesamt Rang 9 unter den Top 20 der erfolgreichsten Netzwerke, die gemeinnützige Projekte fördern. The Good Report feiert die besten globalen Kampagnen für soziale Verantwortung sowie Umweltschutz. Die Erstausgabe des Berichts wurde im Frühjahr 2018 veröffentlicht und die Serviceplan Gruppe belegt Rang 9 unter den Top 20 der erfolgreichsten Netzwerke, die gemeinnützige Projekte fördern. Unter den „Top 40 der erfolgreichsten Kampagnen für den guten Zweck" belegt Serviceplan Rang 5 mit DOT The First Braille Smartwatch (die erste Braille-Smartwatch, eine Kampagne von Serviceplan München und Korea), sowie Rang 12 mit Virtual Crash Billboard für Sécurité routière IDF (Serviceplan Frankreich).

Bei den Best Awards in Spanien erhielt Serviceplan mit Geoplato MAKRO den Großen Preis und zwei Mal Gold für Geoplato und El Pelotari y Fallera sowie zwei Mal Bronze. Beim D&AD in London holte Serviceplan sechs Mal WOOD (Bronze) mit Ravensburger, PENNY sowie für Sécurité routière IDF.

Beim Kreativranking der Fachzeitschrift Werben & Verkaufen kam die Serviceplan Gruppe 2017 auf Platz 3, bei dem Branchentitel HORIZONT auf Platz 2.

Alexander Schill fügt hinzu: „Im abgelaufenen Geschäftsjahr hat sich gezeigt, dass wir nicht nur national sehr erfolgreiche Kampagnen umsetzen, sondern vermehrt auch international mit tollen Projekten punkten können. Die ausgezeichneten Arbeiten sind an den unterschiedlichsten Standorten weltweit entstanden. Wir sind meiner Vision, an allen Standorten unter den TOP 3 der lokalen Kreativrankings zu stehen, ein gutes Stück näher gerückt."

Digital war die Gruppe ebenso erneut erfolgreich: Im Februar 2018 wurde Plan.Net gemeinsam mit Serviceplan im digitalen Kreativranking des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) zum vierten Mal in Folge als erfolgreichste Agentur ausgezeichnet.

Beim renommiertesten Preis der deutschen Mediabranche, dem Deutschen Mediapreis, wurden drei Arbeiten der Mediaplus Gruppe als kreativste Media-Ideen des Jahres ausgezeichnet. Mediaplus war damit erneut die am häufigsten ausgezeichnete Agentur des Abends.

In Rom, beim Festival of Media Global Awards 2018, wurde die Mediaplus Gruppe als „Independent Agency of the Year" ausgezeichnet. Bereits im Jahr zuvor erhielt Mediaplus diesen prestigeträchtigen RECMA-relevanten Preis.

Ebenfalls punkten konnte Mediaplus beim Gunn Report: Die Mediaplus Gruppe schafft es als einzige deutsche Mediaagentur im weltweiten Gunn Report unter die Top Ten und landet auf Platz 8.

Eine Spitzenposition konnte auch die Plan.Net Gruppe verteidigen: Sie belegt beim Internetagentur-Ranking 2018 des Bundesverbandes Digitale Wirtschaft (BVDW) mit einem Jahresgesamtumsatz von 96,5 Millionen Euro den zweiten Platz unter den umsatzstärkste Full-Service-Digitalagentur Deutschlands.

Besonders groß war die Freude bei der Premiere beim Ad Age Ranking: Serviceplan hat es mit ihrer erfolgreichen Internationalisierungsstrategie aus dem Stand auf Platz 22 des globalen Umsatz-Ranking des US-amerikanischen Branchenmediums Advertising Age (Ad Age) geschafft, mit 602 Millionen US-Dollar Jahresumsatz 2017.

Co-Working, Sustainability und Corporate Culture in der Serviceplan Gruppe

Premiere im Bereich New Work: Erstmals gehen eine Hospitality-Gruppe und eine Agenturgruppe gemeinsame Wege. RUBY und die Serviceplan Gruppe starten mit einem gemeinsamen Co-Working Space ein Joint Venture. Der Hotspot für kreatives, agiles und innovatives Arbeiten wurde im Januar 2018 im Haus der Kommunikation Hamburg eröffnet.

Zum siebten Mal legt die Serviceplan Gruppe die Nachhaltigkeitsstudie „Sustainability Image Score“ (SIS) vor. Diese zeigt jährlich seit 2011, welchen Einfluss Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility auf das Image von Unternehmen, die Kaufbereitschaft sowie die Kundenbindung haben. Und vor allem, wie die Kommunikation von Nachhaltigkeit von Verbrauchern wahrgenommen und bewertet wird. In der diesjährigen Untersuchung gibt es zwei zentrale Erkenntnisse: Rund 70 Prozent der Verbraucher legen beim Kauf eines Produktes auf Nachhaltigkeit Wert. Und: Konsumenten machen ihre Wahrnehmung von Nachhaltigkeit nicht an der Unternehmensbranche fest, sondern an der Unternehmenskultur. Die Top-5-Unternehmen im SIS-Ranking 2017 sind Miele, Erdinger, Radeberger, Landliebe und Kneipp.

Neu ist hingegen der Corporate Culture Award: Die Serviceplan Gruppe ruft diesen Preis ins Leben und initiiert gemeinsam mit dem Experten für Unternehmenskultur deep white und der HR- und Transformations-Beratung Promerit den Corporate Culture Award (CCA) – den ersten Award, der deutsche Unternehmen mit einer herausragenden Unternehmenskultur auszeichnet. Der CCA feiert im Herbst 2018 Premiere und wird zukünftig jährlich verliehen. In einem zweistufigen Verfahren bewertet eine namhafte Jury mit Vertretern aus Wissenschaft, Medien und Unternehmenspraxis die Kultur von Unternehmen und Führungspersönlichkeiten aus dem Mittelstand und aus Großunternehmen.

Ausbau der Mediaplus Gruppe und bestbewertete Mediaagentur im RECMA Ranking

Die Internationalisierung der Mediaplus Gruppe nimmt weiter Fahrt auf: Im letzten Geschäftsjahr bereicherten Beteiligungen in Italien (Mediaplus Italia), der Ukraine (IQ Mediaplus), der Schweiz (Mediaplus Suisse AG) sowie England (Total Mediaplus) das Portfolio der Gruppe. In Deutschland ging das Joint Venture Nayoki Mediaplus an den Start. Damit ist die Mediaplus Gruppe in 35 Ländern weltweit vertreten und kann mit über 1.500 Mitarbeitern in der Region EMEA das bewährte Mediaplus-Angebot offerieren. Kunden, die von der Mediaplus Gruppe international betreut werden sind neben anderen BMW, Hornbach, WMF und die Adelholzener Gruppe.

Auch in Deutschland ist Mediaplus weiter auf Wachstum eingestellt: In Berlin stärkt Elke Reibetanz als neue Geschäftsleiterin den Ausbau der Agentur, in Köln die neuen

Geschäftsleiter Matthias Hinzmann und Tino Reinecke. Innerhalb der Mediaplus Gruppe zeichnet sich der Kölner Standort neben dem klassischen Angebot vor allem durch die Expertise im Bereich Geo Intelligence Excellence aus. Geschäftsführer von Mediaplus Köln sind und Esther Busch. Mediaplus Berlin wird von Esther Busch und Andreas Fuhlisch geführt.

Im halbjährigen Ranking der Mediaagenturen des unabhängigen französischen Marktforschungsinstituts RECMA punktet die Mediaplus Gruppe weiterhin als bestbewertete Mediaagentur Deutschlands und baute ihren Vorsprung gegenüber den Wettbewerbern aus. In der qualitativen Gesamtbewertung aller Mediaagenturen erhält die Mediaplus Gruppe zum wiederholten Mal in Folge und als einzige Mediaagentur in Deutschland das Siegel „Dominant“. Auch beim renommiertesten Preis der deutschen Mediabranche, dem Deutschen Mediapreis, konnte die Mediaplus Gruppe erneut überzeugen. Drei Arbeiten der Mediaplus Gruppe wurden als kreativste Media-Ideen des Jahres ausgezeichnet. Mediaplus war damit (erneut) die am häufigsten ausgezeichnete Agentur.

Beim jährlichen Gunn Report of Media landete Mediaplus als einzige deutsche Mediaagentur unter den Top 10 weltweit. In dem Ranking, das das Media- und Marketing-Beratungshaus WARC veröffentlichte, belegt die Gruppe Platz 8. Ein weiterer Erfolg war die Auszeichnung „Independent Agency of the Year“ beim Global Festival Media Award in Rom.

Andrea Malgara, Geschäftsführer Mediaplus Gruppe, erklärt: „Das abgelaufene Geschäftsjahr hat viel Gutes für uns gebracht. Neben stetigem internationalem Wachstum überschreiten die Billings international die 200 Millionen-Euro-Grenze. Wir haben viele Etats gewonnen, wie die von Brax, Ekornes und Schwäbisch Hall, und haben andere, wie den BMW-Etat, verteidigt. Unserem Selbstverständnis als Innovationsagentur für markenindividuelle Media sind wir dabei stets treu geblieben. Für die Online-Audio Kampagne für MINI etwa, setzten wir erstmals auf die intelligente Verknüpfung von dynamischer und individualisierter Spotausspielung mit synchronisierten Bannern. All das zeigt für mich, dass wir auf dem richtigen Weg sind, und ich bin sicher, dass wir auch im kommenden Geschäftsjahr ganz vorne mit dabei sein werden.“

10 Jahre Facit digital

Facit Digital feierte im Jahr 2017 zehnjähriges Bestehen. Anlässlich des Jubiläums hat das auf Nutzerforschung und User-Experience-Beratung (UX-Beratung) spezialisierte Forschungsunternehmen aus seinem Fundus die Top 10 UX-Fails aus zehn Jahren herausgearbeitet. In einer anderen Studie untersuchte Facit Digital in Kooperation mit der Voice Interface Agentur VUI.agency die Akzeptanz und Nutzung von Sprachinterfaces am Beispiel von Amazon Echo. Facit Digital wurde 2007 als Unternehmen für die Bereiche Nutzerforschung und User-Experience-Beratung innerhalb der Facit Gruppe von Christian Bopp und Michael Wörmann gegründet. Die beiden Geschäftsführer haben seitdem ein Team

von 20 UX-Experten aufgebaut und zählen unter anderem Amazon, die Consorsbank oder Sky zu ihren Kunden.

Neben Facit Digital zählen Facit Research, Facit Media Research und Facit Buiness Intelligence zu den Unternehmen der Facit Gruppe. Facit Research veröffentliche im vergangenen Geschäftsjahr u.a. mit Serviceplan Corporate Reputation und der Serviceplan Consulting Group Studien zur Rolle des CMOs und der Nachhaltigkeit von Unternehmen.

Plan.Net Gruppe feiert Rekordumsatz von 103 Millionen Euro und eröffnet Plan.Net Innovation Studio

Mit einem Umsatz von 103 Millionen Euro hat die Plan.Net Gruppe das Geschäftsjahr erneut mit einem Rekordergebnis abgeschlossen. Ausschlaggebend für die positive Entwicklung waren das Wachstum insbesondere in den Bereichen Media, Business Intelligence, Content Marketing, Programmatic, digitale Plattformen und E-Commerce. Außerdem wurden verstärkt Consulting-Projekte im Bereich digitale Transformation umgesetzt.

Um die Positionierung als Partner für Erfolg und Zukunftsfähigkeit zu stärken, hat die Agenturgruppe ihr Angebot weiter ausgebaut. Ein Meilenstein dafür war die Eröffnung des Plan.Net Innovation Studios in München. Dort wird für Kunden, Mitarbeiter und externe Partner ein Rahmen geschaffen, in dem mithilfe von modernen Arbeits- und Denkweisen wie Design Thinking und/oder agilen Methoden schnell greifbare Lösungen in den Bereichen der digitalen Kommunikation, Produkte und Services entwickelt werden. Darüber hinaus wurde mit Plan.Net UX im Haus der Kommunikation Hamburg eine Agentur für die Entwicklung von User Interfaces an den Start gebracht. Auch der Standort Berlin wurde personell ausgebaut und erweitert die Leistungsfähigkeit der Gruppe in den beiden Kompetenzbereichen digitale Plattformen und digital Public Campaigning.

Alle diese Bereiche konnten bereits Kunden gewinnen bzw. Projekte umsetzen. Zudem konnte das positive Ergebnis der Gruppe durch die Gewinne neuer Etats, wie etwa die von Bahlsen, Beck’s oder HolidayCheck, sowie den Ausbau des Bestandskundengeschäfts erreicht werden.

Die Leistungsfähigkeit der Agentur wurde durch die Spitzenpositionen in den Rankings des Bundesverbands Digitale Wirtschaft (BVDW) bestätigt: Zum einen belegte die Plan.Net Gruppe im Internetagentur-Ranking 2017 den zweiten Platz unter den umsatzstärksten Internetagenturen Deutschlands. Zum anderen konnte Plan.Net gemeinsam mit Serviceplan im Ranking für digitale Kreation zum vierten Mal in Folge den ersten Platz verteidigen.

Auch die Präsenzen an den Standorten wurden weiter ausgebaut. Das Berliner Team erhielt Verstärkung und auch auf internationaler Ebene ist Plan.Net auf Wachstumskurs: Durch den

Zusammenschluss mit der Agentur Tott wurde ein Standort in Belgien eröffnet. Eine weitere Präsenz wurde in der Ukraine aufgebaut.

Manfred Klaus, Sprecher der Geschäftsführung der Plan.Net Gruppe: „Die positive Geschäftsentwicklung bestätigt unsere Positionierung als Partner für Erfolg und Zukunftsfähigkeit im digitalen Zeitalter, die wir mit dem Ausbau unseres Leistungsspektrums im letzten Jahr konsequent vorangetrieben haben“. Sein Geschäftsführungspartner Klaus Schwab ergänzt: „Insbesondere die Themen datenbasierte Kommunikation, Marketing Automatisierung, Personalisierung und End-to-End Marketing-Lösungen werden wir im kommenden Jahr vorantreiben. Damit sorgen wir für den Erfolg unserer Kunden heute und stellen gleichzeitig ihre Zukunftsfähigkeit in den nächsten Jahren sicher.“

Serviceplan eröffnet Haus der Kommunikation in New York - Internationalisierung der Gruppe weiter auf Erfolgskurs

Die Serviceplan Gruppe hat in den vergangenen zehn Jahren nicht nur kontinuierlich finanzielle Erfolge erzielt und Auszeichnungen erhalten, sondern auch eine rasante internationale Expansion hingelegt. Im Jahr 2006 begann Hauptgeschäftsführer Florian Haller seine Vision umzusetzen, die erste weltweit agierende Agenturgruppe zu werden, die ihren Ursprung in Deutschland hat. Und seit 2011 verantwortet Markus Noder als Geschäftsführer Serviceplan International die Internationalisierung der Agenturgruppe. Er wurde am 1. Januar 2018 zum neuen Holdinggeschäftsführer der Serviceplan Gruppe berufen und hat in dieser Funktion die Verantwortung für die Internationalisierung der Agenturgruppe inne.

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, Moskau sowie Madrid hinzu sowie Dependancen unter anderem in Delhi, Peking, Shanghai und Seoul. Ziel ist es, an allen Standorten Häuser der Kommunikation zu entwickeln, die alle Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach vereinen.

Im Mai 2018 gab es bei der Serviceplan Gruppe gleich zwei große Anlässe, zu feiern: Sie platziert sich erstmals im Ranking des US-amerikanischen Branchenmediums Ad Age – an der Seite von Mega-Networks und in den Markt vordringenden Unternehmensberatungen und hat es mit ihrer erfolgreichen Internationalisierungsstrategie aus dem Stand auf Platz 22 des globalen Umsatz-Ranking des US-amerikanischen Branchenmediums Advertising Age (Ad Age) geschafft, mit 602 Millionen US-Dollar Jahresumsatz 2017.

Zeitgleich eröffnete am 1. Mai das Haus der Kommunikation mitten in New York, in der Madison Avenue 102. Unter dem Dach sind die drei bekannten Säulen der Serviceplan Agenturgruppe vertreten: Serviceplan, MODCo/Mediaplus sowie die Digitalagentur T3. Serviceplan New York besteht aktuell aus 65 Mitarbeitern und wird gemeinsam von Stefan

Schütte, Nick Johnson, Jay Benjamin sowie Nick Chapman geführt, MODCo/Mediaplus von Erik Dochtermann und Eileidh Bamford. Die Digitalagentur T3 ist Partneragentur und wird von Ben Gaddis geleitet.

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

Und das sind die weiteren Köpfe in der Serviceplan Gruppe, die das Thema Internationalisierung vorantreiben: Jason Romeyko, Marcus Schnarr und Christoph Kunzendorf haben seit dem 1. Juli 2017 führende Funktionen bei Serviceplan International inne. Jason Romeyko, vielfach ausgezeichneter Kreativer, der seit Ende 2016 bei der Serviceplan Gruppe an Bord ist, hat zum 1. Juli 2017 die neu geschaffene Funktion des Worldwide Executive Creative Director (WWECD) mit der Vision übernommen, die Reputation und die Wahrnehmung des Modells des Hauses der Kommunikation weltweit noch stärker kreativ voranzutreiben.

Mit dem Ziel, zentrale Inhalte und Ressourcen der Serviceplan Gruppe international verfügbar zu machen, startete Marcus Schnarr, der seit 14 Jahren innerhalb der Plan.Net Gruppe – zuletzt als Head of Business Development – tätig ist, als neuer Chief Marketing Officer International (CMO International) im vergangenen Geschäftsjahr. Seine Vision: Die Bündelung, Weiterentwicklung sowie Professionalisierung des internationalen Business Development. Der Fokus liegt für ihn darauf, die Marke Serviceplan zusammen mit den Häusern der Kommunikation in den ausländischen Märkten noch sichtbarer und bekannter zu machen.

Ebenfalls aus der Serviceplan Gruppe kommt Christoph Kunzendorf, der seit Anfang Juli 2017 als Chief Financial Officer für das internationale Business fungiert. Seit 1989 ist der studierte Ökonom mit Schwerpunkt auf Finanzen bereits Teil der Serviceplan Gruppe. Hier startete er als Berater und stieg zum Geschäftsführer und Partner auf – zuletzt hatte er die Position des Chief Financial Officer in der Serviceplan Agenturholding inne. Als CFO International stellt Christoph Kunzendorf die Profitabilität der Agenturen und die Finanzkraft der Serviceplan Gruppe auf internationaler Ebene sicher.

„Erfolgreicher Markenaufbau in den großen Emerging Markets – Ein praxisorientierter Ratgeber für gezieltes Markenwachstum in China, Indien, Russland und Brasilien“

Mit der Publikation des Springer Gabler-Ratgebers „Erfolgreicher Markenaufbau in den großen Emerging Markets“ manifestiert sich das Wissen der Serviceplan Gruppe nun auch in einem Handbuch: Hierin erläutert der Hauptgeschäftsführer der Serviceplan Gruppe, Florian Haller, gemeinsam mit dem geschäftsführenden Gesellschafter der Unternehmensberatung globeone, Niklas Schaffmeister, wie gezieltes Markenwachstum in China, Indien, Russland und Brasilien gelingt. Mit der Beleuchtung der kulturellen, sozialen und wirtschaftlichen Komplexität dieser Märkte schließt das im Februar 2018 erschienene Buch eine Lücke.

Die Kollegen als Partner

Im Personalbereich gab es zahlreiche Initiativen in der Agenturgruppe. Es wurden wieder eine große Anzahl von Programmen und Initiativen gestartet, mit denen das vierte Jahr in Folge die Fluktuationsrate gesenkt werden konnte und die regelmäßig digital erhobene Kollegenzufriedenheit auf einem hohen Niveau gehalten wurde. So wurden unter der Leitung von Winfried Bergmann, Head of Human Resources, partnerschaftlich zu vereinbarende Karriere-Entwicklungspläne eingeführt. Daneben wurden eine Vielzahl anderer Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen wie berufsbegleitende Studiengänge und einem Update des internen Ausbildungsprogramms CAMPUS und spezielle Führungs-Trainings für das mittlere Management entwickelt sowie die internationale Integration von Human Resources vorangetrieben. Darüber hinaus startete Human Resources 2017 eine interdisziplinäre Taskforce „New Work“ zur Unterstützung und Begleitung von Change-Prozessen in der Gruppe hin zu agilen Arbeitsmodellen.

Ausblick

Florian Haller, Hauptgeschäftsführer der Serviceplan Gruppe: „Im vergangenen Geschäftsjahr ging nicht nur für unsere Agenturgruppe, sondern besonders auch für mich ganz persönlich ein Traum in Erfüllung. Am 1. Mai starteten wir mitten im Big Apple mit einem Haus der Kommunikation und bieten ab sofort auch in den USA unser einzigartiges, integriertes Agenturkonzept an. Das ist ein toller Erfolg, aber auch ein großer Ansporn, unseren Kunden nun und auch im nächsten Geschäftsjahr an allen wichtigen Lokationen dieser Welt unsere innovativen Dienstleistungen anbieten zu können.“

Pressekontakt

Christiane Wolff

Chief Corporate Communications Officer
Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation GmbH & Co. KG
Haus der Kommunikation, Brienner Straße 45 a-d, 80333 München
Telefon: +49 89 2050-2270
E-Mail: c.wolff@serviceplan.com
www.serviceplan.com

www.serviceplanblog.com
www.facebook.com/serviceplan
www.twitter.com/serviceplan
www.instagram.com/serviceplan
www.youtube.com/serviceplan