

---

## **ZenithOptimedia mit bestem Ergebnis seit Bestehen und strategischer Neuausrichtung 2007**

Düsseldorf, 14. Dezember 2006

Mediaplanung entwickelt sich immer mehr zu umfassender Kommunikationsberatung. Die Möglichkeiten der verschiedenen Kommunikationskanäle optimal ausschöpfen und miteinander zu verknüpfen – das ist immer häufiger das Anliegen der Kunden. Deshalb werden die Agenturen der ZenithOptimedia-Gruppe auch im Jahr 2007 starkes Gewicht auf den Ausbau holistischer Beratung legen. Eine Schlüsselrolle übernehmen hier die Töchter für innovative Kommunikation NEWCAST, Touchworks, Zed digital und Zed performance. Sie haben sich überdurchschnittlich entwickelt und bieten ihre Leistungen zur Verbesserung der Kommunikation in der digitalisierten Welt nicht nur den Kunden der Zenithmedia und der Optimedia an, sondern gewinnen auch eigene Neugeschäfte, zum Beispiel arte TV (Touchworks) und die travelchannel group (Zed performance). Der Anteil der Innovationsagenturen am Gesamtumsatz der Agenturgruppe steigt 2007 auf über 15 Prozent.

### **Erfolgreiches Geschäftsjahr 2006**

Die ZenithOptimedia verzeichnete ein Umsatzwachstum von mehr als 20 Prozent. Insgesamt 28 Etatgewinne beflügelten das Geschäft, die Hälfte davon mit einem mindestens siebenstelligen Volumen. Zu den Unternehmen, die sich 2006 von den Leistungen der beiden Agenturen überzeugen ließen, zählen Primagas und MGA Entertainment (Optimedia) sowie Jack Wolfskin und Griesson de Beukelar (Zenithmedia). Die Zahl der Mitarbeiter in den insgesamt fünf Agenturstandorten in Deutschland wuchs in der Folge auf über 350.

Network-Chef Michael Bohn zieht Bilanz: „2006 war ein sehr erfolgreiches Jahr für Zenithmedia und Optimedia. Beide sind überdurchschnittlich gewachsen und der Fokus, den sie schon sehr früh auf holistische Kommunikation gelegt haben, schlägt sich erstmals deutlich in den Zahlen nieder. Das beweist uns, dass wir hier auf dem richtigen Weg sind. Für 2007 erwarten wir einen moderat wachsenden Werbemarkt. Besonderen Zuwachs werden Außenwerbung und Online verzeichnen. Für die ZenithOptimedia gehen wir erneut von einem überdurchschnittlichen Wachstum aus.“

### **Holistische Kommunikation**

Das Bedürfnis der Kunden nach ganzheitlicher Betreuung in der medialen Kommunikation haben die zur ZenithOptimedia gehörenden Agenturen auch auf personeller Ebene konsequent umgesetzt. Mit Dr. Henning Hintze verantwortet erstmals eine einzige Person den

---

gesamten Media-Einkauf aller Agenturen der Publicis Groupe Media. Auch auf der Beratungsebene wird der holistische Ansatz 2007 noch stärker zum Tragen kommen. „Die Markenplanung spielt sich nicht nur in den klassischen Medien ab, sondern an sämtlichen Kontaktpunkten, an denen Kommunikationsbotschaften die Menschen effektiv erreichen. Dazu können Hotels, Reinigungen oder Fitnessstudios gehören, an denen ein Kunde möglicherweise mit der Vergabe von Produktproben ganz hervorragende Ergebnisse erzielen kann. Wir entwickeln unsere Mitarbeiter deshalb stärker dahin, bei der Beratung alle Kommunikationskanäle in Betracht zu ziehen und intelligent miteinander zu vernetzen. So bauen wir eine Kommunikationsplanung auf, die die Konvergenz der Medien nicht nur benennt, sondern auch nutzt“, erklärt Optimedia-CEO Michael Enzenauer, der erfolgreiche Beispiele u.a. für Nestlé und L’Oréal realisiert hat.

Dass Kommunikationsplanung durchaus kreativ sein kann, hat die Schwesteragentur Zenithmedia mit der Positionierung des Toyota-Modells „Aygo“ gezeigt – und wurde dafür mit dem Deutschen Mediapreis für die Beste Media Strategie des Jahres belohnt. Das Mediakonzept der Launchkampagne war das Ergebnis einer Zusammenarbeit von Zenithmedia, mit der One-to-One-Unit Touchworks und der Online-Tochter Zed digital. Dr. Nicole Prüsse, COO von Zenithmedia über die Bedeutung von Kreativität in der Kommunikationsberatung: „Wo die Zahl der Kommunikationskanäle zunimmt und das Massenpublikum sich in immer kleinere Zielgruppen aufspaltet, ist Kreativität in der Kommunikation natürlich zunehmend gefragt. Wichtig ist aber, dass Innovationskraft und Kreativität keine Werte an sich sind. Für uns stehen sie klar im Dienste des Kunden. Seine Investition in Kommunikation soll sich für ihn lohnen. Unser Ziel als Agentur ist sein Return on Invest.“

---

**Pressekontakt:**

Nicole Karepin  
Leiterin Kommunikation und Marketing  
ZenithOptimedia  
Schirmerstraße 71  
40211 Düsseldorf  
Tel.: + 49 (0) 211/93 68-249  
nicole.karepin@zenithoptimedia.de