



Werber: Top 3 Gesamtwertung

Top-Agenturen Die drei besten Werbeagenturen, bezogen auf das kumulierte Ergebnis aus allen Baskets.

1 ranking	VMLY&R	Basket 1: 30,00 Pkt.	Basket 2: 25,29 Pkt.	Basket 3: 37,14 Pkt.	92,43 rating points
2 ranking	ghost.company	Basket 1: 30,00 Pkt.	Basket 2: 23,36 Pkt.	Basket 3: 38,92 Pkt.	92,28 rating points
3 ranking	kraftwerk	Basket 1: 30,00 Pkt.	Basket 2: 21,29 Pkt.	Basket 3: 40,00 Pkt.	91,29 rating points

Gewichtung

Kumuliertes Ergebnis aus drei Baskets:

„Daten und Fakten“ (30 Pkt. max.), „Leistung: Kreation, Innovation, Strategie“ (30 Pkt. max.) und „Kundenzufriedenheitskoeffizient“ (40 Pkt. max.).

VMLY&R darf sich ab sofort Gewinner einer der **medianet xpert. awards** nennen. Die Agentur erhält den Preis für die beste Werbeagentur bei den **xpert. awards**. VMLY&R-Geschäftsführer Sebastian Bayer (CEO) und Alexander Hofmann (ECD) stellten sich im Siegerinterview den Fragen von **medianet** um die Agentur und ihr besonderes letztes Jahr.

medianet: VMLY&R steht dieses Jahr als beste Werbeagentur bei den **xpert. awards** ganz oben auf dem Siegerpodest. Was bedeutet das für Sie als CEO?

”

Für uns sind alle Projekte spannend, die wir übernehmen, und das Schöne an unserem Job ist, dass Überraschungen jeden Tag dazu gehören.

Sebastian Bayer
CEO VMLY&R

“

Sebastian Bayer & Alexander Hofmann: Natürlich freuen wir uns sehr über diese Auszeichnung. Als wir – als neues Management – die Agentur vor fünf Jahren übernommen haben, waren wir weit weg davon, die beste Agentur des Landes zu sein – das hat einiges an Arbeit bedeutet. Wir mussten viele Dinge von Grund auf neu denken und für uns selbst verstehen, wer wir eigentlich sind und was wir eigentlich machen (wollen). Diese Ausgangslage hat uns sicher geholfen, dass wir heute da stehen können, wo wir stehen, und dass wir den Weg so gehen konnten, wie wir ihn gegangen sind.

An dieser Stelle ist es mir auch wichtig zu erwähnen, dass sowohl die Mitarbeiter, die uns dabei geholfen haben, die Agentur zu verändern, ein zentraler Bestandteil der Entwicklung sind, wie auch ganz stark unse-

re Kunden. Jede und jeder Einzelne, jede Marke, mit der wir in den vergangenen fünf Jahren zusammenarbeiten durften, hat uns weitergebracht – indem wir Vertrauen geschenkt bekommen haben für das, was wir vorschlagen, indem wir lernen durften, was funktioniert und was nicht funktioniert, und indem wir als Partner anerkannt wurden. Einmal mehr, einmal weniger – aber auch aus Fehlschlägen haben wir was gelernt ... oft ganz schön viel. Und wir lernen jeden Tag weiter dazu.

medianet: Die Agenturen Young & Rubicam und VML haben 2018 fusioniert. Was fällt Ihnen dazu ein und was hat sich außer dem Namen verändert?

Bayer & Hofmann: Ja, technisch gesehen wurden zwei Agenturen, die davor schon in der gleichen Gruppe agierten (Y&R