

Kreativagenturen – Bruttoumsatzspendings

Rang 2018	Rang 2017	Unternehmen	Gesamtsumme
1	1	DMB	€ 197.274.004,13
2	2	Wirz Werbeagentur GmbH	€ 195.374.637,09
3	3	PKP BBDO Werbeagentur GmbH	€ 143.153.114,14
4	6	Jung von Matt / Donau Werbeagentur GmbH	€ 103.126.258,31
5	4	Wien Nord Werbeagentur GmbH	€ 97.382.004,17
6	11	GKK MullenLowe	€ 86.538.001,42
7	7	Reichl und Partner Werbeagentur GmbH	€ 85.448.773,56
8	8	Ogilvy & Mather GesmbH Austria	€ 71.160.429,30
9	12	VMLY&R Vienna GmbH	€ 66.071.700,18
10	9	kraftwerk Agentur für neue Kommunikation	€ 51.679.674,35
11	15	Virtue Austria GmbH	€ 47.474.454,83
12	10	Serviceplan Austria GmbH	€ 47.341.032,41
13	5	Zum goldenen Hirschen Campaigning GmbH	€ 44.649.733,96
14	13	isobar Werbeagentur GmbH	€ 43.920.222,96
15	16	We LoveTBWA	€ 40.505.229,63
16	17	FCB Neuwien Werbeagentur GmbH	€ 33.309.855,15
17	20	Kobza and the Hungry Eyes (KTHE)	€ 30.284.229,78
18	19	Springer & Jacoby Österreich GmbH	€ 27.832.763,88
19	21	Cayenne Marketingagentur GmbH	€ 24.380.683,88
20	14	Falknereiss GmbH	€ 22.551.351,60
21	-	Merlicek-Grossebner Werbegesellschaft mbH	€ 16.910.324,17
22	-	Move121	€ 16.468.109,09
23	22	Lunik2 Marketing Services GmbH	€ 16.106.774,54
24	18	Vorauerfriends Communications GmbH	€ 15.963.219,87
25	-	Heimat Wien / HMT Marketing GmbH	€ 11.336.811,13
26	28	Aandrs	€ 10.123.490,70
27	25	MMS + Habesohn, Doucha	€ 7.474.358,09
28	27	Gruber & Company Werbeges.m.b.H.	€ 6.329.466,22
29	24	Blink Werbeagentur GmbH & Co KG	€ 5.424.759,07
30	29	Fessler Werbeagentur GmbH	€ 4.810.374,28
31	-	Himmer, Buchheim & Partner GmbH	€ 1.860.336,36
32	31	Yellow Artgerechte Marken. Lawiczak & Partner	€ 378.144,64

Quelle: Focus Marketing Research; Angaben in €. Von medianet ohne Bearbeitung und Gewähr veröffentlicht.

••• Von Skender Fejzuli

Vorjahressieger Demner, Merlicek und Bergmann, kurz DMB, steht zum wiederholten Mal an der Spitze der Focus xpert.rankings der Full-Service-Agenturen. Wie das so mit dem Erfolg ist, der die Agentur in den letzten Jahren begleitet, wollten wir im Siegerinterview mit DMB-Geschäftsführer Mariusz Jan Demner in Erfahrung bringen.

medianet: Wie fühlt es sich an, ausgezeichnet zu werden?

Mariusz Jan Demner: Wunderbar – wie übrigens schon in den letzten 20 Jahren.

medianet: Der Award beruht auf dem Erfolg 2018. Wie ist das Jahr für DMB verlaufen?

Demner: Wir gehen dazu über – und das zur vollsten Kundenzufriedenheit –, die Letztverantwortung mancher Etats nicht nur in den Händen von Harry Bergmann und Mariusz Demner zu belassen.

Davon profitieren alle: die Kunden, weil sie noch mehr bekommen, da sie zusätzlich zu den neuen Brand Captains weiterhin auf die Expertise von Mariusz Demner und Harry Bergmann vertrauen können. Und die Mitarbeiter, weil es sehr beflügelnd ist, für die großartigsten Kunden des Landes (und darüber hinaus) in verantwortungsvollerer Position tätig sein zu dürfen. Arbeitsintensiv: voll am Erfolg der Kunden zu arbeiten und gleichzeitig die Kraft für Veränderungen der eigenen Strukturen und Arbeitsweisen aufzubringen – da ist uns schon einiges gelungen.

medianet: Verändert hat sich auch einiges, seitdem Bergmann DMB verlassen hat?

Demner: Ich glaube, dass in den drei Monaten, seit er sich auf die strategische Beratung konzen-

triert, wir beide neu entdecken, was wir aneinander haben. Der Agentur und ihren Kunden sollte das zugutekommen.

medianet: Zugute soll auch dem Kunden das neue Holding-Management-Team mit Moana Merzel, Melanie Rönnfeld und Joachim Krügel kommen. Damit haben Sie DMB von einer inhabergeführten zu einer inhabergelenkten Agenturgruppe entwickelt. Welche Auswirkungen hat diese Veränderung?

Demner: Melanie Rönnfeld hat mit norddeutscher Gründlichkeit und Ausdauer den Change-Prozess vorangetrieben. Sie hat klugerweise – alle Hierarchien ignorierend – viele, auch sehr junge Mitarbeiter in Arbeitsgruppen geholt und so, gemeinsam statt einsam, Schienen für



Wiener Zucker
DMB gestaltete den Auftritt von Wiener Zucker.

neue Arbeitsweisen hinsichtlich mehr Kooperation und digitale Ausrichtung gelegt. Innerhalb eines Jahres hat der Change-Prozess schon Früchte getragen: Die Kunden sind neugierig geworden auf ein integriertes Angebot. Große Ideen, über alle, besonders auch digitale Kanäle orchestriert, verschaffen ihren Marken mehr Magnetismus und beflügeln ihr Geschäft. Das wirkt stärker als die vielen fragmentierten Piepser, die heute vielfach die Halden an digitalem Content wachsen lassen. Nach dem Abgang von Harry Bergmann wurden Melanie Rönnfeld und Moana Merzel kürzlich zu Geschäftsführerinnen der Agenturholding bestellt. Und ich habe begonnen, mein tägliches 14-Stunden-Pensum in Richtung 12 Stunden zu reduzieren.