

... Von Britta Biron

Die Führungsrolle konnte das Team rund um DMB.-Gründer und Geschäftsführer Mariusz Jan Demner mehr als souverän halten. Lag man 2020 bei den Bruttowerbespendings um knapp 17% über dem Zweitplatzierten, vergrößerte sich der Vorsprung im Vorjahr auf fast 32% und das, obwohl auch der Verfolger kräftig zugelegt hatte.

”

Krisenzeiten sind Chancen für jene, die nicht zicken sondern zacken: Große Kunden sind unserer Empfehlung gefolgt, auch während der Lockdowns ihre Spendings aufrechtzuerhalten.

Mariusz Jan Demner
Gründer und Geschäftsführer DMB.

“

medianet hat den Grandseigneur der heimischen Kreativszene sowie die beiden DMB.-Geschäftsführer Marcello Demner und Moana Merzel zum Gespräch über die Gründe des Erfolgs und die aktuellen Herausforderungen gebeten.

medianet: Haben Sie mit einem neuerlichen Sieg gerechnet?

Mariusz Jan Demner (MJD): Mit so etwas kann man nie rech-



Sattes Plus

Im Vergleich zu 2020 steigerte DMB. seine Bruttowerbespendings um 32%, deutlich über dem Branchenplus von zehn Prozent.

MJD: Unter anderem Gold, Silber und Bronze bei den Effies, 37 Nominierungen und 14 Veneres beim CCA, Adgar Award, The One Show, Epica, WebAd und ADCE.

medianet: Wie im Vorjahr konnte DMB. die Bruttospendings steigern. Haben die bestehenden Kunden mehr geworben?

MJD: Krisenzeiten wie Corona sind Chancen für jene, die nicht zicken, sondern zacken: Große DMB.-Kunden sind unserer Empfehlung gefolgt, auch während der Lockdowns ihre Spendings aufrechtzuerhalten. Während sich andere tot gestellt haben, waren sie bei ihren Kunden zu Hause und konnten von enorm gestiegenen Medienreichweiten und wenig Konkurrenz profitieren. Ergebnis: Umsatzplus sogar gegenüber 2019.

nen, man kann sich nur (positiv) überraschen lassen.

medianet: Wie wichtig sind Preise generell?

MJD: Sie sind Bestätigung und Ansporn zugleich. Aber so schön es auch ist, für seine Arbeit

ausgezeichnet zu werden, der Kern unseres Tuns muss immer der Erfolg des Kunden sein.

medianet: Preise gab's auch für Kampagnen Ihrer Kunden. Welche zum Beispiel?

Kreativagenturen – Bruttoumsatzspendings

Rang 2021	Rang 2020	Unternehmen	Gesamtsumme 2021	Gesamtsumme 2020
1	1	Demner, Merlicek & Bergmann Werbegesellschaft mbH	334.083.745	252.189.246
2	2	Wirz Werbeagentur GmbH	253.217.899	216.016.085
3	3	BBDO Group Kreativagentur GmbH	221.984.018	184.974.213
4	4	Wien Nord Serviceplan GmbH & Co. KG	158.337.455	144.767.628
5	5	GGK MullenLowe	149.423.406	136.752.126
6	13	Zum goldenen Hirschen Campaigning GmbH	131.829.987	41.209.885
7	6	Havas Wien GmbH	128.851.400	105.478.132
8	7	Reichl & Partner Werbeagentur GmbH	112.569.050	80.085.084
9	9	kraftwerk Agentur für neue Kommunikation GmbH	92.916.496	69.894.609
10	8	VMLY&R Vienna GmbH	80.075.113	70.717.225
11	11	UniqueFessler Werbeagentur GmbH	62.990.482	61.638.041
12	10	Kobza and The Hungry Eyes (KTHE)	51.763.614	63.010.110
13	–	Aandrs	40.389.595	–
14	15	Isobar Werbeagentur GmbH	35.458.988	32.220.551
15	18	move121	31.801.727	21.466.077
16	17	Springer & Jacoby Österreich GmbH	29.370.062	21.901.900
17	20	Cayenne Marketingagentur GmbH	25.198.258	20.918.916
18	21	voruerfriends communications gmbh	24.024.676	15.549.996
19	25	stoff Werbeagentur GmbH	12.002.778	8.715.099
20	24	MMS + Habesohn, Doucha	11.437.371	9.391.548
21	22	Blink Werbeagentur GmbH & Co KG	4.989.487	12.898.142
22	27	Himmer, Buchheim & Partner GmbH	924.866	558.112
23	–	Uppercut Group GmbH	18.093	–

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