



Konsequenz auf Erfolgskurs: Serviceplan Gruppe steigert Umsatz um 18,6 Prozent und überschreitet damit erstmals die 200-Millionen-Euro-Grenze

Die Serviceplan Gruppe hat das Geschäftsjahr 2011/2012 mit einem Umsatzplus von 18,6 Prozent abgeschlossen es ist das erfolgreichste Jahr seit Gründung der Agentur im Jahr 1970. Mit einem Honorarvolumen von 203 Millionen Euro liegt es deutlich über de

(ddp direct) München, den 9. August 2012 ? Deutschlands Werbeagenturen blickten auch für 2012 weiter deutlich optimistischer in die Zukunft als die meisten anderen Akteure in der Wirtschaft. Laut GWA rechneten die Werbe- und Kommunikationsagenturen mit einem Umsatzplus von 5,4 Prozent. Damit liegt die Agenturprognose wie gewohnt über dem für das Bruttoinlandsprodukt erwarteten Zuwachs. Die Serviceplan Gruppe konnte erneut und eindrucksvoll stark über dem Branchendurchschnitt wachsen und legt für das 41. Geschäftsjahr 2011/2012 ? das am 1. Juli 2011 begann und am 30. Juni 2012 endete ? heute die Zahlen vor. Die Bilanzzahlen weisen ein zweistelliges Plus von 18,6 Prozent aus. Die Gruppe erzielte ein Gross Income (Honorare und Provisionen) von 203 Millionen Euro (2010/2011: 171 Millionen Euro). Die Billings (Volumen der betreuten Werbeetats ohne Mediaeinkaufsvolumen) stiegen auf 1,35 Milliarden Euro (2010/2011: 1,14 Milliarden Euro) und überschreiten damit erneut die Milliardengrenze. Auch das Personal wurde im vergangenen Geschäftsjahr weiter aufgestockt: Aktuell beschäftigt die Agentur 1.360 Mitarbeiter ? das sind 16 Prozent mehr als im vergangenen Jahr mit 1.170 Mitarbeitern. Der Pro-Kopf-Umsatz liegt bei 149.000 Euro und hat sich damit im Vergleich zum Vorjahr um zwei Prozent erhöht (2010/2011: 146.000 Euro).

Mit diesem Ergebnis ist die Serviceplan Gruppe erneut die Nummer Eins unter den inhabergeführten Agenturen und nennt drei Erfolgsfaktoren: ?Wir freuen uns, dass unsere Wachstums- und Internationalisierungsstrategie weiter greift. So war auch das vergangene Geschäftsjahr ein äußerst erfolgreiches für uns. Das liegt zum einen natürlich weiterhin an der enormen Effizienz unseres integrierten Agenturmodells in den Häusern der Kommunikation in München, Hamburg und Berlin, die maßgeblich zum hervorragenden Ergebnis im Kernmarkt Deutschland beitragen. Wir verzeichneten im vergangenen Jahr mit den bestehenden und den beiden neuen Häusern der Kommunikation in Wien und Mailand besonders große Wachstumsschübe im Ausland. Mit unseren eigenen Agenturen und unseren Partneragenturen im Ausland machen wir bereits knapp zehn Prozent des Gesamtumsatzes und die Nachfrage nach internationaler Betreuung ist auf Kundenseite stetig wachsend. Und nicht zu vergessen: Das Thema Innovation ist weiterhin zentraler Faktor für den Erfolg der Gruppe?, so Hauptgeschäftsführer Florian Haller.

Ergebnisse im Detail

Alle Unternehmensbereiche der Agenturgruppe konnten überdurchschnittliche Zuwachsraten verzeichnen: Die unter der Marke Serviceplan geführten Agenturen ? integrierte Kampagnen und die Spezialdisziplinen Verkaufsförderung, Dialog, Sponsoring und Event sowie PR ? tragen mit 32 Prozent nach wie vor den Hauptanteil zum Gesamtumsatz der Gruppe bei. Zwar sank der Umsatz um 10 Prozent auf ein Honorarvolumen von 65 Millionen Euro; Grund dafür ist die Ausgründung von Serviceplan Solutions, die im vergangenen Jahr noch zur Serviceplan Gruppe gezählt wurde. Diese neue und selbständig agierende Säule hat bereits im ersten Jahr nach Start 14 Millionen Euro Umsatz und damit sieben Prozent zum Gesamtumsatz der Gruppe beigetragen. Insgesamt hält die Marke Serviceplan also 39 Prozent des Gesamtumsatzes. Zweitstärkster Pfeiler ist die unter der Marke Plan.Net geführte Agenturgruppe für digitale Kommunikation und zweitgrößte Digitalagentur Deutschlands. Sie wuchs um 40 Prozent und steuert mit 61 Millionen Euro 30 Prozent zum Gesamtumsatz der Gruppe bei. Die unter der Marke Mediaplus geführte Mediaagentur, die knapp ein Viertel (22 Prozent) zum Gesamtumsatz der Gruppe beiträgt, konnte ihren Umsatz um neun Prozent steigern und ihren Umsatz auf 45 Millionen Euro erhöhen. Ebenso zugelegt haben innerhalb der Serviceplan Gruppe auch die beiden unabhängig agierenden Marken Facit ? die Marktforschungstochter der Serviceplan Gruppe ? und die Agenturgruppe Saint Elmo?s. Zusammen verzeichneten sie einen Zuwachs um 29 Prozent und halten damit neun Prozent und damit 18 Millionen Euro am Gesamtumsatz der Serviceplan Gruppe.

Das erfolgreiche Wachstum resultierte zum großen Teil aus dem Ausbau des bestehenden Kundengeschäfts sowie zahlreichen Neukunden- und Etatgewinnen über alle verschiedenen Marken, Agenturen und internationalen Standorte der Serviceplan Gruppe hinweg ? darunter beispielsweise Etats von ADAC, BMW, Campari, Continental, Danone, Deutsche Bahn, Europcar, KFC, Lufthansa, Media Markt, Novartis, Rodenstock, Siemens, Schöffel, s. Oliver und Vedes. Mit ausschlaggebend für die positive Geschäftsentwicklung waren dabei auch die erfolgreiche Etablierung neuer Agenturangebote wie beispielsweise in den Bereichen Sponsoring & Events, Corporate Communications und Online-Dialog sowie der intensive Ausbau der Spezialdisziplinen an den Standorten in Hamburg, Berlin, Wien, Zürich und Mailand. So wurde im abgelaufenen Geschäftsjahr in Wien und Mailand das Agenturmodell des ?Haus der Kommunikation? mit einem vollintegrierten Leistungsangebot erfolgreich gestartet. Durch eigene Standorte, Beteiligungen und Partnerschaften bietet Serviceplan seinen Kunden inzwischen Dienstleistungen in allen relevanten Wirtschaftsräumen der Welt an.

Serviceplan ist erfolgreichste deutsche Agentur in Cannes

Beim 59. internationalen Werbefestival in Cannes ist die Serviceplan Gruppe insgesamt 15 Mal mit einem Löwen ausgezeichnet worden ? neben sieben Mal Gold, vier Mal Silber und drei Mal Bronze sicherte sich die Agenturgruppe auch den "Grand Prix" in der Kategorie Design. Damit ist Serviceplan 2012 die erfolgreichste deutsche Agentur. Zudem wurde Serviceplan als "Direct Agency of the Year" ausgezeichnet. Insgesamt ist dies ein Meilenstein in der Geschichte der 1970 in München gegründeten Agenturgruppe, die heute zu den größten unabhängigen Agenturen Europas zählt. Auch für Alexander Schill ist dies ein Ergebnis, auf das der CCO der Serviceplan Gruppe stolz ist: "Es standen in diesem Jahr extrem viele hochkarätige Arbeiten zur Auswahl. Viele wunderbare Kreativideen ? umso mehr freut es mich, dass wir so überaus erfolgreich abgeschnitten haben. Damit hatte ich selbst nicht gerechnet; es beweist aber, dass der Kurs der vergangenen Jahre ? unsere 'Kreativoffensive' mit dem Ziel, zu den kreativsten Agenturen der Welt zu zählen ? richtig ist und belohnt wird." Auch beim ADC schnitt Serviceplan erneut sehr gut ab: Nach dem Erfolg beim ADC Deutschland (drei Mal Gold, vier Mal Silber, sechs Mal Bronze) freut sich die Serviceplan Gruppe über drei weitere Goldtrophäen beim ADC of Europe. Sowohl in Cannes als auch beim ADC war es der solarbetriebene Geschäftsbericht für Austria Solar, der die meisten Auszeichnungen erhielt. Im weltweiten Kreativranking The Big Won ist Serviceplan erstmals dabei und steigt auf dem neunten Platz ein. Alexander Schill, Geschäftsführer und Kreativchef der Serviceplan Gruppe, wird darin zudem zum besten deutschen CCO und drittbesten der Welt gekürt. Im Unterranking ?Top agencies for Alternative/Innovative campaigns?• liegt Serviceplan auf Platz 2. Erstmals ist Alex Schill im Herbst 2012 darüber hinaus Jury Chairman und auf dem Podium bei den Loerie Awards in Kapstadt. Eine weitere wichtige Auszeichnung erhält Florian Haller erstmals 2012 von der Fachzeitschrift des auflagenstärksten deutschen Wochenmagazins der Kommunikations- und Medienbranche ?Werben & Verkaufen". Nach Meinung der Jury ist er der kreativste und innovativste Manager der Kommunikationsbranche. Die Redaktion des Fachmagazins wählte Florian Haller für 2012 auf Platz Eins der Liste der 100 wichtigsten Manager aus Werbung, Medien und Marketing.

Zum wiederholten Male konnte Mediaplus punkten. Beim Deutschen Mediapreis 2012 sicherte sich Mediaplus insgesamt drei Awards und ist damit erneut die am meisten ausgezeichnete Agentur. Die Mediaagentur der Serviceplan Gruppe verteidigte im März wieder ihre Spitzenposition als erfolgreichste Agentur in der Geschichte der renommiertesten Auszeichnung der Mediabranchen. Erfolgreich war sie in den Kategorien ?Out of Home", ?Online/Mobile/Social Media" und ?Kino".

Serviceplan Gruppe loves talents!

Die Serviceplan Gruppe kämpft nicht um Talente, sondern möchte mit der Initiative ?Love for talents?, einem gemeinsamen Projekt der Serviceplan Gruppe und Roland Berger Strategy Consultants, Unternehmen bei der Optimierung ihrer Arbeitgeber-Attraktivität unterstützen. Auch intern ist das Thema Mitarbeiter weiterhin eine der wichtigsten Aufgaben der Serviceplan Gruppe. Um die Attraktivität der Arbeitgebermarke weiter zu stärken wird ab sofort in Kooperation mit der Steinbeis Hochschule Berlin ein berufsbegleitender Masterstudiengang angeboten. Dieses Angebot ist bislang einmalig in

der Kommunikationsbranche.

Mit einer technischen Innovation ? der Mediawall ? gibt es ab sofort an allen nationalen und internationalen Standorten laufend aktuelle Informationen zu Standorten, aktuellen Kampagnen, freien Stellen sowie News aus der Gruppe. Die Mediawalls sind in den Standorten jeweils in den Cafeterien installiert. Florian Haller: ?Als Europas größte inhabergeführte Agenturgruppe sind wir unseren Mitarbeitern und unseren Kunden gegenüber verpflichtet, auf höchstem Niveau fortzubilden und zu informieren. Dafür haben wir ein umfassendes und höchst innovatives Personalmanagement in München, Hamburg und Berlin.?

Zwei weitere Häuser der Kommunikation, neue Säule Solutions gegründet, Mediaplus neu aufgestellt

Im vergangenen Geschäftsjahr standen gleich zwei große Eröffnungen auf dem Plan: Nach dem Start in Wien im Herbst 2011 öffnete im Mai 2012 das insgesamt bereits fünfte Haus der Kommunikation der Serviceplan Gruppe in Mailand seine Pforten. Unterkunft ist es nicht nur für Plan.Net Italia ? der Standort der Digitalagentur besteht seit Herbst 2011 ? sondern auch für Serviceplan Italia. Somit sind neben den Online-Profis ab sofort auch Experten für klassische Kommunikation im ?Casa della Comunicazione? vertreten. Mit dem Haus der Kommunikation in Wien gibt es die Leistungen der Kreativagentur Serviceplan Austria ebenfalls unter einem Dach. Damit ist der strategisch wichtige Brückenkopf zu den Märkten Österreich und CEE vollständig. André Felker und Thomas Spazierler sind die beiden neuen Geschäftsführer von Serviceplan Austria ? hervorgegangen aus ?Sieben?, einer der erfolgreichsten Neugründungen der letzten Jahre.

Ein wichtiger Service für Unternehmen ist mit Serviceplan Solutions seit Mai 2012 als vierte Säule und mit einer eigenen Holding etabliert worden. Denn die Herausforderung der Realisierung von Kommunikation wird durch Globalisierung und zunehmende Internationalität zahlreicher Unternehmen immer größer. Die Geschäftsführung hat Florian Paul inne, ein ausgewiesener Experte für die Internationalisierung und Digitalisierung von Markenkommunikation.

Neuigkeiten gibt es ebenso aus der Mediaplus Gruppe. Mit dem Eintritt von Thilo Krämer als Geschäftsführer Mediaplus am Standort Hamburg im Juni 2012 ist die Führungsriege der Mediaplus Gruppe wieder komplett. Seit Herbst 2011 kümmert sich Andrea Malgara in der Holding der Mediaplus Gruppe um die Themen Einkauf und Forschung. Die Bereiche Geschäftsentwicklung, Internationalisierung und New Business verantwortet Volker Helm, der seit Januar 2012 als Sprecher der Geschäftsführung der Mediaplus Gruppe an Bord ist.

Wichtige Schritte bei der Internationalisierung: Asien und Lateinamerika erschlossen

Der asiatische Wirtschaftsraum boomt und ist für viele Unternehmen und Marken ein wachstumsstarker Zukunftsmarkt. Um international tätigen Kunden auch in diesen Ländern das komplette Leistungsangebot im Bereich der Kommunikation anbieten zu können, setzte die Serviceplan Gruppe ihre Internationalisierung konsequent auch im vergangenen Geschäftsjahr fort und beteiligte sich im Dezember 2011 zu 25,1 Prozent an der Agentur Liquid Campaign, die in Russland, Indien, China und Korea vertreten ist. Damit erschließt Deutschlands größte inhabergeführte Agentur die Märkte im gesamten asiatischen Raum und ist künftig in allen relevanten Wirtschaftszentren vertreten. Spanien und Lateinamerika werden seit Mai 2012 durch die Kooperation mit Nostrum erschlossen. Nostrum, Top-Kommunikationsagentur in Spanien, ist neben dem Hauptsitz in Europa mit 20 Agenturen in Portugal, Argentinien, Brasilien, Chile, Kolumbien, Mexiko, Panama, Peru und den USA vertreten und erschließt damit für die Serviceplan Gruppe diese ebenfalls wichtigen Wachstumsmärkte. Um international tätigen Kunden auch in diesen Ländern das komplette Leistungsangebot im Bereich der Kommunikation anbieten zu können, setzt die Serviceplan Gruppe ihre Internationalisierung fort und hat zunächst eine strategische Allianz mit dem neuen Kooperationspartner unterschrieben. ?Wichtige Schritte sind getan. Mit den beiden Partnern Liquid Campaign und Nostrum sind wir auf dem guten Weg, unsere Internationalisierungsstrategie erfolgreich und konsequent umzusetzen?, so Florian Haller.

??

Zwei marktrelevante Studien: Nachhaltigkeit und Sponsoring

Mit dem ?Sustainability Image Score? hat die Serviceplan Gruppe in diesem Jahr erneut die Nachhaltigkeitsanstrengungen von Unternehmen aus Sicht der Verbraucher bewertet. HIPP, Alete, BMW, Miele, Bärenmarke, Landliebe, Audi, Otto, Mercedes Benz und dm sind die zehn Unternehmen, die aus Sicht der deutschen Verbraucher derzeit am nachhaltigsten agieren. Das ist das Ergebnis der diesjährigen repräsentativen Nachhaltigkeitsstudie mit mehr als 7.600 Befragten, die von Facit Research im Auftrag der Serviceplan Gruppe durchgeführt wurde. ?Die Studie ist bereits im zweiten Jahr im Markt etabliert und ein wichtiges Instrument für Unternehmen, ihre Kommunikation im Bereich Nachhaltigkeit zu überprüfen?, erläutert Florian Haller. Ebenfalls bereits bei der Premiere ein voller Erfolg ist der erste deutsche Sponsoringindex, der von Facit Research im Auftrag von Serviceplan Sponsoring & Events und Sky Media Network erstmals in 2012 durchgeführt wurde. Adidas, Audi, O2, Puma, Lufthansa, Mercedes-Benz, Jack Wolfskin, Volkswagen, Coca-Cola und Heineken ? so lauten die TopTen der 51 größten Sponsoren in Deutschland, die aus Sicht der deutschen Verbraucher 2012 das effizienteste Sponsoring betreiben. Sponsoring wird gesellschaftlich hoch angesehen und leistet einen bedeutenden Beitrag zur Visibilität einer Marke im Kommunikationsmix, so die weiteren Erkenntnisse der Untersuchung.

Ausblick

Florian Haller blickt trotz Eurokrise optimistisch ins nächste Geschäftsjahr und erwartet ein weiteres und stetes Wachstum der Gruppe: ?Wir blicken auf ein erfolgreiches und spannendes Geschäftsjahr zurück, in dem wir wichtige Weichen für unsere Internationalisierungsstrategie gestellt haben. ? Der Hauptgeschäftsführer der Serviceplan Gruppe weiter: ?Auf ein Highlight freue ich mich jetzt schon im kommenden Jahr. Denn dann feiern wir am 6. Februar 2013 gemeinsam mit unseren Partnern unser zehnjähriges Jubiläum best brands ? mit vielen Überraschungen.?

Shortlink zu dieser Pressemitteilung:

<http://shortpr.com/hqxpko>

Permanente Link zu dieser Pressemitteilung:

<http://www.themenportal.de/wirtschaft/konsequent-auf-erfolgskurs-serviceplan-gruppe-steigert-umsatz-um-18-6-prozent-und-ueberschreitet-damit-erstmal-die-200-millionen-euro-grenze-45993>

=== Florian Haller, Hauptgeschäftsführer der Serviceplan Gruppe (Bild) ===

Shortlink:

<http://shortpr.com/rjimp3>

Permanente Link:

<http://www.themenportal.de/bilder/florian-haller-hauptgeschaeftsfuehrer-der-serviceplan-gruppe>

=== Serviceplan Gruppe, Bilanz 2011/2012 (Infografik) ===

Shortlink:

<http://shortpr.com/nu9fyr>

Permanente Link:

<http://www.themenportal.de/infografiken/serviceplan-gruppe-bilanz-2011-2012>

=== Serviceplan Gruppe, Bilanz 2011/2012 (Dokument) ===

Shortlink:

<http://shortpr.com/hxw0zp>

Permanentlink:

<http://www.themenportal.de/dokumente/serviceplan-gruppe-bilanz-2011-2012>

Pressekontakt

Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation

Frau Christiane Wolff
Brienner Straße a-d 45
80333 München

c.wolff@serviceplan.com

Firmenkontakt

Serviceplan Gruppe für innovative Kommunikation

Frau Christiane Wolff
Brienner Straße a-d 45
80333 München

serviceplan.com
c.wolff@serviceplan.com

Die Serviceplan Gruppe ist die größte inhabergeführte Agentur Deutschlands. Im Jahr 1970 als klassische Werbeagentur gegründet, ist Serviceplan zu einer Agenturgruppe gewachsen, die als einzige alle modernen Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach vereint: Ob Markenstrategie, Kreativer, Mediaspezialist, Dialog- oder CRM-Experte, Onliner, Marktforscher, Webdesigner, PR-Berater oder Spezialist für Handelsmarketing bei Serviceplan ziehen alle an einem Strang.

Kunden wie BMW, Lufthansa, HIPP, Novartis etc. werden in den unterschiedlichsten Bereichen von Klassik über Online, Media und PR bis hin zu Sales Marketing und Sponsoring & Rights mit kompakten und flexiblen Agentureinheiten betreut. Die Serviceplan Gruppe beschäftigt derzeit weltweit an zahlreichen Standorten über 1.200 Mitarbeiter.

Anlage: Bild

