



MEDIACOM

NEWS

Mars konsolidiert globale Mediaplanung und -einkauf bei MediaCom

SWISS MARKET

13 AUG 2018

Die Agentur gewinnt als Teil einer GroupM-Lösung und verlängert so die 25-jährige Kundenbeziehung

Mars, Incorporated, der globale Hersteller von Heimtierbedarf, Süßwaren und Lebensmitteln und einer der weltweit größten Werbetreibenden, hat MediaCom mit der Mediaplanung und dem Einkauf des Großteils ihres Produktportfolios beauftragt. Das Ergebnis folgt einem hart umkämpften Pitch gegen Omnicom, angeführt von Hearts & Science, und Publicis, angeführt von Starcom.

Zuvor war MediaCom für den Kunden weltweit für die Mediaplanung und den Einkauf in über 20 Märkten zuständig, darunter Mexiko, Kanada, Australien und die Niederlande.

Das gesamte globale Geschäft – das nach Angaben von Recma weltweit 1,4 Milliarden

Pfund umfasst – wird nun bei MediaCom konsolidiert, einschließlich des Einkaufs für die USA und China. MediaCom nimmt die Arbeit auf dem Etat als Teil von GroupMW auf – einer GroupM-Lösung, die die Ressourcen von GroupM- und WPP-Agenturen nutzt, um hervorragende Ergebnisse für Mars zu liefern.

Diese Entscheidung knüpft an den größeren Wandel an, den Mars mit seiner Marketing- und Medienagenda vorangetrieben hat – mit dem Ziel, Wettbewerbsvorteile durch Einblicke, Investitionen und Innovationen zu schaffen. In einer sich ständig wandelnden Marketing- und Handelslandschaft setzt Mars verstärkt auf die Wertsteigerung durch schnelle Datenannäherungen, neue kreative und inhaltliche Modelle sowie Möglichkeiten zur Innovationsförderung.

“This partnership will be a crucial accelerator in our ambition to be quicker, bolder and even more innovative when it comes to meeting our consumer needs. It brings thought leadership and actionable use of data and insights to meet our media needs”, sagt Andrew Clarke, Chief Marketing and Customer Officer bei Mars.

“It was impressive to see some of the fresh, challenging approaches from all three of the agencies. It’s helped evolve our thinking throughout the pitch and inspired us to be even bolder in our ambition. GroupM created a custom operating model for us which enables us to put data at the heart of our decision making, drive speed at a global, local and campaign level, and use our resources efficiently,” sagt Rob Rakowitz, Global Media Director bei Mars.

“Building on our existing remit, and extending our 25-year relationship, we, along with our GroupMW colleagues, will now be managing all of Mars’ media buying, as well as their data & analytics,” sagt Stephen Allan, Worldwide Chairman & CEO bei MediaCom. “This confirms our place as the trusted media partner to one of the world’s most prestigious advertisers.”

Die vollständige Übertragung tritt am 1. Januar 2019 in Kraft und die Übergangsfrist läuft von August bis Dezember 2018.

SWISS MARKET