

Daimler vergibt Mediaetat an die Publicis-Gruppe

Nach einem Vergleich zwischen den international renommiertesten Media-Agenturen hat sich die Daimler AG mit ihren Marken zur Zusammenarbeit mit Publicis, einem der weltweit größten Agenturnetzwerke entschieden. Ziel für die Bänderung der Media-Aktivitäten in Europa ist es, den besonderen Status als eines der größten werbetreibenden Unternehmen auszubauen. Publicis wird ein international agierendes, speziell für die Daimler AG eingerichtetes Management-Team etablieren.

Der Pitch zwischen drei Agenturgruppen startete im Mai 2013 unter der aktiven Einbindung von 14 Vertretern der europäischen Daimler-Märkte. Die Auswahl des neuen Agenturpartners erfolgte nach einem standardisierten Verfahren, mit dem sowohl zentrale Aspekte als auch marktspezifische Aspekte in die Entscheidung einfließen konnten. Als Hauptaufgabe wurde den teilnehmenden Agenturen die europaweite Media-Planung für eine Mercedes-Benz-Baureihe gestellt. Um einen transparenten Prozess zu garantieren, wurde die Daimler AG von einem externen Beratungsunternehmen unterstützt. (ampnet/Sm)

Bilder zum Artikel

DAIMLER
