

Pressemitteilung

Datum: 24.01.2013, Seite: 1 von 2

Jung von Matt siegt in allen Disziplinen

Deutschlands Marketingentscheider haben gewählt: Für sie ist die Hamburger Werbeagentur Jung von Matt die beste ihrer Zunft. Dies ist eines der zentralen Ergebnisse der Studie „Agentur Images 13“, die das Handelsblatt mit der Fachzeitschrift „absatzwirtschaft“ und dem Marktforschungsinstitut Innofact erstellt hat. Bei der Frage nach den Lieblingen der Branche folgen auf dem zweiten Platz die Agentur Scholz & Friends mit Sitz in Hamburg und Berlin und auf dem dritten Platz die Münchener Agentur Serviceplan.

Insgesamt 455 Marketingentscheider haben an der Studie teilgenommen. Sie haben die besten Kreativagenturen bewertet und ihnen Noten in den vier Kategorien „Kreativität“, „Effizienz“, „Strategische Markenführung“ sowie „Integrierte Kommunikation“ zugewiesen. 32 Agenturen – von A wie Aimaq von Lobenstein bis Z wie Zum goldenen Hirschen – standen zur Auswahl. Zuletzt wurde die Studie „Agentur Images“ vor zwei Jahren veröffentlicht.

Jung von Matt hat in allen vier benoteten Disziplinen den ersten Platz errungen. Vor zwei Jahren hatten vor allem kleinere, inhabergeführte Agenturen wie Nordpol und Heimat in den Einzelkategorien die Nase vorn. In den vier Einzeldisziplinen besser abgeschnitten haben dieses Mal außerdem die Agenturen Scholz & Friends, Media Consulta und BBDO.

Die profiliertesten Persönlichkeiten der Branche sind Jean-Remy von Matt und Holger Jung, die beiden Gründer von Jung von Matt. Auf dem dritten Platz folgt Sebastian Turner, früherer Chef der Agentur Scholz & Friends.

Kontakt:

Kerstin Jaumann

Referentin Unternehmenskommunikation

Tel.: 0211.887-1015

E-Mail: pressestelle@vhb.de

Pressemitteilung

Datum: 24.01.2013, **Seite:** 2 von 2

Über das Handelsblatt

Das Handelsblatt ist die größte Wirtschafts- und Finanzzeitung in deutscher Sprache. Rund 200 Redakteure, Korrespondenten und ständige Mitarbeiter rund um den Globus sorgen für eine aktuelle, umfassende und fundierte Berichterstattung. Im Tageszeitungsvergleich zählt die börsentäglich erscheinende Wirtschafts- und Finanzzeitung bei Entscheidern der ersten und zweiten Führungsebene zur unverzichtbaren Lektüre. Insgesamt liegt seine Reichweite laut LAE 2012 bei 9,8 Prozent. Handelsblatt Online erreicht monatlich bis zu 16 Millionen Visits und rund 70 Millionen Page Impressions. Damit ist Handelsblatt Online das führende Wirtschaftsportal in Deutschland. 2012 wählten die Leser Handelsblatt Online zur besten Finanzen-Website des Jahres.