



Quelle: Peter Schmidt Group

Seit Oktober 2013 ein Trio (v.l.): Peter Schmidt Group-Geschäftsführer Armin Angerer, Gregor Ade und Günther Misof

Netzwerkagenturen

Die "neue" Peter Schmidt Group

Nach der im Oktober 2013 erfolgten Fusion mit der BBDO-Schwester Brand Implementation Group präsentiert die Peter Schmidt Group ihr Leistungsspektrum unter dem Schlagwort "Empower". Punkten will das Team künftig mit innovativen und kreativen Arbeiten sowie seiner internationalen Expertise.

Rund neun Monate ist es her, dass die auf Brand Implementation und Brand Management spezialisierte BBDO-Tochter **Brand Implementation Group** (BIG) mit der Schwester **Peter Schmidt Group** (PSG) fusionierte. Seit dem Zusammenschluss fungiert der ehemalige BIG-Chef **Günther Misof** neben **Armin Angerer** und **Gregor Ade** als dritter Geschäftsführer der "neuen" Peter Schmidt Group, die nun als die zentrale Marken-, Design- und Brand Management-Agentur von BBDO in Deutschland fungiert.

"Empower" ist das neue Schlagwort

"Die Peter Schmidt Group verbindet nach der abgeschlossenen Integration der Brand Implementation Group nun Strategieberatung mit Design, Markenimplementierung und Brand Management. Wir denken ganzheitlich und arbeiten mit interdisziplinären Teams", sagt PSG-Chef Ade. Um das strategische Know-how zu stärken, holten die drei Chefs im November 2013 **Andreas Butterbrodt** an Bord, der als Director Brand Strategy bei PSG anheuerte. Er kam von der Berliner Strategieagentur different und übernahm bei seinem neuen Arbeitgeber die standortübergreifende Verantwortung für den Bereich Brand Strategy.

Für die neue PSG und deren Leistungsspektrum wollen die Chefs künftig stärker trommeln. "Es ist ein Ziel

von uns, die Peter Schmidt Group künftig präsenter und hörbarer im Markt zu machen. Wir wollen vor allem durch innovative und kreative Projekte im Markt für Aufmerksamkeit sorgen. Zudem wollen wir unsere internationale Kompetenz stärker sichtbar machen. Denn ein großer Teil unserer Arbeit findet heute international statt", so Ade. Im Zuge dieser Bemühungen hat die Agentur erst kürzlich ihren Internetauftritt einem Relaunch unterzogen. Mit der neuen Website will das Team die Agentur transparenter machen und Einblicke in die Arbeit der Peter Schmidt Group geben. Auf der Homepage findet der geneigte Leser auch das Agentur-Leistungsspektrum, mit dem die Agentur Marken- und Markenführungs-Know-

PETER SCHMIDT GROUP

Gründung: 1972 in Hamburg
Geschäftsführer: Gregor Ade, Armin Angerer und Günther Misof
Standorte: Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt am Main, München und Tokio
Mitarbeiter: ca. 200
Kunden: Imperial Tobacco, Continental, Goethe Institut, Henkel, Hugo Boss, Juchheim, The Linde Group, REWE Group, Städel Museum Frankfurt, Stiftung Preussischer Kulturbesitz
Kontakt: www.peter-schmidt-group.de

how aus einer Hand verspricht. "Unsere neue Positionierung mündet in dem Schlagwort 'Empower'. Unter diesem Begriff verstehen wir vor allem zwei Dinge: Einerseits die Verdichtung einer Markenidee und die kreative Kraft, die Marke unserer Kunden zum Strahlen zu bringen. Andererseits gilt es, Kunden zu befähigen, ihre Marken langfristig und erfolgreich zu führen", sagt PSG-Chef Ade. Entsprechend umfasst das Leistungsspektrum der Agentur die drei Bereiche Brand Development, Brand Experience und Brand Management. "Umsatzseitig sind alle drei Bereiche recht ausgewogen", so Ade. Konkrete Umsatzzahlen dürfen die Geschäftsführer aufgrund der Vorgaben der Muttergesellschaft bzw. des Sarbanes-Oxley Acts nicht nennen.

Team wird für Imperial Tobacco verstärkt

Was das Neugeschäft betrifft, konnte das rund 200-köpfige Team in diesem Jahr unter anderem ihr Mandat beim Großkunden **Imperial Tobacco Group** (IPG) ausbauen. Seit diesem Jahr ist BBDO Germany weltweit für alle Zigaretten- und Tabakmarken der Imperial Tobacco Group zuständig. Betreut werden Marken wie etwa Gauloises, JPS, Davidoff und West. Eigenen Bekundungen zufolge verstärkt die Omnicom-Netzwerkagentur eigens für den Kunden, der von der BBDO-Tochter **Proximity Worldwide** betreut wird, die Mannschaft in Düsseldorf um insgesamt 80 Mitarbeiter. Obendrein baut sie Teams in Bristol, dem ITG-Headquarter, und London auf.

Dass BBDO Germany den achtstelligen Werbeetat einstreichen konnte, verdankt sich auch der Mithilfe der Peter Schmidt Group, die gewissermaßen als Türöffner fungierte. Die PSG-Mannschaft war seinerzeit auch in dem dreistufigen Pitch, der rund fünf Monate dauerte, involviert. Angeführt wurde das Team im Pitch von den Proximity-Geschäftsführern **Sue Nisbet** (Beratung) und **Darron Richardson** (Kreation). Ebenfalls mit von der Partie war das Team um **Inga Wolter**, die bei der Peter Schmidt Group als Creative Director zeichnet. Ziel der Neuvergabe ist es, die Etats des Tabakkonzerns bei einer Agentur zu bündeln, um die Prozesse zu vereinfachen und zu beschleunigen. Mit dem Auftragsgewinn ist auch das ITG-Mandat der Peter Schmidt Group gewachsen. Das Team um CD Wolter ist seither neben dem Packaging für alle ITG-Marken auch für das Branding zuständig. PSG ist seit Mitte der 80er-Jahre für mehrere Marken des Tabakkonzerns tätig, zunächst für die Hamburger Tochter Reemtsma und seit 2002 nach deren Übernahme durch ITG für den englischen Mutterkonzern. Aktuell arbeiten rund 30 Mitarbeiter für ITG. Laut Geschäftsführer Ade wird das Kundenteam weiter ausgebaut.

Im Wettstreit um kreative Köpfe wird PSG seit diesem Monat von **Jane Büring** unterstützt. Die 33-Jährige zeichnete als Human Resources-Managerin und ist hauptverantwortlich für das Recruitment und die Personalentwicklung an allen Agentur-Standorten. Sie arbeitet vom Hamburger Büro aus und kommt von Grabarz & Partner.



Quelle: Peter Schmidt Group

Seit diesem Monat an Bord: Jane Büring, Human Resources-Managerin bei der Peter Schmidt Group

Die Hansestadt beschäftigt mehr als die Hälfte der PSG-Mannschaft und ist der Gründungsstandort der Agentur, die 1972 von Designlegende **Peter Schmidt** aus der Taufe gehoben wurde. Schmidt verließ die BBDO-Tochter 2006. "Der Hamburger Standort hat nach wie vor einen starken Bezug zu Gründer Peter Schmidt. Seine Ansichten prägen auch noch heute die Art, wie wir arbeiten. Dies gilt insbesondere für sein Ziel maximaler Klarheit im Ausdruck und die Reduktion auf das Wesentliche sowie seine Radikalität", sagt Ade. Das Hamburg-Team bildet auch das personelle Rückrad des Tokio-Büros, das seit etlichen Jahren für den Baumkuchenhersteller **Juchheim** mit Firmensitz im japanischen Kobe tätig ist. Während hierzulande Juchheim weder in den Regalen noch bei den Verbrauchern präsent ist, kennt die Süßwaren-Marke in Japan jedes Kind. "Die Produkte werden in Japan deutsch gelehrt und unter ihrem deutschen Namen in den zahlreichen Juchheim-Filialen angeboten", erklärt Ade.

Ein Kunde, der erst seit diesem Jahr auf der PSG-Referenzliste steht, ist die im hessischen Obertshausen ansässige **Karl Mayer Textilmaschinenfabrik GmbH**. Der Maschinenbauspezialist hat sich laut Geschäftsführer Ade aufgrund der Empfehlungen von zwei PSG-Bestandskunden für die Agentur entschieden. Das Team modernisiert auf Basis einer neuen strategischen Ausrichtung den stark im asiatischen Raum präsenten Markenauftritt.

Neben dem Neukundengeschäft konnte das Team kürzlich auch einen Award und vier Auszeichnungen beim 'Corporate Design Preis 2014' gewinnen. Den Award gab es für die Arbeit 'Linde Fascinating Gases'. "Wir hatten uns im vergangenen Jahr eine Award-Pause verordnet und keine Arbeiten bei Wettbewerben eingereicht – abgesehen von den Einsendungen für unseren Industriekunden Linde, der eine Teilnahme ausdrücklich wünschte. Seit 2014 reichen wir nun wieder verstärkt ein und wollen uns in den kommenden Jahren auf die oberen Plätzen der Kreativrankings vorarbeiten", so PSG-Chef Ade. Aber ausdrücklich nicht mit Goldideen, wie der Geschäftsführer betont. (mk)