



© Mindshare  
Nick Emery, Global CEO von Mindshare.  
Redaktion 12.03.2020

## Internationaler Erfolg für Mindshare

Die Nummer 1 unter den Agenturnetzwerken in der Warc-Media 100 mit den drei meist ausgezeichneten Kampagnen des Jahres 2019.

NEW YORK. Mindshare, das zu WPP gehörende Agenturnetzwerk, wurde in der Warc Media 100 als die Nummer 1 unter den Agenturnetzwerken eingestuft. Die Auszeichnung folgt auf ein herausragendes Jahr für Mindshare in 2019, darunter: Ernennung zum Cannes Lions Mediennetzwerk des Jahres; Gewinner von 51 Effies in 14 Märkten; Gesamtsieger der I-Com Data Creativity Awards; Gewinner der MMA Global Mobile Agency of the Year (3. Jahr in Folge); Gewinner der Auszeichnung Agency Network of the Year beim Festival of Media Global, Festival of Media APAC (4. Jahr in Folge) sowie der Tangrams und Campaign Asia AOTY Awards (5. Jahr in Folge); meistausgezeichnete Agentur bei den Adweek Media Plan of the Year Awards; Gewinner des Effectiveness Award beim Festival of Media LatAm und Gewinner von über 800 Auszeichnungen weltweit im Jahr 2019.

Mindshare räumte auch bei den Bewertungen der einzelnen Warc Media 100-Kampagnen ab, darunter die drei am meisten ausgezeichneten Kampagnen des Jahres 2019 rund um das Thema KI und Datenkreativität sowie 16 Kampagnen unter den ersten 100.

Die als Nummer 1 bewertete Kampagne war Monty: The World's First AI Predictive Commentator für Foxtel in Australien. Bei dieser Kampagne schuf Mindshare Sydney eine KI, die vorhersagen konnte, wann ein Wicket in einem Cricket-Spiel fallen würde, und nutzte dies als Aufhänger für gezielte Werbung, um die Zuschauerzahlen und Abonnements für das Cricket-Angebot von Foxtel zu erhöhen. Monty hat über 1.800 Wickets korrekt vorhergesagt und so für ein zweistelliges Wachstum der wöchentlichen Umsätze gesorgt.

Die Warc Media 100-Rangliste, Nachfolger des Gunn-Berichts, ist ein Maßstab für herausragende

Medienleistungen, der es Vermarktern ermöglicht, die Leistung von Agenturen mit der ihrer Konkurrenten zu vergleichen. Mindshare ist nicht nur die Nummer 1 unter den Medienagentur-Netzwerken, sondern auch die Nummer 2 (Shanghai), 3 (Sydney) und 4 (Mumbai) bei den Agenturniederlassungen. Darüber hinaus rangieren acht seiner Niederlassungen unter den 50 besten der Welt.

Um seine dominierende Position bei den Bewertungen abzurunden, belegten die Mindshare-Kunden KFC und Unilever jeweils die Plätze 1 für Marke und Werbeträger, während WPP zur Nummer 1 unter den Holdingunternehmen ernannt wurde.

Dazu Nick Emery, Global CEO von Mindshare: "Wir wussten immer schon, dass wir die beste Agentur weltweit sind, aber jetzt können wir es auch statistisch beweisen. Wir leben dafür, großartige Arbeit zu leisten und Spaß dabei zu haben. Ich könnte nicht stolzer auf unser gesamtes Netzwerk sein. Vielen Dank an alle unsere Kunden, die die Risiken mitgetragen haben. Wenn noch andere unkonventionelle Wege gehen möchten und unsere Werte wie Schnelligkeit, Teamarbeit und Provokation teilen, sind wir gerne für sie da." (red)