

Sapient stärkt mit Prinzregenten klassische Kreativkompetenz

Sapient setzt in Deutschland globalen Strategie-Fit um

München, 24. November 2009 – Sapient baut seine Markenkompetenz im Kreativgeschäft entscheidend aus. Mit der Übernahme des auf Markenkommunikation spezialisierten Teams der Prinzregenten aus den Bereichen Creative, Strategic Planning und Brand Relations werden klassische Kommunikationsdisziplinen gestärkt. Bereits im Juni dieses Jahres hatte die weltweit führende Interactive-Agentur Sapient die Nitro Group, ein globales Werbeagentur-Netzwerk, übernommen. SapientNitro, so die Firmierung seither, sorgte bei den diesjährigen Cannes-Awards mit der „Best Job in the World“-Kampagne für Furore als die am meisten ausgezeichnete Agentur der Welt. SapientNitro ist auf vier Kontinenten mit Büros präsent, so u.a. in den USA, England, Russland, China und Australien. In Deutschland jedoch ist das Kreativ-Netzwerk nicht vertreten. „Mit dem Team der Prinzregenten schließen wir die Lücke und setzen die neue Strategie jetzt konsequent in Deutschland um, einem der Kernmärkte für Sapient in Europa“, begründet Dr. Christian Oversohl, Senior Vice President und Sapient Europe Lead, die Entscheidung. „Die ausgewiesene Marken-Expertise des Teams versetzt Sapient in die Lage, die integrierte Multi-Channel-Strategie aus Marketing und Commerce in vollem Umfang zum Einsatz zu bringen“, ergänzt Wolf Ingomar Faecks, Vice President und Geschäftsführer von Sapient Deutschland. „Damit legen wir den Grundstein für eine multimediale Interactive-Agentur, die als Leadagentur auch die Markenführung verantwortet.“ Das Handelsgeschäft der Prinzregenten wird durch Sapient hingegen nicht fortgeführt.

Rasche Integration geplant

Die drei ehemaligen Managing Partner der Prinzregenten steigen als Direktoren in strategischen Positionen in Deutschland ein. Dabei wird Marko Prislin den Bereich Creative, Wolfgang Steiner das Strategic Planning und Stefanie Wagner-Fuhs das für Sapient neue Angebotssegment Brand Relations verantworten. Geplant ist, das Prinzregenten-Team als, so Faecks, „schlagkräftige, eingespielte Truppe“ möglichst schnell zu integrieren. Vom Standort München aus soll es in enger Vernetzung mit den Kollegen in Düsseldorf und auch London für bestehende und neue Sapient-Kunden aktiv werden. „Das erweiterte Angebot von Sapient wird bei vielen unserer Kontakte und früheren Kunden auf großes Interesse stoßen“, zeigt sich Stefanie Wagner-Fuhs, GWA-Vorstand und nunmehr Director Brand Relations bei Sapient, überzeugt. „Der grundlegende Wandel im Kommunikationsverhalten der Endkunden verlangt nach Antworten, die weit über klassische Werbeleistungen hinausgehen. Denn die beschallende Einbahnstraßen-Kommunikation verliert als Werbeform rapide an Bedeutung. Heute gilt es, hoch involvierte Beziehungsgruppen in einem ehrlichen Dialog für die Marke zu gewinnen.“

Pressekontakt:

Beate Keller
Sapient
+49 89 55 29 87-111
bkeller@sapient.com

Martin Ebert
Text 100
+49 89 998370-34
martin.ebert@text100.de

Sapient GmbH

Kellerstr. 27
81667 München
Deutschland

tel: +49 89 55 29 87-0
fax: +49 89 55 29 87-100

Kommunikation ist Marketing-Prozess

Vor dem Hintergrund des Strukturumbuchs der Branche hatten die Prinzregenten Ende letzten Jahres begonnen, die Agenturstrategie in Richtung Digitalisierung zu verändern. „Was uns jedoch fehlte, war ein fundiertes Verständnis für Technologien und aufwändige

Commerce-Lösungen“, erklärt Wagner-Fuhs. „Als herkömmlicher Kommunikationsdienstleister konnten wir für Markenstolz sorgen, also die intuitive Begeisterung für eine Marke wecken, aber keine datenbasierte Transaktionsbeziehung aufbauen.“ „Dialog, Self Service und Verkauf brauchen jedoch technologische Plattformen“, weiß Geschäftsführer Faecks, „um eine effiziente Steuerung und vor allen Dingen Messbarkeit zu ermöglichen. Auf diese Weise kann die Markenkommunikation wichtige Impulse für die Prozessentwicklung in Unternehmen liefern.“ In den ersten Gesprächen zwischen Sapient und den Prinzregenten wurde der strategische Fit daher sehr schnell deutlich. „Die Prinzregenten bringen ein substantielles Verständnis für Markenführung ein, das das bestehende Leistungsportfolio von Sapient ideal abrundet“, so Wolf Ingomar Faecks. „Und im Gegenzug geben wir ihnen das technologische Agenturumfeld, das die Kommunikation der Zukunft bestimmen wird.“ „Denn“, ergänzt Stefanie Wagner-Fuhs, „mit klassischer Kommunikation allein wird keine Agentur der Welt mehr einen Blumentopf gewinnen.“

Über Sapient

Sapient (NASDAQ:SAPE) zählt zu den weltweit größten Interaktiv-Agenturen. Durch die Kombination von Strategie, Kreativität und Technologie kreiert das Unternehmen intensive Marken-Erfahrungen über alle Kanäle, die zu profitablen Endkundenbeziehungen und Umsatzwachstum führen. Unter anderem arbeitet Sapient Interactive für folgende Marken: Times Online, MTV, BSKyB, Star Alliance, T-Home, O₂, Vodafone und Epson Europe. Der Sapient Hauptsitz befindet sich in den USA, Boston, Massachusetts. Sapient ist weltweit gut aufgestellt: Mit Standorten in Nordamerika, Europa und Asien und in Deutschland mit Büros in Düsseldorf und München. Weitere Informationen zu Sapient finden Sie auch unter: <http://www.sapientinteractive.de>

Pressekontakt:

Beate Keller
Sapient
+49 89 55 29 87-111
bkeller@sapient.com

Martin Ebert
Text 100
+49 89 998370-34
martin.ebert@text100.de

Sapient GmbH

Kellerstr. 27
81667 München
Deutschland

tel: +49 89 55 29 87-0
fax: +49 89 55 29 87-100