

# Euro RSCG Worldwide

---

03.01.2007 - 10:06 Uhr

## Euro RSCG Worldwide von Campaign zum Werbenetzwerk des Jahres 2006 gewählt

New York (ots/PRNewswire) -

- Agenturleitung für schnelle, umfassende Umstrukturierung des grössten Werbenetzwerks der Welt ausgezeichnet

Euro RSCG Worldwide wurde zum ersten Mal in der Geschichte der Agentur von Campaign, einer der grössten und angesehensten Publikationen der Werbebranche in Grossbritannien und in der Welt, zum "Advertising Network of the Year" gewählt. Die Agentur erhielt diese Auszeichnung für ihre Führungsqualitäten und ihre eindrucksvolle Erfolgsserie bei der Gewinnung von neuen Geschäftskunden auf der ganzen Welt.

"Es ist eine grosse Ehre für uns, von einer der prestigeträchtigsten Publikationen der Werbebranche gelobt zu werden. Diese Auszeichnung stellt eine fantastische Wertschätzung der harten Arbeit unserer 10.000 weltweiten Mitarbeiter dar und bestätigt unsere erreichte Position als eine der grössten und kreativsten Agenturen der Welt", sagte David Jones, Global CEO von Euro RSCG Worldwide.

In den vergangenen 18 Monaten hat Euro RSCG Worldwide ein Wachstum seines Neugeschäfts in Höhe von 3 Mrd. USD in der Form von hart umkämpften neuen Werbekunden sowie der Erweiterung von existierenden Werbepartnern verzeichnet. Mit der Gewinnung des globalen Jaguar Werbeauftrags und des Charles Schwab Geschäfts im Jahr 2005 begann Euro RSCG eine Erfolgsserie, zu der die globale Werbetätigkeit für Reckitt Benckiser, Veolia und sanofi-aventis (die schnell zu einem der drei grössten Kunden der Agentur wurden) sowie EDF Energy in Frankreich, Alcatel-Lucent, Danone, Disney Theme Parks, LG, Harley-Davidson und Dell gehören. Die Werbeaufträge für Novartis, Schering-Plough und Vivendi wurden allesamt beträchtlich erweitert.

"Wir fühlen uns sehr geehrt, dass unser Erfolg sowohl von Mitbewerbern als auch von den Medien anerkannt wird", bemerkte Mercedes Erra, Executive Co-Chairman von Euro RSCG Worldwide. "Unser Ziel besteht darin, unsere Kunden allen voran in die Zukunft zu führen, und in diesem Sinne unternehmen wir grosse Anstrengungen bei der sich fortwährend entwickelnden Suche nach der nächsten grossartigen Idee, welche die Marken unserer Kunden, sowie unsere Agentur weiter voranbringen wird."

Die Future First Initiative unterstreicht das Engagement von Euro RSCG Worldwide für die Konzentration auf die zukünftigen Anforderungen von Verbrauchern und die Prognose von Trends im Gegensatz zur ausschliesslichen Verfolgung der derzeit gängigen Meinung.

Euro RSCG war nach dem von P&G geförderten Gunn Report erneut in der Liste der 10 preisgekröntesten TV-Werbespots der Welt vertreten. Dies ist bereits das vierte Jahr in Folge, in dem Euro diese Ehre zuteil wurde. Euro ist damit eine von nur zwei Agenturen, die bisher jedes Jahr auf der Liste erschienen sind.

"Dies ist eine tolle Nachricht zum Ausklang des Jahres", sagte Stephane Fouks, Executive Co-Chairman von Euro RSCG Worldwide, "und ein Hinweis auf die Ziele, die wir im nächsten Jahr verfolgen

möchten."

Euro RSCG Worldwide ist eine führende, integrierte Agentur für Marketingkommunikation mit 233 Niederlassungen in 75 Ländern Europas, Nordamerikas, Lateinamerikas und Asiens. Euro RSCG bietet ihren internationalen, regionalen und lokalen Kunden Dienstleistungen in den Bereichen Werbung, Marketing, Unternehmenskommunikation und interaktive Lösungen. Zu den Agenturkunden zählen Airbus, Air France, BNP Paribas, Capgemini, Charles Schwab, Danone Group, Diageo, IBM, Jaguar, L'Oreal, LVMH Louis Vuitton, PSA Peugeot Citroen, Reckitt Benckiser, sanofi-aventis, Schering-Plough, Verizon und Volvo. Euro RSCG Worldwide hat seinen Hauptsitz in New York und ist der grösste Geschäftsbereich von Havas, einem der weltweit wichtigsten Unternehmen im Kommunikationsbereich (Euronext Paris SA: HAV.PA).

Pressekontakt:

Jonathan Sanchez von Euro RSCG Worldwide, +1-646-206-4653,  
jonathan.sanchez@eurorscg.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100006230/100522294> abgerufen werden.