

13.04.2022 – 03:37 Uhr

STAGWELLS (STGW) FORSMAN & BODENFORS HOLT ERIC ZUNCIC IN DAS GLOBALE FÜHRUNGSTEAM

New York (ots/PRNewswire) -

Ex-DDB-Strategiechef wechselt als Geschäftsführer zu F&B, um neue Möglichkeiten an der Schnittstelle von Wirtschaft und Kreativität zu erschließen

Das globale Kreativkollektiv Forsman & Bodenfors gab heute die Ernennung des ehemaligen DDB Chief Strategy Officer Eric Zuncic zum Global Managing Director in seinem Führungsteam bekannt. Er wird Ende April seine Tätigkeit aufnehmen und an Toby Southgate, Global CEO, berichten.

Zuncic übernimmt eine neue Rolle für die Agentur, die mit Blick auf ihn und als Teil der einheitlichen globalen Strategie von F&B geschaffen wurde. Zuncic wird sich auf die Überschneidung von Geschäft und Kreativität konzentrieren und dazu beitragen, das Profil der Agentur weltweit zu schärfen und eine engere Zusammenarbeit zwischen den Büros und mit den Kunden zu fördern. Die Priorität von Zuncic liegt vor allem darin, noch wirkungsvollere Wege zu finden, um noch interessantere Probleme zu lösen.

„Ich habe immer an die Kreativität als Antwort geglaubt, aber die Frage ist wirklich, wie man das Problem definiert“, kommentierte Zuncic. „Wo kann Kreativität zu einem Wettbewerbsvorteil werden? Es kann sich um ein neues Geschäftsmodell oder eine neue Vertriebsmethode handeln oder darum, neue Zielgruppen zu erreichen, oder es kann eine unvergessliche Art der Kommunikation sein. Aber das Ziel ist dasselbe: kreativ zu denken, um die Art und Weise zu verändern, wie Menschen die Marke, das Produkt oder die Kategorie erleben. Das ist es, was mich immer neidisch auf F&B gemacht hat - ihre Geschichte der Nutzung von Kreativität im weitesten Sinne, um Unternehmen zu verändern - und ich freue mich darauf, dabei zu helfen, mehr von diesem Denken in die Welt zu bringen.“

Zuncics Hintergrund als ehemaliger Kunde und seine Erfahrung, Veränderungen im gesamten Marketingspektrum in einer Vielzahl von Agenturen voranzutreiben, machen ihn zum richtigen Mann für eine nicht-traditionelle Rolle in einer nicht-traditionellen Agentur. Er hat in den Bereichen Markenstrategie und -identität, Innovation, Markenerlebnis, Kommunikation und digitale Transformation für Marken wie Domino's, McDonald's, MolsonCoors, Infiniti, Pepsi, Method, Ben & Jerry's, die NFL, Kraft, American Airlines, GSK und Pernod-Ricard gearbeitet.

Die langjährigen Beziehungen von F&B zu Kunden wie Volvo, Goldman Sachs und P&G beruhen auf der Suche nach wirklich kreativen Lösungen für geschäftliche Herausforderungen, die über reine Werbung hinausgehen. Erics einzigartiger Hintergrund wird dazu beitragen, diese Beziehungen zu stärken und zu vertiefen und so mehr Möglichkeiten für *Ideen, die Dinge verändern*, zu erschließen.

„Ich habe mit einer kleinen Handvoll Menschen zusammengearbeitet, die nahtlos zwischen Kreativität und Geschäft wechseln können. Eric ist eines dieser seltenen Talente. Ich versuche schon seit zehn Jahren, wieder mit ihm zusammenzuarbeiten, und ich freue mich, dass er das nächste Kapitel von Forsman & Bodenfors mitschreiben wird“, so Toby Southgate.

Erics Karriere umfasst eine Zeit auf der Kundenseite als Marketer bei GEICO und Unilever sowie einen Harvard MBA, wo er mit den Gründern von Mekanism zusammenarbeitete, um den Weg von der Produktionsfirma zur Full-Service-Agentur zu ebnen. Nach einer Tätigkeit bei der Brand Union von WPP schloss er sich den Gründern von Mekanism an, um beim Aufbau und Wachstum dieses modernen Agenturmodells mitzuwirken. Außerdem war er Chief Strategy Officer bei Crispin Porter + Bogusky, bevor er 2017 als North America Chief Strategy Officer zu DDB kam. Im Laufe seiner Karriere hat er preisgekrönte, geschäftsfördernde Beziehungen in Dutzenden von Kategorien sowie mehrere globale, integrierte Pitches und Beziehungen auf der Ebene der Omnicom- und WPP-Gruppe aufgebaut, gewonnen und geleitet.

„Dies ist ein großes Jahr für uns alle bei F&B“, sagte Anna Qvennerstedt, Werbetexterin und Global Creative Chairman. „Wir sind bereit, unsere F&B-Geschichte auf die richtige Art und Weise in die Welt zu tragen. Die Aufgabe des globalen Teams besteht darin, den Menschen zu helfen, die beste Arbeit ihrer Karriere zu leisten. Erics Rolle wird dazu beitragen, unseren eigenen Wandel zu beschleunigen und uns näher an unsere Kunden und ihre Marken heranzubringen als je zuvor.“

Forsman & Bodenfors ist eine Agentur innerhalb von Stagwell, dem globalen Herausforderernetzwerk, das das Marketing verändern will.

Informationen zu Forsman & Bodenfors

Forsman & Bodenfors ist ein globales Kreativkollektiv mit weltweit 500 Mitarbeitern in Büros in Göteborg, New York, Stockholm, Toronto, Montreal und Shanghai. Zu den weiteren Marken der F&B-Gruppe gehören F&B Happy, eine erstklassige Agentur für Markenstrategie und Design, F&B Inhouse, die sich auf maßgeschneiderte digitale Ökosysteme konzentriert, F&B Daily, die Agentur für digitale, soziale und redaktionelle Aktivitäten, und F&B Studios, eine Full-Service-Produktionsagentur.

Informationen zu Stagwell

Stagwell ist das Challenger-Netzwerk, das gegründet wurde, um das Marketing grundlegend zu transformieren. Wir liefern skalierbare kreative Leistung für die ehrgeizigsten Marken der Welt und verbinden kulturbewegende Kreativität mit Spitzentechnologie, um die Kunst und Wissenschaft des Marketings in Einklang zu bringen. Unter der Leitung von Unternehmern sind unsere über 10.000 Spezialisten in über 34 Ländern unter einem einzigen Ziel vereint: die Effektivität zu steigern und die Geschäftsergebnisse für ihre Kunden zu verbessern.

Besuchen Sie uns unter www.stagwellglobal.com

pr@stagwellglobal.com

Kontakt:

Brandon Dixon

pr@stagwellglobal.com Foto - https://mma.prnewswire.com/media/1795354/Forsman_Bodenfors_Eric_Zuncic.jpg

Logo - https://mma.prnewswire.com/media/1586110/Stagwell_Logo.jpg

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100089844/100887850> abgerufen werden.