

PRESSE-INFORMATION

Mainz, 13. April 2010


Platz 29 unter den inhabergeführten Agenturen Deutschlands

BARTENBACH-Gruppe auf konstant hohem Niveau

Die Mainzer BARTENBACH-Gruppe steuert erfolgreich durch die weltweite Finanzkrise: Beide Unternehmen der Gruppe, d. h. sowohl die BARTENBACH AG als auch ihre 100-prozentige Tochter BARTENBACH Marketing Services, schlossen das vergangene Jahr – gegen den Branchentrend – nur mit einem leichten Umsatzminus von 2 Prozent ab. „Angesichts der schwierigen wirtschaftlichen Lage konnten wir das Rekordergebnis von 2008 nicht wiederholen, entgegen dem Trend halten wir uns jedoch auf konstant hohem Niveau“, freut sich Tobias Bartenbach, Gründer und CEO der Agenturgruppe. Der Gesamtumsatz der BARTENBACH-Gruppe beträgt nach eigenen Angaben 13,05 Millionen Euro (2008: 13,33). Damit behauptet sich der Mainzer Kommunikationsdienstleister weiterhin erfolgreich in der Branche: Mit ihrer Bilanz konnte sich die BARTENBACH AG erstmals auf Platz 29 der inhabergeführten Agenturen Deutschlands platzieren (2008: Platz 32). Auch im ersten Quartal 2010 setzte sich die positive Entwicklung durch lebhaftes Neukundengeschäft weiter fort.

Platz 29 unter den Top-50-Agenturen Deutschlands

Beim kürzlich veröffentlichten Ranking der größten inhabergeführten Kommunikationsagenturen 2009 erzielte die BARTENBACH AG mit Rang 29 die beste Platzierung der Unternehmensgeschichte. Die Mainzer werden damit von den Initiatoren, darunter die beiden führenden nationalen



Marketing-Fachpublikationen, erstmals unter den Top 30 gelistet (Quelle: Arbeitsgemeinschaft Rankingliste von GWA, Horizont und w&v).

Gründe für die Konstanz

Hauptgrund für die positive Entwicklung der Agentur-Gruppe ist das im vergangenen Jahr neu etablierte Unternehmensmodell der „Kreativen Kooperative“ und das lebhaftes Neukundengeschäft. 2009 konnten u. a. Neukunden wie Kia Motors, Messe München (Expo Real) und die Coface Arena (seitens BARTENBACH AG) sowie Renolit (Werbemittel Outsourcing) und Molkerei Zott (seitens BMS) als Kunden gewonnen werden.

„Ein weiterer Grund für unseren Erfolg 2009 ist auch, dass wir die Zusammenarbeit mit unseren Bestandskunden intensivieren konnten“, erklärt Tobias Bartenbach, CEO der BARTENBACH AG und Geschäftsführer von BMS. Insbesondere D&B Deutschland baute die seit 2008 bestehende Zusammenarbeit deutlich aus und zählt inzwischen zu den wichtigsten Kunden. Zugpferde des Erfolges bei BMS sind die Bereiche Werbemittel und Produktion.

Gewinn von Branchen-Awards

Und Qualität bekommt ihren Preis: Mit drei gewonnenen Awards konnte BARTENBACH im zurückliegenden Jahr einen weiteren Rekord aufstellen. Mit Bronze beim DDP Award, Silber beim Mailingtage Award und dem MKN Award gewann die „Kreative Kooperative“ gleich drei renommierte Auszeichnungen.

Ausblick auf 2010

„Die Vorzeichen für das Jahr 2010 stehen deutlich günstiger“, bestätigt Tobias Bartenbach, der als klares Ziel die Verbesserung der Rendite und ein



erneutes Wachstum ausruft. Man habe sich auf den Wunsch der Kunden – Maßnahmen noch stärker auf den Absatz zu fokussieren – eingestellt und sei für den Aufschwung gerüstet. Erste Erfolge konnten bereits mit dem Gewinn der Neukunden Nürburgring (Online-Etat), Deutsches Weininstitut (Online-Shop) und HUMAX (Händler-Portal) sowie der Shortlist-Platzierung beim GWA Production Award verbucht werden.

59 Zeilen à ca. 65 Zeichen (3.293 Zeichen)



Die **BARTENBACH AG** ist die erste Kreative Kooperative in Deutschland und mit über 65 Mitarbeitern einer der größten Kommunikations-Dienstleister am Standort Mainz. Kernkompetenz der Kreativen Kooperative ist konsequent integrierte Kommunikation, die durch die interdisziplinäre Aufstellung der Teams und medienübergreifende Konzeption entlang der kreativen Leitidee gewährleistet wird.

Die inhabergeführte GWA-Agentur BARTENBACH AG bietet das gesamte Leistungsspektrum der kreativen Wertschöpfungskette inhouse und betreut u. a.: 1. FC Kaiserslautern (Sport), ALMiG Kompressoren (Technik), ANZAG (Pharma), BEOS (Immobilien), Bonnfinanz (Finanzdienstleistungen), Coface Deutschland (Finanzdienstleistungen), Coface Arena (Sport), D&B Deutschland (Informationsdienstleistungen), DA Direkt (Versicherungsdienstleistungen), DURAN Group (Laborglas), F. W. Langguth Erben (Weinkellerei), Iberostar Hotels & Resorts (Touristik), International Building Products (Verbindungstechnik), Kia Motors Deutschland (Automobil), Importhaus Wilms (Food), Messe München (Expo Real), Labpoints (Kundenbindungsprogramm), Novo Nordisk (Pharma), Sander Gourmet (Gastronomie), Springer Fachmedien (Verlagswesen), Stadtwerke Mainz (Real Estate), Steigerwald Arzneimittelwerk (Pharma), ZIMBO (Food).

Weitere Informationen unter www.bartenbach.de

BARTENBACH Marketing Services bietet Marketing-Dienstleistungen in den Bereichen Personal-Promotions, Werbemittel und Produktion. Zu den Referenzen des 2001 gegründeten Unternehmens zählen u. a. Abbott, DELL, Deutsche Vermögensberatung, Ditsch, Diversa Spezialitäten, Dr. Oetker, Global Beam, Iberostar Hotels & Resorts, 1. FC Kaiserslautern, Kia Motors, Neckermann Reisen, Nestlé Deutschland, Maxxium, Pflaums, Rotkäppchen Peter Jülich, Saupiquet, SCHOTT, Sparda Bank Südwest, Spezi Markenverband, Twentieth Century Fox, Vivesco Apothekenverband und das ZDF.

BARTENBACH Marketing Services ist ein Tochterunternehmen der BARTENBACH AG. Standort beider Unternehmen ist Mainz.

Weitere Informationen unter www.service-bartenbach.de

Pressekontakt

Johannes Schurz • PR Consultant
BARTENBACH AG • An der Fahrt 8 • 55124 Mainz
Telefon: 0 61 31/910 98-120 • E-Mail: johannes.schurz@bartenbach.de

Diana Rieth • Senior PR Consultant
BARTENBACH AG • An der Fahrt 8 • 55124 Mainz
Telefon: 0 61 31/910 98-112 • E-Mail: diana.rieth@bartenbach.de

