

Pitchsieg: gyro München sichert sich internationalen Google-Etat

06.04.2017, 11:44 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: gyro

Presseagentur: cocodibu GmbH



Google entscheidet sich für gyro

München, 06. April 2017 – Google entscheidet sich für gyro: Der Konzernriese engagiert für seine neue internationale Kampagne den deutschen Arm der globalen B2B-Agentur in München. Die Agentur unter der Leitung von Claudia Leischner setzte sich in einem EMEA-weiten Pitch unter anderem gegen DDB Adam & Eve, London, durch.

gyro München verantwortet nun die „Game on“-Kampagne 2017, die in 64 Märkten in EMEA und APAC angelaufen ist. Der Wettbewerb richtet sich dabei an Google-Partner, die motiviert werden sollen, Neukundenumsätze im Bereich Adwords auszubauen. Die Kampagne startete mit einem breiten Media-Mix: Landingpages, Launch-Videos, Social Media, Events, Dialogmaßnahmen und unterstützendes Verkaufsmaterial. gyro München verantwortet als Lead-Agentur die strategische Ausrichtung sowie die Kreation und orchestriert alle anderen beteiligten Agenturen. Das Agenturteam führen Claudia Leischner, General Manager, und Jürgen Nedebock, Executive Creative Director. Der Pitch fand bereits im August 2016 statt, gelauncht wurde die Kampagne im Frühjahr 2017.

Bereits 2015 setzte die Münchener Agentur für das US-amerikanische Unternehmen eine Kampagne in der DACH-Region um: gyro entwickelte die weltweitwachsen.de-Kampagne weiter, eine Aktivierungskampagne an den deutschen Mittelstand, Google's Angebot zur Unterstützung der Digitalisierung im eigenen Unternehmen anzunehmen – und damit Exportchancen auszubauen.

„Dass wir uns über den Pitchsieg freuen, wäre glatt untertrieben. Immerhin gilt Google – je nach Studie – als die wertvollste Marke der Welt. Und wer schon einmal für Google gearbeitet hat, weiß, dass der Anspruch an Digital und Kreation extrem hoch ist - Agenturen dürfen also mutig sein“, so Claudia Leischner, General Manager bei gyro München.

Portrait

Über gyro

gyro ist das weltweit führende Netzwerk im B2B-Bereich. 700 kreative Köpfe haben sich zum Ziel gesetzt, Marketingkonzepte zu entwickeln und dabei den Menschen – vor allen Geschäftsentscheidungen - in den Mittelpunkt zu stellen. Sie sind an 16 Standorten über alle Kontinente hinweg vernetzt. Auf internationaler Ebene arbeitet gyro beispielsweise für Kunden wie Abbott, Deloitte, FedEx, HP, Kimberly-Clark, L'Oreal, SAP, USG oder Virgin Atlantic . gyro ist von der Fachzeitschrift Advertising Age im US-Ranking der „Top 50“-Agenturen gelistet und außerdem zur BtoB-Agentur des Jahres gekürt. 2016 erhielt gyro auch die Auszeichnungen „Agentur des Jahres“ der international Business-Marketing-Association sowie „Large Agency of the Year“ des BtoB-Magazins. Der globale Ideen-Shop wurde mehrfach prämiert, gewann zahlreiche International BMA B2B Awards und erhielt Auszeichnungen beim Clio und NY Festival.

gyro ist Teil des Dentsu Aegis Network. Der deutsche Standort in München wird von Claudia Leischner als General Manager und Jürgen Müller-Nedebock als Executive Creative Director geführt. Zum Kunden-Portfolio von gyro München zählen u. a. Amway ,eBay, FedEx, Google DACH/EMEA/APAC, HP inc. Europe, Roche, Oxford, Telefonica O2 und VHV Versicherungen.

Weitere Informationen über gyro finden Sie auf der Homepage unter www.gyro.com und über gyro München unter www.instagram.com/gyromunich/

News-ID: 946310 • Views: 1102 (Stand: 02.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/946310/Pitchsieg-gyro-Muenchen-sichert-sich-internationalen-Google-Etat.html>