

## PRESSEMITTEILUNG

### Harte Währung: Omnicom Media Group hebt Kampagnenoptimierung mit den Abverkaufsdaten von Circana auf ein neues Level

**Kampagnenoptimierung neu definiert: Die Zusammenarbeit mit dem Consumer Analytics-Experten ermöglicht die Optimierung von Kampagnen nach Umsatzpotenzialen – neben den Media-KPI's.**

Düsseldorf, 07. Oktober 2025: Die Omnicom Media Group setzt neue Maßstäbe in der Kampagnenoptimierung, indem sie mit Circana, einem führenden Anbieter prädiktiver Verbraucheranalysen für Konsumgüter und Einzelhandel, zusammenarbeitet. Zusätzlich zu traditionellen Media-KPIs wie Awareness oder Werbeerinnerung, optimiert Omnicom Media Group Produktkampagnen nun auch nach ihrem tatsächlichen Umsatzpotenzial. Dies wird durch den Zugriff auf von Circana erhobene granulare Abverkaufsdaten des stationären Handels ermöglicht.

Circana erfasst die Verkäufe von tausenden Produkten aus hunderten Kategorien, die von führenden stationären Einzelhändlern, Tankstellen, Drogerien und Fachmärkten in Deutschland verkauft und für mehr als 4000 Postleitzahlgebiete analysiert werden.

Diese Abverkaufsdaten werden dann in OMNI, der Marketing-Technologieplattform der Omnicom Media Group, eingespeist und generieren – zusammen mit beispielsweise Wetter- oder Lagerbestandsdaten anderer Datenpartner – automatisch Werbekampagnen für die Regionen mit dem größten Umsatzpotenzial.

OMNI ist die offene Marketing-Technologieplattform der Omnicom Media Group, mit der auf globaler Ebene Marketingkampagnen auf Effizienz analysiert, geplant, umgesetzt und optimiert werden.

Ein Beispiel verdeutlicht die Wirksamkeit: Eine Eismarke erzielt im Schwarzwald gegenüber anderen Regionen laut Circana-Abverkaufsdaten trotz sommerlicher „Speiseeis“-Temperaturen unterdurchschnittliche Umsätze. Auf Basis dieser Insights von Circana sowie von Wetter- und Geo-Targeting-Informationen wurde eine performanceorientierte Kampagne gestartet, die zu einem zweistelligen prozentualen Umsatzanstieg führte. Das Beispiel zeigt, wie Technologie, Medienkonsum und Daten zum Verbraucherverhalten erfolgreich integriert werden können, um messbare Ergebnisse entlang der gesamten kreativen Wertschöpfungskette zu erzielen.

Die Zusammenarbeit mit Circana ist aus dem kontinuierlichen Screeningprozess der Omnicom Media Group hervorgegangen. In diesem Rahmen identifiziert die Omnicom Media Group seit Jahren regelmäßig relevante Partner- und Startup-Lösungen aus den Bereichen Adtech, Martech und Mediatech. Diese etablierte Vorgehensweise bildet die Grundlage für OMG Origin, das im September 2025 als spezialisierte Venture-Clienting-Einheit gestartet ist.

„Die Partnerschaft ermöglicht es uns, absatz- und umsatzoptimierte Kampagnen umzusetzen und Media nicht nur auf Marketing-KPIs, sondern auch auf wirtschaftliche KPIs nachweislich zu optimieren“, erklärt Matthias Cada, Managing Director von Annalect. „In einer Welt, in der Marketingbudgets immer mehr unter Druck stehen, ist dies ein entscheidender Vorteil.“

Gordon Eldrett, Vice President of Media, EMEA bei Circana, ergänzt: „Wir freuen uns sehr über die Partnerschaft mit der Omnicom Media Group und darüber, unsere detaillierten Verkaufsdaten direkt in deren programmatische Plattform einzubinden. Durch die Zusammenarbeit beweisen wir weiterhin, dass die Wirksamkeit von Kampagnen gesteigert werden kann, wenn die Planung auf tatsächlichen Verkaufsdaten und Insights basiert.“

### Über Circana

Circana ist ein führender Anbieter von Technologie, KI und Daten für Konsumgüterunternehmen, Hersteller langlebiger Güter und Einzelhändler, die ihre Geschäftsabläufe optimieren möchten. Die prädiktiven Analysen und Technologien von Circana ermöglichen es Kunden, ihren Marktanteil zu messen, das zugrunde liegende Verbraucherverhalten zu verstehen und ihr Wachstum zu beschleunigen.

Die Liquid Data®-Technologieplattform von Circana basiert auf einem umfangreichen, erstklassigen Datensatz und intelligenten Algorithmen, die auf Basis von sechs Jahrzehnten Fachwissen trainiert wurden. Mit Circana können Kunden sofort Maßnahmen ergreifen, um ihre Wachstumsstrategien in einer zunehmend komplexen, schnelllebigen und sich ständig verändernden Wirtschaft zukunftssicher zu machen und weiterzuentwickeln.

[www.circana.com](http://www.circana.com)

### Über Omnicom Media Group Germany

Die Omnicom Media Group Germany zählt mit ihren Media- und Kommunikationsagenturen OMD, PHD, Hearts & Science, PION3ERS, OMG FUSE, Team X, OMG Outcomes sowie den Technologie- und Beratungsunternehmen TRKKN, Annalect und bynd zu den erfolgreichsten und am stärksten wachsenden Kommunikationsnetzwerken in Deutschland.

Die Omnicom Media Group übersetzt weltweit die individuellen transformativen Kundenbedürfnisse in neue, einzigartige und flexible Kommunikationslösungen – getreu der Mission: WE TRANSFORM EXPERIENCES.

2023 und 2024 wurde Omnicom Media Group Germany vom Fachmagazin Werben & Verkaufen zur „Mediaagentur des Jahres“ gewählt.

In Deutschland arbeiten an sieben Standorten mehr als 2000 Menschen aus mehr als 50 Nationen in über 150 verschiedenen Berufsbildern mobil, flexibel und vertrauensvoll zusammen. Das Bekenntnis zu Wachstum und Leistung wird in der gesamten international aufgestellten Agenturgruppe genauso gelebt wie Vielfalt, gegenseitige Wertschätzung, Vertrauen und Diversität. Hierzulande werden insgesamt 200 namhafte nationale und internationale werbungstreibende Unternehmen in den Bereichen Strategie, Kommunikation, Mediaplanung und -einkauf sowie Optimierung betreut.

Die Omnicom Media Group Germany ist Teil der Omnicom, einer weltweit führenden Kommunikations-, Werbe- und Marketingdienstleistungsgruppe.

[www.omnicommediagroup.com/markets/germany](http://www.omnicommediagroup.com/markets/germany)

**Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:**

Antje Burda Omnicom Media Group Germany

Director Corporate Communications

Mobil +49 171 6244317

E-Mail: [Antje.Burda@omnicommediagroup.com](mailto:Antje.Burda@omnicommediagroup.com)