

Performance Marketing

My Media Group übernimmt Mehrheit an der Peak Ace AG

Die französische **My Media Group**, ist nun auch in Deutschland aktiv. Die Digitalagentur-Gruppe hat 51 Prozent der Aktien an der Berliner Performance-Marketing-Agentur **Peak Ace AG** übernommen und starten damit ihre internationale Expansion.

Die von CEO **Bastian Grimm** und **Marcel Prothmann** (Director Performance Advertising) geführte Peak Ace AG gehört seit längerem zu den Blue Chips im deutschen Performance Marketing-Sektor. 2007 als sogenannte Paid Search-Agentur unter dem Namen Ads2People gegründet, vollzog die Agentur im August 2014 ein Re-Branding in Peak Ace AG – gepaart mit der Weiterentwicklung zur Full-Service-Performance-Marketing-Agentur. In den Folge-Jahren wurde Peak Ace regelmäßig bei unterschiedlichen Analysen von Digital Awards als eine der schnellst wachsenden Tech-Companies ausgezeichnet. Im März 2018 standen erstmals 100 Beschäftigte auf der Pay-roll, im April 2018 trat Peak Ace der Dall Int. (Digital Alliance International) bei (dahinter verbirgt sich eine Allianz unabhängiger Online-Marketing-Agenturen in Europa).

Das heute 110 köpfige Peak Ace-Team entwickelt Performance-Marketing-Lösungen in mehr als 20 Sprachen und betreut Kunden wie die Otto-Gruppe, den TÜV Süd, die A&O Holdels, Airbnb, die Schülertilfe oder die französische Kosmetik-Kette Sephora.

Der neue Mehrheitseigner My Me-



Foto: Peak Ace AG



Foto: Peak Ace AG

Das Peak Ace-Führungs-Duo Bastian Grimm und Marcel Prothmann hat den Anschluss an die französische My Media Group vollzogen

dia ist nur drei Jahre älter und mit rund 130 Beschäftigten auch nur unwesentlich größer als die Peak Ace AG. 2004 in Levallois-Perret bei Paris gegründet, umfasst die Gruppe in Frankreich heute fünf Agenturen: neben My Media (verstet sich als Direct Response TV-Agentur) sind das die Kreativ-Agentur Eggs, die SEO-Agentur Search Foresight, die lokale Medien-Agentur GeoVista sowie wie Roik als weitere Direct Response TV-Agentur. Unter der Führung von Anthony Ravau, dem Chairman der My Media Group, ist in den letzten Jahren ein ehrgeiziges Expansionskonzept realisiert worden. Unter anderem sind fünf Agenturen in Frankreich übernommen und integriert worden. Nun steht für die finanzstarken Franzosen offenkundig die europaweite Expansion auf dem Programm.

Die My Media Group sieht sich als Medien-Unternehmen/-Agentur. In

2018 wurden immerhin 500 Kunden mit einem Medien-Budget von zusammengekommen mehr als einer Milliarde Euro betreut. Im Mittelpunkt des Leistungsspektrums steht das Thema E-Commerce. Auf der My-Media-Kundenliste stehen unter anderem Trivago, Groupon, Just Eat oder Vistaprint.

Die französischen Digital-Agenturen haben Deutschland in Sachen Expansion ganz ordentlich im Visier: So übernahm die **Webedia-Gruppe** Ende 2018 die Hamburger Influencer-Agentur **flow: fwd**. Im September 2018 erwarb die **Labelium-Gruppe** 51 Prozent an der Frankfurter Performance-Marketing-Agentur **Klickkonzept**. Last not least stieg die Web-Agentur-Gruppe **SOLI** im Sommer 2018 über ihre Tochter **Osudio** bei der Berliner Strategie-Agentur **CDLX** ein und hält nun 51 Prozent der Anteile. (ps)

Bleiben Sie auf dem Laufenden, folgen Sie uns auf Twitter unter  *@nbzwitscher*

oder Instagram  *@new_business_magazin*