

„Danke, Mittelstand“ – Start der Markenkampagne von Grant Thornton in Deutschland

Düsseldorf, 27. Juni 2022

Mit „Danke, Mittelstand“ startet Grant Thornton im Juni 2022 die erste Phase einer dreistufigen Kampagne, die Haltung und Wertschätzung kombiniert. Damit unterstreicht die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft – gerade in einer Zeit, in der der Mittelstand vor sozioökonomischen und politischen Herausforderungen steht – seine Position als verlässlicher Partner des deutschen und internationalen Mittelstands und würdigt die Rolle des Mittelstands als Motor der europäischen Wirtschaft.

Die erste Phase der Kampagne fokussiert sich auf die Werte, die Haltung, den Qualitätsanspruch und die hohe Kompetenz, die Grant Thornton seit mehr als sechs Jahrzehnten zu einer der Top Ten Prüfungs- und Beratungsgesellschaften Deutschlands machen. Überschriften wie „Ergebnisse statt Ego“, „Tacheles statt Taktik“ oder „Kompetenz statt Kompromiss“ geben Auskunft darüber, wie bei Grant Thornton gearbeitet, gehandelt oder gedacht wird. Kombiniert werden diese mit einem großen Danke an den Mittelstand.

„Unser Anspruch ist es, jeden Tag aufs Neue zu zeigen, dass wir den deutschen und internationalen Mittelstand leben und verstehen. 2020/21 war das erfolgreichste Geschäftsjahr unseres Unternehmens. Dies verdanken wir dem Vertrauen unserer Mandantinnen und Mandanten. Und wir bleiben auch in Zukunft dieser verlässliche Partner“, sagt Michael Häger, Vorstandsvorsitzender von Grant Thornton.

„Wir sind Mittelstandsverstehere, das ist Teil unserer Unternehmens-DNA. Ich freue mich, dass wir das mit ‚Danke, Mittelstand‘ auch jetzt deutschlandweit selbstbewusst zeigen“, so Prof. Dr. Gernot Hebestreit, Vorstand für Clients & Markets bei Grant Thornton.

Eine ganzheitliche Kampagne

Die Kampagne ist Teil der Unternehmensstrategie und adressiert Mandantinnen und Mandanten, Mitarbeitende sowie neue Talente.

Sie besteht aus insgesamt drei Phasen: Die aktuelle Imagekampagne mit Branding-Fokus, gefolgt von einer Imagekampagne mit Schwerpunkt auf Themen des Mittelstands und einer



aktivierenden Employer Branding Kampagne. Die beiden letztgenannten werden zeitversetzt im Herbst dieses Jahres beginnen.

Die Kampagne wurde gemeinsam mit der Agentur Stan Hema aus Berlin entwickelt.

Deutschlandweite Auspielung

Die Kampagne wird deutschlandweit an verschiedenen Kontaktpunkten zu sehen sein: Bei der Außenwerbung liegt der Schwerpunkt auf den Städten Berlin, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg und München. Anzeigen werden in der Tages- und Wirtschaftspresse, den Netzwerken Xing und LinkedIn sowie bei Google geschaltet.

Über Grant Thornton in Deutschland

Grant Thornton gehört zu den zehn größten Wirtschaftsprüfungsgesellschaften in Deutschland. Rund 1.500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betreuen an elf Standorten neben dem gehobenen Mittelstand auch börsennotierte Unternehmen. Das Prüfungs- und Beratungsunternehmen besteht aus den Geschäftsbereichen Audit & Assurance, Tax, Advisory, Business Process Solutions, Legal und Private Finance. Die Gesellschaft ist die deutsche Mitgliedsfirma von Grant Thornton International Ltd. Mit über 62.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in mehr als 140 Ländern berät das Grant Thornton Netzwerk Unternehmen auf der ganzen Welt
grantthornton.de

Pressekontakt

Susanne Gehrling
Head of Corporate Communications
+49 69 905598 617
susanne.gehrling@de.gt.com

Fragen zur Kampagne

Friederike Sophie Foitzik
Head of Brand Marketing
+49 30 890482 362
friederike.foitzik@de.gt.com