

Stellenmarkt ab Seite 10
Über 210 Jobs online

ABENTEUER OSTEUROPA

Lange war das Osteuropa-Geschäft der Verlage ein Rendite-Renner. Bis die Wirtschaftskrise die Bilanzen verhagelte. Lizenzgeschäfte, Verkäufe und Fusionen sollen jetzt das Business retten. **38**

429

67583 Gunterblum

Kreuzstr. 42

Herrn Oliver Bechler

GmbH

O. B. Session Marketing & Event

004001000159/3310

P 7786 PVSt Deutsche Post

Verlag W&V GmbH • Pt 14 02 20 • 80452 München

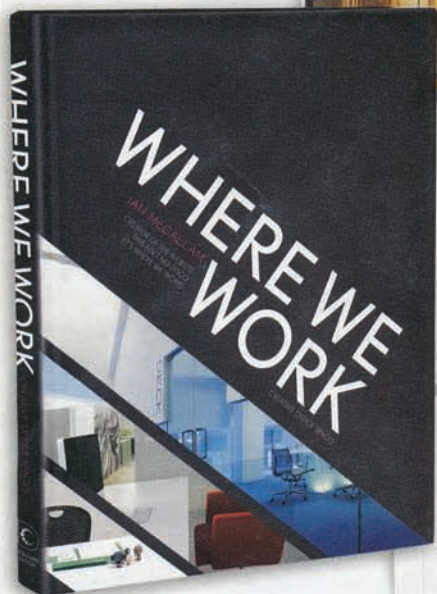
18 UNTERNEHMEN Telefonwerber suchen Wege aus Image

26 AGENTUREN Kreative befassen sich mit Product-Placem

48 DIGITAL Sprachführer durch die Buzzwords der Digi-Sz



AGENTUREN



Kreatives Innenleben

Der Australier Ian McCallam zeigt auf seiner Website die schönsten Agenturräume weltweit. Darunter neun deutsche.

Ian McCallam kennt sich aus, was Digitales betrifft. Seit zehn Jahren arbeitet der 31-Jährige in der Branche. Er hat Investmentbanker bei ihrer Online-Strategie beraten und zwischenzeitlich sogar eine eigene Agentur in London betrieben. Jetzt ist er in Australien mit den beiden Start-ups Sms Poll und Rayv beschäftigt. Und mit seinem persönlichen Projekt: der Website This Ain't No Disco, auf der er das Innenleben von 250 Agenturen in Bildern dokumentiert.

Wer auf Thisaintnodisco.com klickt, sieht Fotos von Empfangsräumen, Besprechungszimmern und Schreibtischen von Kreativen auf der ganzen Welt. „Ich habe Agenturräume immer bewundert“, sagt McCallam. 2007 hat er die Website auf den Weg gebracht. Zum Start seien es vier Agenturen gewesen, heute zähle seine Seite gut 100000 Besucher am Tag, erzählt er. Sein Projekt soll Agenturen und Designliebhabern als Inspirationsdien dienen. Das Prinzip ist einfach: Firmen können sich bei ihm bewerben und Bilder einreichen. Er wählt aus, welche vorgestellt werden. Zu den deutschen Agenturen, die es mit ihren Räumen online geschafft haben, gehören Blackbeltmonkey, Eins23.tv, LLR und Syzygy aus Hamburg, Bloom Project und Marx aus München, Jousen Karliczek in Schorndorf, Braue in Bremerhaven und die Düsseldorfer Parasol Island. Viel Geld muss McCallam laut eigener Aussage nicht in die Hand nehmen. Mit wenigen Werbeanzeigen seien die Kosten gedeckt. Ein bißchen Kohle bringe auch sein Buch, das er jüngst auf Basis der Website veröffentlicht hat.

AUFGEFALLEN

Event-Idee - Die Veranstaltungsagentur Obsession, Guntersblum, will Kunden mit einem neuen Incentive-Angebot überzeugen: Ferrari-Fahren. Wer seine Mitarbeiter mit einem Ferrari-Ausflug belohnen will, kann bei der Agentur bis zu 20 Sportflitzer auf einmal buchen. „Be a Ferrariisti“, heißt das Motto. *win*



Die Website Thisaintnodisco.com gefiel dem US-Verlag Harper Collins so gut, dass er daraus ein Buch machte.

ETATGEWINNE DER WOCHE

Yamaoka verführt zum Fremdgehen

Agentur: Yamaoka PR, Hamburg

Kunde: Ashley Madison, Kanada



Von Oktober an gibt es das umstrittene Dating-Portal Ashley Madison auch in Deutschland. Fremdgehwillige können hier nach einer Affäre suchen. Das Marketingbudget zum Start in Deutschland beläuft sich auf mehrere Millionen Euro. Yamaoka wird das Unternehmen bei Above- und Below-the-Line-Maßnahmen unterstützen.

Agentur: DNS, Hamburg

Kunde: TUI Leisure Travel, Hannover

Das TUI-Vertriebssystem überarbeitet seine Reisebüromarken First und Hapag Lloyd mit DNS.

Agentur: Ehrenberg, Lübeck

Kunde: Turku 2011 Foundation, Finnland
PR für die finnische Kulturhauptstadt 2011.

Agentur: Mediavest, Frankfurt

Kunde: Vivid, Nauheim

Der sechsstellige Mediaetat der Firma, die unter anderem Spielzeug herstellt, geht an Mediavest.

Agentur: Möller Horcher PR, Offenbach

Kunde: BVIK, Landsberg am Lech

Die Offenbacher übernehmen die PR für den Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.

Agentur: Uniplan, Köln

Kunde: Bridgestone Europe, Zaventem/Belgien
Nach einem Pitch betreut Uniplan den Messeauftritt von Bridgestone bei der IAA Nutzfahrzeuge.

Agentur: Vasata Schröder Florenz, Hamburg

Kunde: Texcus Europe, Braunschweig

Der Batteriehersteller lanciert eine neue Kampagne mit neuem Corporate Design und Slogan.