

TV-BUDGETS

25. Woche: 13.–23. Juni

Media-Markt passt sich dem Wetter an

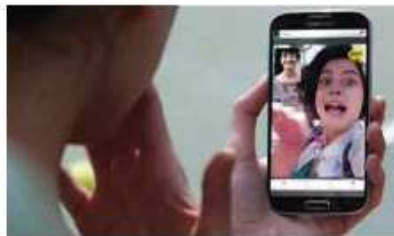
Die Top-Spender, die mit dem höchsten Werbedruck ins deutsche Fernsehen gestartet sind, ermittelt Ebiquity exklusiv für W&V.



2,05 Mio. €

Media-Markt

„So verrückt war der Sommer noch nie“
Kreation Ogilvy & Mather Ad., Frankfurt
Media Universal McCann



1,57 Mio. €

Telekom

„Erleben Sie die Faszination der digitalen Welt“

ETATGEWINNE

TV-Auftritt für Valmano

Für den Online-Schmuck- und -Uhrenversender realisiert Scholz & Friends eine TV-Kampagne.

| Denkwerk, Köln

Denkwerk hat den Relaunch-Etat für die Internet-Präsenz der Zwilling J.A. Henckels, Solingen, gewonnen. Die Agentur übernimmt die strategische Planung und Beratung zum Relaunch und überarbeitet Inhalte, Funktionen und Design der Websites.

| Faber & Marke, Dresden

Die Wirtschaftsförderung Erzgebirge und der Tourismusverband Erzgebirge haben Faber & Marke unter Vertrag genommen. Die Dresdner Werber sollen die Montanregion Erzgebirge kommunikativ dabei unterstützen, zum Unesco-Weltkulturerbe anerkannt zu werden. Vorausgegangen war ein Pitch mit fünf Agenturen. Faber & Marke entwickelt nun ein Tourismusmarketingkonzept. Die Vorstellung von Kampagnenmotiven ist für September geplant

| Heldisch, Berlin

Auch die Berliner Agentur Heldisch überzeugt mit ihrer Tourismuskompetenz: Sie verteidigte nach einer Ausschreibung den Etat von Atout France, der französischen Zentrale für Tourismus. Das berichtet der W&V-Schwesertitel *Kontakter*. Für 2014 ist ein Relaunch der Dachmarkenkampagne unter dem Motto „Urlaub ist ... Frankreich!“ vorgesehen.

| Lingner Marketing, Fürth

Die Agentur überzeugt nach einem Pitch die Marke Dr. Karg, bekannt für ihre Produkte auf Knäckebrötchen-Basis. Das Sortiment soll nun redesignet werden.

| Motor Kommunikation, Berlin

Der Etat von *P.M. History* liegt künftig bei Motor. Das Geschichtsmagazin lässt bei den Berlinern eine Printkampagne entwickeln. Sie bewirbt jeden Monat die neueste Ausgabe und läuft mindestens bis März 2014.

| OgilvyOne, Frankfurt

Roland Germany, ein weltweiter Hersteller und Anbieter von elektronischen Musikinstrumenten, hat seinen Etat OgilvyOne gegeben. Die Agentur startete mit der Entwicklung einer Branding- und Marketingstrategie. In einem ersten Projekt wurde ein Positionierungskonzept für Roland Corporate sowie diverse Produktmarken entwickelt. Weitere Maßnahmen sollen folgen.

| Scholz & Friends, Berlin

Valmano, ein Online-Schmuck- und -Uhrenhändler, arbeitet mit Scholz & Friends, Berlin zusammen. Die Agentur kreiert zur Markteinführung eine TV-Kampagne, die im August startet. *ph/kr*