

## Mindshare gewinnt Media-Etat von Playmobil

Eine erste Kampagne ist in Österreich bereits on air und umfasst einen Mix aus TV und Online-Bewegt看.

Bericht von Ralf Dziobowski

Mindshare hat sich in einem Pitch gegen namhafte Mitbewerber den Media-Etat der Spielzeugmarke Playmobil in 21 europäischen Märkten gesichert. Damit gewinnt die Media- und Marketingagentur einen weiteren Kunden für ihr 50-köpfiges International Competence Center (ICC) in Frankfurt.

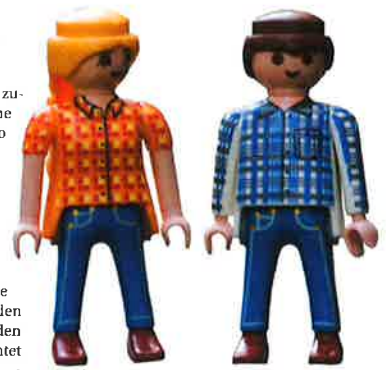
Playmobil, das seine Spielzeugfiguren in mehr als 100 Ländern verkauft, gehört zu den bekanntesten Spielzeugmarken der Welt und erzielte zuletzt einen Umsatz von 676 Millionen Euro. Für Mindshare ist der Etat-Gewinn ein großer Erfolg, bündelt Playmobil mit der Vergabe doch seinen Europa-Etat, der zuvor auf mehrere Dienstleister verteilt war, zum Beispiel auf Havas

in Großbritannien und Dentsu Aegis in Deutschland. Neben der D-A-CH-Region gehören die Länder Großbritannien, Frankreich, Italien, Spanien, Portugal, Polen, Tschechien, Ungarn, Griechenland, Niederlande, Belgien sowie die nordischen Länder (Dänemark, Finnland, Schweden, Norwegen) und das Baltikum (Estland, Litauen, Lettland) zum Aufgabengebiet.

„Wir freuen uns sehr darüber, die Traditionsmarke Playmobil medial – vor allem im TV – begleiten zu dürfen“, sagt Ursula Arnold, CEO Mind-share in Wien, die damit für

die Mediaplanung in Österreich zuständig ist. „Die erste Kampagne ist in Österreich bereits on air“, so Arnold auf HORIZONT-Anfrage.

Generell umfasse die Mediaplanung für die Marke „maßgeblich einen Mix aus TV und Online-Bewegt看 und läuft auf Kanälen für Kinder. Playmobil spricht mit seinen Produkten die Kinder als Zielgruppe an. Durch die unterschiedlichen Produkte werden die Kampagnen entsprechend den Zielgruppen über das Jahr gewichtet ausgespielt“, so Arnold weiter.



© pivena/stock.adobe.com

### Comeback der Milch in der Mehrwegflasche

Die Mehrwegflasche für Milch feiert nun auch bei Ja! Natürlich Comeback und wird von einer multimedialen Werbekampagne von Merlicek & Partner begleitet. Im Zentrum steht die neue Flasche „als unbestrittener Held“, so Merlicek und Partner. Zum Einsatz kommen ein Megaboard an der Wiener Mariahilfer Straße, Print-Motive und Hörfunk-Spots. Eine animierte, sich immer wieder auffüllende Milchflasche in Digital-Citylights und auf Online-Bannern soll den umweltfreundlichen Mehrweg-Kreislauf versinnbildlichen. „Milch wie anno dazumal. Dies ist gut für die Natur“, freut sich Martina Hörner, Ja! Natürlich-Geschäftsführerin. „Die grafisch reduzierte Werbelinie ist aufmerksamkeitsstark sowie Zeichen und Ausdruck der Wertschätzung des Grundnahrungsmittels Milch“, betont Franz Merlicek.

### Stargate Group gewinnt WinWin

Die Wiener Stargate Group ist nun auch Lead-Agentur von WinWin – einem Unternehmen von Casinos Austria und den Österreichischen Lotterien – und sorgt für einen Kampagnen-Relauch für den VLT (Video Lottery Terminals)-Anbieter. Die crossmediale Image- und Aktivierungskampagne ist seit März on air in Print, TV, Hörfunk und digitalen Medien. Das 30-köpfige Team der 1996 von Florian Halder und Harald Knoll gegründeten Stargate Group ist auf ganzheitliche, kompetenzübergreifende Werbelösungen spezialisiert. Das Portfolio umfasst alle Bereiche der Kommunikation, Kreation und des Live-Marketings. Zu den Kunden zählen Austrian Airlines, A1 Telekom, FACC, Immofinanz, McDonald's, Samsung, OMV, Volvo, Woman und viele andere mehr.

### SlopeLift gewinnt Leder & Schuh AG

Das Team der Performance-Marketing-Agentur SlopeLift verantwortet ab sofort die Suchmaschinenoptimierungen – in Österreich, Deutschland, der Slowakei und Tschechien – der Humanic- und Shoe4You-Mutter, Leder & Schuh AG, die in neun europäischen Ländern tätig ist. Darüber hinaus kümmert sich die Agentur um Kampagnenaussteuerung bei Google Ads in den Bereichen Search, Shopping und Display.

content day

100% Wissen zum Mitnehmen!  
19. Mai 2020 Salzburg

Jetzt Ticket für Österreichs größte Content-Konferenz sichern!

präsentiert von

www.CONTENTDAY.AT

punkt & komma

HORIZONT