

Reifenmarketing
Der Reifenhändler
Euromaster plant mit
einem Marketingbudget
im siebenstelligen
Bereich.

Euromaster: Startet demnächst wieder eine Kampagne.

K3 Pool Agentur

Euromaster bleibt beim Etathalter

Über einen Etat im siebenstelligen Euro-Bereich freut sich die **K3 Pool Agentur** aus Köln. Mit dem Etatgewinn behalten die Kreativen vom Rhein ihren Kunden **Euromaster**. In einem Pitch konnte sich die Agentur gegen vier Konkurrenten durchsetzen – Kontakter-Inforna-

tionen zufolge handelt es sich dabei um **Damm** aus Frankfurt, **Bartenbach & Co.**, Mainz, **Lissner Rappel**, München, und die Mannheimer Agentur **Schaller & Partner**. Das Unternehmen äußert sich zu der Entscheidung nicht, Marketingleiter **Joachim Schütt** war bis Redaktionsschluss nicht zu erreichen.

Mit dem Pitch und der Bestätigung des Etathalters will die **Michelin**-Firma frischen Wind in die Kommunikation bringen und dem Unternehmen einen neuen Markenauftritt verpassen. Über die Marke Euromaster ist der Reifenhersteller Michelin mit 350 Servicecentern in Deutschland vertreten. Mit dem Relaunch der Marke sollen künftig mehr Kunden in die Geschäfte gelockt werden. In der jüngsten Vergangenheit war Euromaster werblich nicht groß in Erscheinung getreten. *cob/lhe*



Kaiserberg Kommunikation

Stadtwerke wählen lokale Agentur

Vierer-Pitch
Im Wettbewerb um den
Etat der Stadtwerke
Duisburg hat sich Kaiser-
berg Kommunikation
gegen h2m, 230 Watt und
Gramm durchgesetzt.

Als Werbepartner für ihr Zukunftsprogramm **e²** haben die **Stadtwerke Duisburg** die ortsansässige Agentur **Kaiserberg Kommunikation** auserkoren. Die Duisburger gingen siegreich aus einem Agenturwettbewerb hervor, bei dem sie gegen die **h2m Kommunikations-Agentur**, Duisburg, **230 Watt** und die **Gramm Werbeagentur** in Düsseldorf angetreten waren.

Mit dem Zukunftsprogramm „e²“ wollen sich die Stadtwerke Duisburg von der Konkurrenz abheben. „e²“ steht dabei für Energieeffizienz. Die Verbraucher im Einzugsgebiet der Stadt sollen dadurch motiviert werden, sparsam mit Energie umzugehen. Duisburg will bei der effizienten Nutzung von Energie eine Vorreiterrolle in der Bundesrepublik einnehmen. Erste Aufgabe von Kaiserberg

Kommunikation war die Organisation eines Energieeffizientztages, bei dem Fachleute mit Vorträgen beispielsweise über Wärmedämmung informierten. Dies war jedoch erst der Anfang: Mit welchen weiteren Medien künftig geworben wird, stehe noch zur Debatte, sagte ein Sprecher der Stadtwerke. *gk*



Kaiserberg-Geschäftsführer: Klaus Arens und Mathias Berghaus.

NAMEN

Christian Frantz

Als Management-Supervisor hat **Christian Frantz** bei **Tribal DDB** in Hamburg angefangen. Der 39-Jährige betreut die Kunden Volkswagen und Montblanc. Zuletzt war der Marketing-Kommunikationswirt bei **AOL Deutschland** als Senior-Marketingmanager für das strategische Marketing mitverantwortlich.

A. Ewig/H. Fuhrken

Neue Geschäftsführer der **MRM Worldwide** in München werden zum 1. Oktober **Alexander Ewig**, 33, und **Hansjörg Fuhrken**, 43. Ewig war seit 2006 Marketingdirektor und Mitglied des Executive-Boards der **KlickTel AG**, Essen. Fuhrken hat unter anderem bei **WWL Internet**, **Lehr & Brose**, Hamburg, und **BMZ FCA**, Düsseldorf, gearbeitet. Zuletzt war er selbstständig in Hamburg/Berlin mit einer Sozietät für integrierte Kommunikationskonzepte tätig.

Stefan Golling

Die Düsseldorfer Agentur **Red Cell** hat einen neuen Kreativdirektor: **Stefan Golling**, 29, arbeitet bereits seit 2002 als Texter in der Agentur. Davor war er in Köln und München in der Werbung beschäftigt und bringt daneben Erfahrung aus seiner Zeit bei einem Stuttgarter Radiosender mit.

Hakan Günay

Hakan Günay, 35, gründet in München die Media-Agentur **Media & Things GmbH**, die auf Ethnomarketing und interkulturelle Kommunikation spezialisiert ist. Günay war zuvor vier Jahre bei der Werbeagentur **Karanga** als Media- und Creative Director tätig und Mitbegründer des Tochterunternehmens **Poster XXL**.