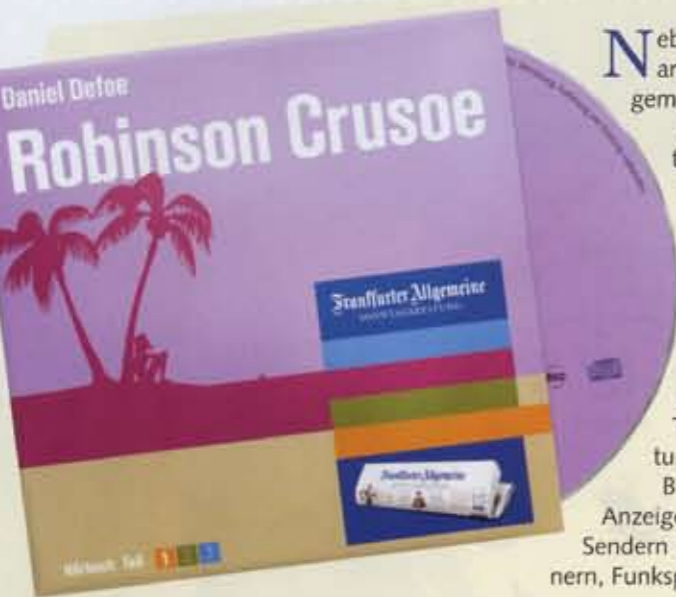


Der inspirierende Sonntag



Neben der Anzeigenkampagne für die Frankfurter Allgemeine Zeitung verantwortet Scholz & Friends nun auch die Kampagne für die Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung.

Der neue Markenauftritt soll dabei die Markenpositionierung im Zeitungsmarkt noch deutlicher machen: als die Inspiration am Sonntag. Ferner soll der neue Auftritt ermöglichen, daß die Wochenausgabe und die Sonntagsausgabe gemeinsam beworben werden können, z.B. am Point of Sale.

Um den Einzelverkauf weiter zu stärken, liegen seit dem 6. März vier spannende Klassiker der Jugendliteratur als Hörbuch auf CD der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung bei. Den Auftakt machte „In 80 Tagen um die Welt“, danach folgen „Die Schatzinsel“, „Robin Hood“ und „Robinson Crusoe“. Jedes der vier Hörbücher besteht dabei aus drei Teilen, die an drei aufeinander folgenden Sonntagen Bestandteil der Zeitung sind.

Bundesweit beworben wird die Kampagne seit dem 26. Februar – mit Anzeigen in Spiegel, Stern, Focus, Amica und Geo sowie mit TV-Spots auf den Sendern ARD und ZDF. Darüber hinaus wird die Kampagne von Plakaten, Bannern, Funkspots, Flyern und Aktionen am POS flankiert.

www.s-f.com

Werblicher Landeanflug

Die Billigfluglinie Easyjet ist jetzt auch auf Kaffeebechern gelandet. In Bäckereien in Dortmund, Duisburg, Essen, Hamm, Münster und Paderborn ist die Fluggesellschaft mit einprägsamen Claims präsent. „Cafe au lait. 26,99 Euro (Paris inklusive)“ lautet beispielsweise die Begleitmusik zum schnellen Kaffee zwischendurch. Die Idee stammt vom Berliner Unternehmen Amber Media, das seine Kreation gleich auf Amber Cup getauft hat. Erster Kunde ist Easyjet, der eine Kampagnenidee von Publicis, Berlin, auf rund 100.000 Kaffeebechern in rund 180 Bäckereien umsetzen ließ.

www.easyjet.com • www.publicis.com • www.ambermedia.de



Perfekt in Szene gesetzt

Glasklar und vielfältig sind die Vorteile der neuesten Glenfiddich-Promotions für die Gastronomie. Unter dem Motto „Perfekt serviert für stilvollen Genuß“ steht hierbei zum einen ein Aktionspaket mit zwölf Originalgläsern, 1.000 Servietten und einer hochwertigen Glenfiddich Wasserkaraffe zur Verfügung. Das Paket ermöglicht es, den Gästen Glenfiddich gemixt, pur, mit etwas Wasser oder auch als Essential Serve anzubieten. Besonders stilecht können Liebhaber so alle Nuancen und Aromen der Malt Whiskies sehen, riechen, schmecken und dabei ihren persönlichen Favoriten kennen lernen.

Die Locations für die zweite aktuelle Promotion sind Bars, Clubs und Hotels. Im Mittelpunkt dieser Aktion stehen die Originalgläser – bedruckt mit dem jeweiligen Logo des Betriebes. Ein exklusives Angebot, mit dem die Gastronomie in Sachen perfekter Service ein Zeichen setzen kann. Denn jeder servierte Whisky erhält so in den Augen des Gastes seine ganz persönliche Note.

www.glenfiddich.com



Lust auf Spargel



Bald ist es endlich wieder so weit: Das Königsgemüse hält Hofstaat. Von März bis Juni ist Spargel-Saison. Blanchet Blanc de blancs profiliert sich auch in diesem Jahr wieder mit einer attraktiven Spargel-Promotion im Handel. Von März bis Juni 2005 wird Deutschlands führende Weinmarke am POS das Thema Spargel & Wein auf attraktive Art und Weise wieder in den Mittelpunkt stellen und trägt zur diesjährigen Spargelsaison ein Gratis-Rezeptbuch in neuartiger und besonders aufmerksamkeitsstarker Verpackung bei. Dieser Flaschenanhänger enthält auf zwölf Seiten nützliche Tips und Tricks zum Thema Spargel sowie neue Rezepte aus der modernen Spargelküche.

POS-Maßnahmen mit Anregungen und neuen Ideen für die Küche liegen bei den Verbrauchern an der Spitze der Beliebtheitskala – so das Unternehmen. Attraktive Zweitplatzierungs-Displays, die ideal auch in jede Obst- und Gemüseabteilung passen, sorgen im Aktionszeitraum für starke Kaufimpulse.

www.blanchet.de

Happy Birthday

Bei Müller gibt es einen Grund zu feiern: Der Genuß aus Milch und Reis, die kleine sättigende Mahlzeit für zwischendurch, feiert ein bedeutsames Jubiläum – der Milchreis wird ein Vierteljahrhundert. Und natürlich feiert das Geburtstagskind mit weitreichender PR- und Werbepower, einer neuen TV-Kampagne sowie breit angelegten Promotion-Aktionen.

Auch im Müller Prämien Club gibt es ein einzigartiges Milchreis-Special: Wer von April bis Juni 60 Müller Milchreis-Deckel sammelt, qualifiziert sich damit für eines der 300 beliebten Original Steiff-Hungermännchen.

Im gleichen Zeitraum herrscht in Deutschland auch „Fruchtalarm“, denn es gibt den leckeren Froop Frucht auf Joghurt im 100g Probierbeche. Insgesamt stehen vier Geschmacksvarianten in einer sortierten 20er Steige dem Handel zur Verfügung: Erdbeere, Kirsche, Himbeere und Pfirsich-Maracuja. Also auf die Plätze, Löffel los und testen.

www.muellermilch.de

Wer fleißig löffelt, kann eines von 300 Steiff-Hungermännchen gewinnen.



Mousepads



Unser Programm lässt keine Wünsche offen:

- Formenvielfalt
- Produktvielfalt
- Top-Qualität



- Traditionell
- mit Flüssigkeit
- 3-D / Wechselbild
- Sonderformen

Octogone.
Werbung mit Fun

Sofort kostenlose Muster bestellen!

OCTOGONE GM
Danziger Str
D-79395 Neuenbu
Tel.: 07 631 805 89
Fax: 07 631 805 89
info@octogone.

