

13 Stellenanzeigen
Über 210 Jobs online

Werben & Verkauf

UNTERNEHMEN

Toyota: Händler sind von Werbekampagne genervt 30

AGENTUREN

Krise: Wie Werber jetzt Personalkosten drücken 40

MEDIEN

ProSiebenSat.1: Branche begrüßt neue Struktur



Die große UNSICHERHEIT

Was bringt das nächste Jahr? Eine ganze Branche ist beunruhigt und sucht nach Antworten 12

Wir werten Ihre Anzeigen
siehe

Schlagzeilen der Woche

Manfred Braun wird Vorsitzender des Zeitschriftenbereichs beim VDZ

Manfred Braun, Leiter des Zeitschriftenbereichs bei der WAZ-Gruppe, wurde als Nachfolger von Hans-Joachim Artopé, Geschäftsführer des Atlas-Verlags, zum Vorsitzenden des Fachbereichs Publikumszeitschriften beim VDZ gewählt. Im neu gewählten Vorstand sitzen jetzt unter anderem: Bernd Buchholz (Grüner + Jahr), Konrad Delius (Delius-Klasing-Verlag), und Rainer Esser (Zeitverlag).

Optimismus bei Axel Springer

Vorstandschef Mathias Döpfner sieht die Berliner Axel Springer AG („Bild“, „Welt“) angesichts eines geringen Schuldenstands gut gerüstet für das gegenwärtig schwierige Marktumfeld: „Noch nie war ein so geringer Schuldenstand so wertvoll wie jetzt“, sagte Döpfner. Der Springer-Konzern konnte im dritten Quartal die Verschuldung auf 405,1 Millionen Euro senken.

Unruhe bei Premiere

Die Gläubigerbanken von Premiere stellen Bedingungen für die Umschuldung. Sie erwarten eine Kapitalspritze des Großaktionärs News Corp. beziehungsweise Rupert Murdoch, schreibt die „Frankfurter Allgemeine Zeitung“. Vergangene Woche musste Vorstandsmitglied Hans Seger seinen Posten räumen.

Bertelsmann verdient weniger

Bertelsmann hat in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres Einbußen bei Umsatz und operativem Gewinn verbucht. Der Umsatz ging von Januar bis September um 0,7 Prozent auf 11,4 Milliarden Euro zurück. Das Ergebnis vor Steuern und Zinsen und ohne Sonderfaktoren sank von gut einer Milliarde Euro vor Jahresfrist auf 926 Millionen Euro.

Cinemaxx führt Flatrate-Karte ein

Die Kinokette Cinemaxx bietet eine Stammkundenkarte an. Für 250 Euro im Jahr kann der Besucher so oft ins Kino gehen, wie er will. Die Karte amortisiert sich, wenn man sich dreimal im Monat einen Film ansieht. Bis Ende des Jahres will Cinemaxx tausend Karten im Umlauf haben – das sagte Marketingchef Thilo Rieg der „FTD“.

Bauern für Baumärkte

Für Getränke, Baumärkte und Alltagsprodukte eignen sich Heinrich, Georg & Co. aus der RTL-Sendung „Bauer sucht Frau“. Das meinen Experten.

Sie ist momentan die erfolgreichste Sendung im deutschen Fernsehen: Die Kuppel-Show *Bauer sucht Frau* auf RTL. Allein in dieser Woche schalteten 8,59 Millionen Zuschauer ein, um zu erfahren, welcher Bauer sich nun verliebt.

Damit steigt die Bekanntheit der neun Heiratswilligen vom Lande von Woche zu Woche. W&V wollte wissen: Taugen die Bauern als Werbeträger? „Eine neue Marke, die rasch bekannt werden möchte, könnte den Hype um die Männer für sich nutzen“, findet Marc Sasserath, Markenberater und Gesellschafter bei der Agentur Musiol Munzinger Sasserath.

„Voraussetzung aber ist, dass zur Marke, die aufgebaut werden soll, auch Selbstironie und Skurrilität passen.“ Dann eigneten sich Georg & Co. Eine Getränkemarkte wäre denkbar, unter Umständen auch Produkte von Müllermilch. „Die Landwirte – oder eher einige davon – könnten für vieles werben“, meint Gerhard Graf, Medienforscher und Geschäftsführer von GGMedia, „am ehesten für Artikel des täglichen Bedarfs.“



Landwirt Heinrich
Hat gerade eine Platte aufgenommen.

Möglich wäre auch alles rund ums Bauen und Selbermachen, wie der Baumarkt Obi. Man könnte hier gut mit dem Image der Protagonisten spielen, sagt Graf. Sich selbst vermarktet Schafbauer Heinrich bereits: Am 21. November erscheint sein „Schäferlied“ als CD bei EMI. Dieses gibt es auch als Klingelton. se



Schreck an der Windschutzscheibe



Außenwerbung • Wer sein Auto in Berlin, Hamburg, München, Köln und Stuttgart parkt, könnte einen Schreck bekommen, wenn er zu seinem Wagen zurückkehrt: Ein großer Stein scheint der Windschutzscheibe erheblich zugesetzt zu haben. Doch der Glasbruch ist nur vorgetäuscht. Er lässt sich durch Ziehen an der transparenten Folie mit einem Handgriff heben. Mit dieser Guerilla-Aktion wirbt Sony Pictures Home Entertainment für den DVD-Start der Action-Komödie *Hancock*. Der Film dreht sich um einen

Werbung für „Hancock“ Beim Versuch, die Welt zu retten, geht schon mal was zu Bruch.

tollpatschigen Superhelden, der bei seinem Versuch, die Welt zu retten, auch Schäden hinterlässt – wie eine zertrümmerte Windschutzscheibe. Die 25 000 elektrostatischen Folien namens „amber stix“ stammen aus dem Haus Ambermedia. se