

ATV

Neuer digitaler Vermarkter

WIEN. Mit dem offiziellen Start der digitalen Vermarktung von ATV setzt ProSiebenSat.1 Puls 4 eine weitere wichtige Maßnahme im Sanierungsprozess um. Die Verträge mit dem bisherigen Vermarkter Goldbach wurden aufgelöst, und damit konnte die Integration der digitalen ATV-Plattformen vollständig in das Portfolio der SevenOne Interactive abgeschlossen werden.

Die Vermarktung beinhaltet die Online-, Mobile- und HbbTV-Plattformen von ATV, ATV2 und ATV Smart.

Michael Stix, GF ProSiebenSat.1 Puls 4: „Damit wächst unsere ‚One-Stop-Shop‘-Strategie weiter, und alle klassischen Display- und Instream-Video-Formate sind ab sofort über unsere Sendergruppe buchbar.“



© APA/Herbert Neubauer

Internationale Gefilde

Im März holte D,M&B einen internationalen Etat in Monaco. Jetzt ist die erste Arbeit für „Ports de Monaco“ fertig.



© D,M&B

Die Agentur zeigt mit einem Augenzwinkern, dass in „Cala del Forte“ das Bedürfnis nach Freiraum befriedigt wird.

MONTE CARLO. Vor wenigen Monaten konnte Demner, Merlicek & Bergmann einen für eine österreichische Agentur eher ungewöhnlichen Etat-Gewinn vermelden: „Ports de Monaco“, jene Gesellschaft, welche die drei Yachthäfen des Fürstentums betreibt. Da diese bereits endlose Wartelisten haben, hat man sich dazu entschlossen, die

im knapp acht Meilen entfernten Ventimiglia gelegene Marina „Cala del Forte“ zu übernehmen und mit einem beachtlichen Investitionsvolumen nach Monaco-Standards auszubauen.

Nun startet die Kampagne in internationalen Medien, in Print-Titeln, vor allem in Yachtmagazinen, um das ambitionierte Projekt anzukündigen und

vorzuverkaufen. Message: Künftig wird es Anlegeplatz geben, lediglich eine Bootsviertelstunde von Monaco entfernt.

In einem ersten nun publizierten Sujet sieht man – in charmanter Anspielung auf die Brexit-Krise – zwei Yachten: die eine „Britannia“ und die andere „Europa“. Dazwischen viel, viel Platz. (red)



| Top-Agenturen Österreichs

Auf Shopping-Tour mit saintstephens

Agentur holt Etat für Shoppingcenter Wien Mitte The Mall & Millennium City.

WIEN. saintstephens konnte sich im heurigen Frühjahr in einer Wettbewerbspräsentation den Etat der beiden Wiener Einkaufs- und Erlebniszentren Wien Mitte The Mall und Millennium City sichern. Ab Juli zeichnet saintstephens für den gesamten Marken- und Kommunikationsauftritt der beiden Wiener Shopping-Zentren verantwortlich.

„Wir legen großen Wert auf eine starke Markenkommunikation“, so Mario Strasser, Co-Geschäftsführer der Agentur saintstephens. „Die beiden Einkaufszentren Wien Mitte The Mall und Millennium City bieten unterschiedliche Vorzüge im jeweiligen Shopping- und Gastronomie-segment, die Millennium City auch im Entertainmentbereich. Beide Center eint der hohe

Qualitäts- und Dienstleistungsanspruch, und diesen möchten wir noch stärker in Szene setzen. Wir freuen uns auf diese spannende Aufgabe.“

Neben Millennium City und Wien Mitte The Mall zählen u.a. die treibende Kraft im Recycling, ARA, das Parlament der Republik Österreich und Pfizer zu den Kunden der Agentur in der Strobelgasse. (red)



© Eliazent/Anna Blau