

■ Stadtwerke München

Vier Agenturen im Pitch

Die Stadtwerke München wollen ihre Kampagne weiterentwickeln.

Die **Stadtwerke München** (SWM) sind in der Endphase ihrer Agentursuche angelangt. Vier Dienstleister haben die Stadtwerke zum Pitch eingeladen, und eine Entscheidung steht dem Unternehmen zufolge kurz bevor. Die Münchner Agenturen **Serviceplan**, **Wunderhaus**, **Hello** und **Interone** waren zum Ausschreibungsverfahren geladen.

Es geht darum, die in München groß geschaltete Kampagne „Der Rest ist M-Sa-

che“ weiterzuentwickeln. Als Key-Visual kommt seit Jahren ein stilisiertes „M“ zum Einsatz, das auf den Motiven durch die unterschiedlichsten Gegenstände, Landschaften und Symbole gebildet wird.

Zuletzt war das Key-Visual immer mehr in den Hintergrund getreten oder auf den Motiven gar nicht mehr sichtbar geworden. Zu einem früheren Zeitpunkt hat Serviceplan bereits für die SWM gearbeitet, auch Wunderhaus ist keine unbekannte Agentur, da sie eine Zeit lang die Kampagne betreut hat. Zuletzt waren die SWM agenturenlos.

Verantwortlich für den Pitch und die Agenturauswahl ist bei den Stadtwerken München der Leiter Marketing/Kommunikation **Andreas Brunner**. *the*

Das stilisierte M ist zuletzt deutlich in den Hintergrund gerückt.



Echte Tiere auf dem Motiv Der Monopteros mit der Böhmler-Herde.

■ Böhmler im Tal

BUNDESWEITE SCHAFAKTION

Mit einem aufwendig produzierten Printmotiv wirbt das Münchner Traditionsmöbelhaus **Böhmler im Tal**. Die Schafe wurden in der Tat im Englischen Garten vor dem Monopteros zusammengeschart. Fotograf **Hubertus Hamm** musste einiges an Geduld aufbringen, bis sich die Schafe um den Stuhl arrangiert hatten, wie das Making-of im Web zeigt. Aber eine elektronisch manipulierte Aufnahme kam für Geschäftsführer **Georg Böhmler** nicht infrage „Wir machen keine Kompromisse.“

Konzept und Umsetzung verantwortete die Münchner Agentur **Wunderhaus**. Zu sehen ist das Motiv in Titeln wie dem SZ-Magazin, der SZ-Beilage Golf spielen und in Designtiteln wie Elle City, Cube und Top-Magazin. Die überregionale Präsenz ist Böhmler wichtig, zumal Kunden aus ganz Deutschland kämen. Vor neu entstandener Online-Konkurrenz wie Fab, Monoqui oder Westwing hat Böhmler keine Angst. Im Wohnbereich würden sich zwar viele Menschen im Web informieren, letztlich aber mit konkreten Vorstellungen und Wünschen trotzdem ins Möbelhaus kommen. *lp*

■ HD Plus

Kann Hello verteidigen?

Seit Herbst 2011 arbeitet die Münchner Agentur **Hello** für das Unternehmen **HD Plus**, das das Programmangebot und den passenden Receiver unter dem Namen HD+ vertreibt. Mittlerweile müssen sie den Kunden im Pitch verteidigen. Kontakter-Informationen zufolge bemühen sich noch drei weitere Agenturen neben dem Etathalter um den Kunden – eine Entscheidung soll in Kürze fallen. Dem-

Hello hat die Augen-Kampagne für HD Plus entwickelt.

nach fordern **Zum goldenen Hirschen**, **Serviceplan** und **Heye** (alle drei aus München) Hello heraus. Das Unternehmen äußert sich zur Pitch-Liste nicht und verweist auf eine baldige Zusage an den Gewinner.

Zuletzt sollten die Giesinger Werber mit einer aufmerksamkeitsstarken Kampagne auf die hochauflösende Bildqualität aufmerksam machen und launchten dazu Spot und Anzeigen, die viele Augäpfel durch dunkle Gassen rollen ließen. *the*

