

## RADIO-SPOT DER WOCHE

Unterstützt von



*„In den aufregendsten Momenten  
keine Luft mehr bekommen –  
Asthmatiker wie John F.  
Kennedy kennen dieses Leiden.“*

## SPRACHLOSER PRÄSIDENT

„Asthmakranke anzusprechen und für die Teilnahme an einer klinischen Studie zu interessieren, ist keine einfache Aufgabe. Wie man sie mit einer aufmerksamkeitsstarken Idee und einer klaren Botschaft elegant löst, demonstriert der Spot. John F. Kennedy, selbst Asthmatiker, fehlen an der entscheidenden Stelle die Worte – und alle hören hin. Das ist ebenso einfach wie effektiv und wird auch seine Wirkung bei der Zielgruppe nicht verfehlen.“



**Stefan Oberdörfer**  
ist Marketing  
Director bei  
Burg Silvergreen  
in Neu-Ulm.

### ■ Info

**Unternehmen:** Synexus Clinical Research, Leipzig  
**Verantwortlich:** Marlit Wildt, Claudia Kullick  
**Agentur:** MinneMedia Werbeagentur, Leipzig/Dresden  
**Beratung:** Peggy Walenta  
**Creative Director:** Markus Gabriel

Die Spots wurden zusammengestellt von nielsen

**DER CLIENT AWARD:** Marketingexperten wählen jede Woche die besten Kampagnen aus den Kategorien TV, Radio, Anzeige und Online (wöchentl.) sowie Plakat (monatl.) aus. Die besten Arbeiten werden beim Client Award geehrt, die Juroren zur Gala eingeladen. Interesse? Schreiben Sie an: [conrad.breyer@wuv.de](mailto:conrad.breyer@wuv.de).

## ONLINE-KAMPAGNE DER WOCHE



## WITZIG UND KNACKIG

„Beiersdorf hat es mit dem Pure Elements Spot geschafft, dass ich ihn mir ganz und mit Ton angeschaut habe – denn wer von uns Hobby-Bundestrainern dribbelt nicht schon selber in der Agentur unter dem Schreibtisch, ehe man die Sau rauslassen darf?“

Der witzige, knackige Spot ist nicht überzogen lang, hat eine passende Botschaft und zieht sicherlich in die Läden, um zu verkaufen. Die Quotenfrau am Ende rundet den Spot ab. Und die Ausstrahlung über TV dürfte auch den letzten Hobbykicker überzeugt haben. “



**Marc Thomalla**  
ist Chief Marketing Officer von  
Keeeb, Hamburg.

### ■ Info

**Unternehmen:** Beiersdorf  
**Verantwortlich:** Hauke Voss (Brand Manager Nivea Bathcare)  
**Kreation:** Neteye  
**Projektverantwortlich:** Ben Bergendahl/Account Director; Malte Ranf/Senior Account Manager  
**Kreation:** Mirko Gluschke/Senior Art Director  
**Media:** Carat Deutschland  
**Verantwortlich/Media:** Anna Dolling  
**Formate:** Flash: 1200×400, 300×600, 800×250

Die Kampagnen wurden zusammengestellt von nielsen