

■ Schalk & Friends

Neue Etats für Münchner

E-Mail-Marketing für Kunert, neue Website für Wall Street Institute.

Zwei Etatgewinne für **Schalk & Friends**: Die Münchner Digital-Agentur übernimmt das E-Mail-Marketing für den Strumpfhersteller **Kunert** im bayerischen Immenstadt. Im Mittelpunkt dabei steht eine starke technische Verzahnung von E-Commerce und E-Mail-

Marketing. Auch der Aufwand für die Newsletter-Erstellung soll mit der eingesetzten Lösung deutlich sinken. Dem Auftrag an Schalk & Friends war ein Screening verschiedener Agenturen vorausgegangen.

Außerdem verantwortet Schalk & Friends den Website-Relaunch des **Wall Street Institute**. Der Auftrag der Sprachenschule für Englisch umfasste das Re-Design, die Optimierung der Nutzerführung sowie der Aufbau von E-Mail-Marketing. Nach dem umfassenden Relaunch steht laut der Tochter des Bildungskonzerns **Pearson** der Markenaufbau im Netz sowie der Vertrieb von Sprachkursen über den Online-Kanal im Vordergrund. „Umfassende Social-Media-Aktivitäten werden in den nächsten Wochen folgen“, kündigt **Brigitte Forster** an, Marketing Manager Germany von Wall Street Institute. *ht/ks*



Wall Street Institute Nach dem Website-Relaunch folgen Social-Media-Aktivitäten.

■ Improve Digital/Pubmatic

Clasen übernimmt das Ruder

Nicolas Clasen ist neuer Managing Director von **Improve Digital** Deutschland. Der 36-Jährige hatte erst vor sechs Monaten bei der Supply-Side-Plattform (SSP) als Vertriebler angefangen. Mit deren Technik verkaufen oder versteigern Vermarkter und Site-Betreiber vollautomatisiert und in Echtzeit ihre Werberestplätze. Hintergrund der Personalie: Eine Neuausrichtung der Niederländer. Bislang hatte Improve neben eigener Technik die Services des US-SSPs Pubmatic lizenziert. Doch die Gründerinnen **Janneke Niessen** und **Joëlle Frijters** haben jetzt eine eigene Lösung für ihre 50 Kunden wie Mobile.de oder die Mirror Group, die mehr auf die nationalen Publisher in Europa zugeschnitten ist. Pub-

matic reagierte auf den Verlust des Vertriebspartners mit einem Europa-Office in London. Das Geld für die Improve-Technik kommt von **Ende & Deitmers**, Investmentfirma von **Endemol**-Gründer **Joop van den Ende**. Erst im Juni hatte **Google** für 400 Millionen Dollar den Pubmatic-Konkurrenten Admeld gekauft. *lp*

Nicolas Clasen ist nach sechs Monaten jetzt Chef von Improve Digital.



Thomas Michler leitet das neue Büro in Düsseldorf.

■ Tremor Video

BÜRO AM RHEIN

Tremor Video (ehemals Tremor Media) setzt seinen Expansionskurs fort: Das Netzwerk für Bewegtbild-Vermarktung eröffnet ein Büro am Agenturstandort Düsseldorf. Leitung und Ausbau des Standorts übernimmt **Thomas Michler**. Der 33-Jährige ist erst seit Mitte Juli für Tremor Video tätig und bekleidet die Position eines Senior Sales Managers. Davor verantwortete der studierte Betriebswirt als Sales Director beim digitalen Netzwerk **Ybrant Digital** das Geschäft in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Michler berichtet direkt an **Marco Feuchter**, Commercial Director bei Tremor Video.

Erst Anfang Juli hat Tremor Video die Zusammenarbeit mit einem der führenden österreichischen Online-Vermarkter, **Goldbach Audience Austria** mit Sitz in Wien, bekannt gegeben. Über eine weitere Kooperation mit der Goldbach Group will Tremor Video demnächst auch den Schweizer Markt erschließen. In Deutschland soll die Präsenz ebenfalls ausgebaut werden: Noch in diesem Jahr plant Tremor Video, hierzulande einen weiteren Standort zu eröffnen. *ht/ks*

■ Panorama3000

Europäisches Netzwerk aus Social-Media-Experten

Das neue The Box Network aus vier Agenturen will künftig Firmengrenzübergreifende Social-Media-Ideen verkaufen.

Der Berliner Social-Media-Spezialist **Panorama3000** hat zusammen mit drei weiteren Agenturen den ersten unabhängigen Dienstleister-Verbund für Kampagnen auf Facebook und Co. gegründet. An **The Box Network Europe** sind daneben noch **Content & Motion** (UK), **cgo&co** (Frankreich) und **Hagakure** (Italien) beteiligt. Der Gedanke ist laut Panorama3000-Geschäftsführer **Thomas Praus**, Social Media Kampagnen und digitale Kommunikations-Dienstleistungen für mehrere Märkte anbieten zu können und auch von einander zu lernen. Bislang habe er zwar noch keinen Pitch wegen fehlender Präsenz in anderen Ländern verloren. „Aber Kunden sprechen das Thema durchaus an“, sagt Praus. Ähnlich erging es **Roger Warner** von Content & Motion in London. Speziell amerikanische Firmen oder internationale Brands stehen häufig vor der Frage: Lassen sich Social-Media-Ideen auf andere Länder übertragen? „Natürlich nicht so ohne weiteres“, sagt Praus. Lokale Zielgruppen seien sehr unterschiedlich, hätten jeweils eigene Interessen, Kulturen, Traditionen, Meinungsführer und natürlich Sprachen.

Mit einem vorhandenen Netzwerk können jetzt jedoch schnell länderübergreifende Konzepte entwickelt werden. „Wir finden, dass ein Netzwerk aus unabhängigen, etablierten und respektierten Social-Media-Agenturen die zeitgemäße

Antwort auf die sich stetig ändernden kommunikativen Herausforderungen des Social Web ist“, betont C&M-Geschäftsführer Warner.

Die Partner haben Rahmenbedingungen und Prozedere geklärt, auch wie Agenturdienstleistungen über die Grenzen hinweg verrechnet werden. Von Vorteil ist, dass alle Partner die gleichen Tools wie etwa das Publishing-Werkzeug **Dropbox** oder **Yammer** für Twitter-Meldungen nutzen. Auch eine ähnliche Herangehensweise an Projekte hätte alle schnell überzeugt, betont Praus. Die Folge war eine schnelle Einigung: Im April gab es erste Gespräche, jetzt im Juli ist das Netzwerk arbeitsfähig.

In zwei Pitches wird jetzt bereits über eine Vierländer-Kooperation gesprochen. Konkrete Namen will Praus nicht nennen. Es handle sich um eine IT-Firma und einen Getränkekonzern. Daneben wird bereits gemeinsam für mehrere Alt-

■ The Box Network FAST 100 MITARBEITER

Panorama3000, Berlin

15 Mitarbeiter und ein breites Kundenspektrum aus dem Entertainmentbereich wie Sony, ZDF, Warner, hat aber auch Social-Media-Aktionen für die SPD und Google entwickelt.

Content & Motion, London

20 Mitarbeiter, mit Kunden aus dem IT- und Konsumgüterbereich wie Continental, Tomtom, IBM

cgo&co, Paris

10 Mitarbeiter

Projekte für viele Electronics- und IT-Firmen wie Samsung, Dell und ebenfalls Tomtom

Hagakure, Mailand

40 Mitarbeiter

Breites Portfolio von Fiat über

Danone, Ikea bis hin zu Condé Nast.

kunden wie **Tomtom**, **Symantec** und **Dell** an europaweiten Kampagnen gearbeitet.

lp



Vier-Box-Gründer (v.l.)

Claire Goyat, cgo&co, Marco Massarotto, Hagakure, Thomas Praus, Panorama3000, Roger Warner, C&M.