

Kontakter

Der investigative Branchendienst für Werbung und Medien

www.kontakter.de



Henkel vergibt zwei globale Etats

Agenturen gesucht: Für die Marken Taft und Fa hat Henkel einen Pitch ausgeschrieben. BBDO, DDB und TBWA sind dabei, Etathalter Think nur bei Taft. Seite 6

Newcomer-Agentur Glück Berlin steht vor dem Durchbruch

Seite 12

Bluetooth-Sender werben via iPhone im Einkaufszentrum

Seite 14

Disney Channel leidet unter Kindermangel

Seite 26

KLAMBT-CHEF ROSE WILL SPRINGER-TITEL



Seite 24

Von Arnim und Cerning starten Glück Berlin

NEUGRÜNDUNG · In Berlin wird jetzt eine Newcomer-Agentur laut, die bisher als Geheim-Tipp gehandelt wurde. Top-Kunden haben sich bereits von der Kreation überzeugt.

Mercedes-Benz, Universal Music, Commerzbank und BraufactuM (Radeberger Gruppe). Das sind namhafte Kunden, die **Glück Berlin** bereits betreut. Gegründet haben die Agentur **Bastian Meneses von Arnim** (Kreation) und **Ulf Cerning** (Beratung). Beide sind in der Branche keine Unbekannten und haben zusammen 27 Jahre Berufserfahrung – mit Überstunden sogar 40 Jahre, wie sich der Homepage von Glück Berlin entnehmen lässt.

Zuvor waren beide in renommierten Häusern angestellt. Bis 2010 arbeiteten sie gemeinsam vier Jahre bei **Scholz & Friends**, Berlin. Die letzte Station von Bastian Meneses von Arnim war **DDB**, Berlin, wo er als Group Creative Director und Mitglied der Geschäftsleitung die Marken Vattenfall, Bunte, Emporia, Cosmos Direct, Jules Mumm und Deutsche Bahn gesteuert hat. Davor war das ADC-Mitglied bei Scholz & Friends,

■ KOMMENTAR

Agenturgründung – aber bitte ohne Luftschloss

Zwei-Mann-Agenturen, Unternehmensberatungen, Interims-Manager – die Liste an Neugründungen ließe sich lange fortführen. Sie alle haben eines gemeinsam: Nach einiger Zeit wird es ruhig um sie, Kunden bleiben aus. Oft platzen diese Seifenblasen schneller, als sie entstanden. Nicht so bei Glück Berlin. Die Agentur setzte auf Understatement und kann sich dafür jetzt umso mehr behaupten – mit namhaften Kunden. *bb*



Power-Team Glück Berlin hat sich nach einem Jahr eine Stellung im Markt erobert.

Jung von Matt und Springer & Jacoby. Sein Partner Ulf Cerning war über zehn Jahre bei Scholz & Friends in Berlin, wo er zuletzt als Leiter Beratung unter anderem den Kunden Mercedes-Benz verantwortete. Bevor er im Januar 2013 Glück Berlin gründete, war er in verschiedenen Agenturen und Unternehmen als Interimsmanager tätig.

Ehrlich und authentisch

Mit ihrer neuen Agentur wollen beide Geschäftsführer ihre Kunden, Mitarbeiter und sich selbst, wie der Name sagt, glücklich machen. In erster Linie geht es ihnen um kreative Ideen für ihre Kunden. „Daraus kreieren wir Geschichten und Erlebnisse. Dass die richtige Technologie und das richtige Medium eingesetzt werden, ist für uns selbstverständlich und schon lange kein Herrschaftswissen von selbsternannten Spezialisten mehr“, erklärt von Arnim.

Das Kernteam für die Kunden werde je nach Aufgabe und Heraus-

forderungen aus den passenden Disziplinen inhaltlich und technisch zusammengestellt.

Nach einem Jahr arbeiten von Arnim und Cerning für große Marken und sehen noch Potenzial nach oben. „Wir gewinnen Pitches und merken, dass unsere authentische Art ankommt. Die Silberrückentaktik ist nicht mehr das Maß aller Dinge. Da spüren wir ein deutliches Umdenken“, sagt von Arnim.

Trotz bereits namhafter Kunden, die Glück Berlin für sich gewinnen konnte, gebe es „noch jede Menge Produkte und Marken, für die wir sofort mit Feuer und Flamme am Start wären.“ Als Full-Service Agentur betreut Glück Berlin eine integrierte Kampagne für Mercedes-Benz CharterWay und Projekte für andere Mercedes-Benz-Sparten. Zu mehr dürfe er sich zum jetzigen Zeitpunkt nicht äußern, so von Arnim. Für Universal und die Commerzbank entwickeln die Berliner eine Social-Media-Kampagne für die Musik-Plattform MysoundCheck auf Facebook. *bb*