

Neonred

Juragent setzt auf Allround-Anbieter

Der Berliner Prozessfinanzierer **Juragent** will künftig auch im Fernsehen auf seine Dienstleistungen



Newssplit: Der Werbefilm für Juragent ist ab März auf n-tv zu sehen.

aufmerksam machen und hat dafür die **Neonred Group** engagiert. Die Firmengruppe mit Sitz in Hürth Efferen vereint die Neonred Filmproduktion, die Neonred Werbeagentur und die Neonred Mediarelations unter einem Dach und bietet damit Kreation, Mediabetreuung und Produktion aus einer Hand an. Einen ihrer Kompetenzschwerpunkte sieht die Agenturgruppe in Sonderwerbformen wie beispielsweise Werbung im redaktionellen Umfeld von Fernsehprogrammen.

So soll auch der Film für Juragent als so genannter „Newssplit“ auf n-tv laufen, erklärt Executive Producer **Anke Vermeulen**. Der Spot wird ab März 2006 immer kurz vor den n-tv-News ausgestrahlt. Der Zuschauer sieht bereits den Nachrichtensprecher, während auf der linken Bildschirmhälfte der Juragent-Film zu sehen ist.

Im vergangenen Jahr hat Neonred einen Präsentationsfilm für Smart entwickelt, der bei den Media-Lions in Cannes 2006 eingereicht wird.

Etatgewinn

Neonred hat sich einen Etat des Berliner Prozessfinanzierers Juragent gesichert. Der Präsentationsfilm, den die Agenturgruppe für Smart entwickelt hat, soll 2006 in Cannes eingereicht werden.

Heymann Schnell

Mit drei Neukunden ins neue Jahr

Die Berliner Werbeagentur **Heymann Schnell** konnte sich den Etat für die Markenstrategie, das Corporate-Design sowie für die Kommunikation der **Gemeinnützigen Siedlungs- und Wohnungsbaugesellschaft (GSW)**, Berlin, sichern. Die GSW ist eines der größten Wohnungsunternehmen Berlins und bewirtschaftet rund 70.000 Wohneinheiten. Die zweite Immobilienfirma auf der Heymann Schnellschen Kundenliste heißt **Königstadt**, ebenfalls



René Heymann: Freut sich über dreifaches Neugeschäft.

mit Sitz in Berlin. Für das in den 20er Jahren gegründete Unternehmen verantwortet Heymann Schnell die Marken- und Kommunikationsstrategie sowie das Kreativkonzept. Der dritte Kunde auf der Agenturliste kommt ebenfalls aus Berlin: Für den **Bibliotheksverband** wurden die Hauptstadt-Werber mit einer Imagekampagne beauftragt, die Lust auf Bücher machen soll. Die Maßnahmen, die alle Leseratten ansprechen sollen, starten bereits im Frühjahr.

Drei auf einen Schlag Heymann Schnell gewinnt Etats der GSW, von Königstadt und vom Bibliotheksverband.

Herzschlag

Der Gesundheit verschrieben

Der Pharmahersteller **Abbott** mit Sitz in Wiesbaden und Ludwigshafen hat seine Fachkommunikation für den Blockbuster „Adalimumab“ in die Hände der jungen Agentur **Herzschlag**, München, gelegt. Bei den Werbemaßnahmen für das ethische Präparat gegen rheumatoide Arthritis soll die Zielgruppe Ärzte im Fokus stehen.

Die frischgebackenen Herzschlag-Gründerinnen **Manuela Salbach** und **Martina Grundner** haben

sich nach ihren Tätigkeiten für diverse Agenturen – unter anderem betreuten die Schwestern den Aufbau der deutschen Niederlassung **PBK Ideenreich** – seit Beginn des Jahres mit einer eigenen Agentur auf Gesundheitskommunikation spezialisiert. Zusammen mit ihrem fünfköpfigen Team sind Grundner und Salbach zudem eine strategische Partnerschaft mit der **Heye Group** eingegangen. Die beiden Werbeschmiedern werden vor allem im



Herzschlag-Chefs: Manuela Salbach und Martina Grundner (v.l.).

Bereich Medical-Education eng zusammenarbeiten. Dennoch werden sowohl Herzschlag als auch Heye weiterhin unabhängig voneinander Kunden betreuen.

Auf Pharma geeicht Die frischgebackene Agentur Herzschlag aus München kann ihren ersten Großkunden-Auftrag vermelden.