

H-ZWO mit Social-Marketing-Kampagne und Fachhandel-Aktion im „Jahrbuch der Werbung“ 2009



Das „Jahrbuch der Werbung“ 2009 präsentiert die gelungensten Werbekonzepte der deutschsprachigen Medien- und Kommunikationsbranche im Jahr 2008, darunter auch drei von der Kommunikationsagentur H-ZWO in Köln begleitete Aktionen für die Kunden Krüger und Esselte LEITZ.

KÖLN. – Beachtung durch besondere Kreativität, Innovationskraft und Effizienz findet im „Jahrbuch der Werbung“ die Social-Marketing-Kampagne der Krüger Unternehmensgruppe.

Von jedem verkauften Produkt „Krüger Family Cappuccino“ flossen in 2008 jeweils fünf Cent direkt an die Kinderhilfsorganisation „Die Arche“, die sich um sozial benachteiligte Kinder kümmert. 2008 konnten so insgesamt 800.000 Euro an „Die Arche“ übergeben werden.

Marktführer LEITZ realisierte mit seiner „starLEITZ Tour“ im Jahr 2008 eine „zielgruppennahe Aktion im Fachhandel“, wie das „Jahrbuch der Werbung“ ferner bestätigte.

Auch die erfolgreiche Winterpromotion „180 Grad Active Plus“, zu der LEITZ aktive Sportfans zum Snowboarden einlud, wurde erwähnt. Dort gab es Profitipps der ehemaligen Weltmeisterin Katharina Himmeler.



Mehr als 400 Agenturen mit über 1.300 Einreichungen stellen sich jährlich im gleichnamigen Wettbewerb der unabhängigen Jury, bestehend aus Experten und Branchenkennern.

Christiane Robyn, Geschäftsführerin bei H-ZWO, freut sich über die Aufnahme im „Jahrbuch der Werbung“: „Eine immer wieder schöne Bestätigung aus dem Fachkreis - über den messbaren Erfolg der Aktionen und die Zufriedenheit unserer Kunden hinaus.“

Pressekontakt

H-ZWO Agentur für Kommunikation GmbH
André Puchta | Leiter Public Relations
Schanzenstraße 39, Gebäude D4–D6
D-51063 Köln

Fon +49 221 933300-44, Fax -40
andre.puchta@h-zwo.com
Internet: www.h-zwo.com