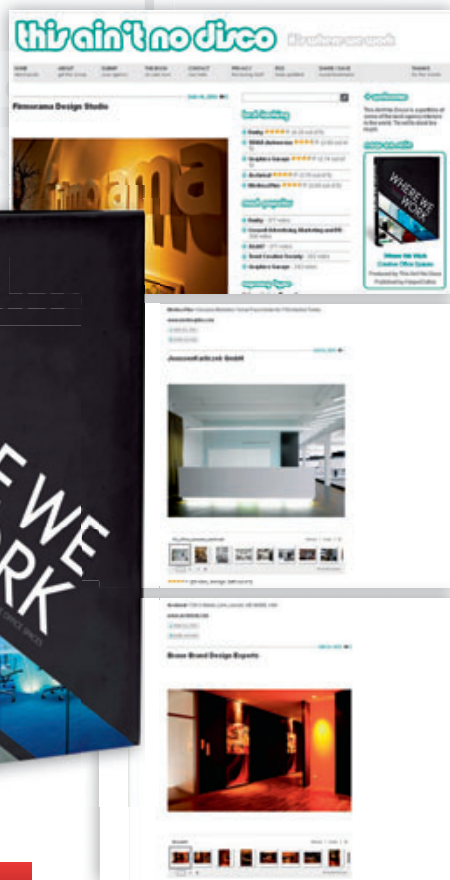


# AGENTUREN



## Kreatives Innenleben

Der Australier Ian McCallam zeigt auf seiner Website die schönsten Agenturräume weltweit. Darunter neun deutsche.

Ian McCallam kennt sich aus, was Digitales betrifft. Seit zehn Jahren arbeitet der 31-Jährige in der Branche. Er hat Investmentbanker bei ihrer Online-Strategie beraten und zwischenzeitlich sogar eine eigene Agentur in London betrieben. Jetzt ist er in Australien mit den beiden Start-ups Sms Poll und Rayv beschäftigt. Und mit seinem persönlichen Projekt: der Website This Ain't No Disco, auf der er das Innenleben von 250 Agenturen in Bildern dokumentiert.

Wer auf Thisaintnodisco.com klickt, sieht Fotos von Empfangsräumen, Besprechungszimmern und Schreibtischen von Kreativen auf der ganzen Welt. „Ich habe Agenturräume immer bewundert“, sagt McCallam. 2007 hat er die Website auf den Weg gebracht. Zum Start seien es vier Agenturen gewesen, heute zähle seine Seite gut 100 000 Besucher am Tag, erzählt er. Sein Projekt soll Agenturen und Designliebhabern als Inspiration dienen. Das Prinzip ist einfach: Firmen können sich bei ihm bewerben und Bilder einreichen. Er wählt aus, welche vorgestellt werden. Zu den deutschen Agenturen, die es mit ihren Räumen online geschafft haben, gehören Blackbeltmonkey, Eins23.tv, LLR und Syzygy aus Hamburg, Bloom Project und Marx aus München, Jousen Karliczek in Schorndorf, Braue in Bremerhaven und die Düsseldorfer Parosol Island. Viel Geld muss McCallam laut eigener Aussage nicht in die Hand nehmen. Mit wenigen Werberinseraten seien die Kosten gedeckt. Ein bißchen Kohle bringe auch sein Buch, das er jüngst auf Basis der Website veröffentlicht hat. *win*

### AUFGEFALLEN

**Event-Idee** • Die Veranstaltungsagentur Obsession, Guntersblum, will Kunden mit einem neuen Incentive-Angebot überzeugen: Ferrari-Fahren. Wer seine Mitarbeiter mit einem Ferrari-Ausflug belohnen will, kann bei der Agentur bis zu 20 Sportflitzer auf einmal buchen. „Be a Ferrariisti“, heißt das Motto. *win*



### ETATGEWINNE DER WOCHE

## Yamaoka verführt zum Fremdgehen

**Agentur:** Yamaoka PR, Hamburg  
**Kunde:** Ashley Madison, Kanada



Von Oktober an gibt es das umstrittene Dating-Portal Ashley Madison auch in Deutschland. Fremdgehwillige können hier nach einer Affäre suchen. Das Marketingbudget zum Start in Deutschland beläuft sich auf mehrere Millionen Euro. Yamaoka wird das Unternehmen bei Above- und Below-the-Line-Maßnahmen unterstützen.

**Agentur:** DNS, Hamburg  
**Kunde:** TUI Leisure Travel, Hannover  
 Das TUI-Vertriebssystem überarbeitet seine Reisebüromarken First und Hapag Lloyd mit DNS.

**Agentur:** Ehrenberg, Lübeck  
**Kunde:** Turku 2011 Foundation, Finnland  
 PR für die finnische Kulturhauptstadt 2011.

**Agentur:** Mediavest, Frankfurt  
**Kunde:** Vivid, Nauheim

Der sechsstellige Mediaetat der Firma, die unter anderem Spielzeug herstellt, geht an Mediavest.

**Agentur:** Möller Horcher PR, Offenbach  
**Kunde:** BVIK, Landsberg am Lech  
 Die Offenbacher übernehmen die PR für den Bundesverband Industrie Kommunikation e. V.

**Agentur:** Uniplan, Köln  
**Kunde:** Bridgestone Europe, Zaventem/Belgien  
 Nach einem Pitch betreut Uniplan den Messeauftritt von Bridgestone bei der IAA Nutzfahrzeuge.

**Agentur:** Vasata Schröder Florenz, Hamburg  
**Kunde:** Texcus Europe, Braunschweig  
 Der Batteriehersteller lanciert eine neue Kampagne mit neuem Corporate Design und Slogan.