

Pressekontakt:

Nicole Karepin nicole.karepin@zenithoptimedia.de Tel. 0211/5 280 999-249 Mobil 0175/72 43189 Twitter @NixeKa

Zenithmedia gewinnt den Mediaetat von Gerry Weber

Düsseldorf, 25. Oktober 2010

Die Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia hat mit ihrer Düsseldorfer Mediaagentur Zenithmedia den Mediaetat der Gerry Weber International AG gewonnen. Der weltweit tätige Mode- und Lifestyle-Konzern Gerry Weber mit Sitz in Halle/Westfalen hat sich entschieden, seinen Mediaetat extern zu vergeben.

Zenithmedia wird sich nun darum kümmern, insbesondere die Herbst- und Frühjahrskollektionen der Marken Gerry Weber, Taifun und Samoon by Gerry Weber bei den jeweiligen Zielgruppen zu verankern.

Das Team um COO Petra Gnauert, Media Director Cornelia Ruoff und Media Supervisor Marion Stimpel setzte sich im Auswahlverfahren gegen mehrere namhafte Mitbewerber durch.

„Die Agentur Zenithmedia hat mit ihrem strategischen Planungsansatz und ihrer Expertise im Bereich Print überzeugt. Wir freuen uns auf die gemeinsame Zusammenarbeit“, so Andreas Eckernkemper, Leiter Marketing der Gerry Weber International AG.

„Gerry Weber ist eine der erfolgreichsten und bedeutendsten Modemarken“, resümiert Cornelia Ruoff. „Wir freuen uns, Gerry Weber mit unserem Engagement und unseren Ideen tatkräftig zu unterstützen.“

Bilder:

Petra Gnauert:

http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pressebilder/petra_gnauert.jpg

Logos:

Zenithmedia:

- Web-Version: http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pressebilder/presse_logo.jpg

- Druckqualität EPS: http://www.zenithmedia.de/fileadmin/pressebilder/zenithmedia_logo.eps

Gerry Weber:

http://www.zenithmedia.de/fileadmin/img/presse/GerryWeber_pos.jpg

http://www.zenithmedia.de/fileadmin/img/presse/taifun_pos_ohneColl.jpg

http://www.zenithmedia.de/fileadmin/img/presse/Samoon_by_GerryWeber_pos.jpg

Über die GERRY WEBER International AG:

Mehr als 398 HOUSES OF GERRY WEBER, über 1.800 Shopflächen und erfolgreiche Marken-Online-Shops lenken weltweit die Aufmerksamkeit auf die Marken der GERRY WEBER International AG. Das Fashion- und Lifestyleunternehmen aus Halle/ Westfalen beschäftigt weltweit über 2.420 Mitarbeiter und produziert jährlich etwa

Pressekontakt:

Nicole Karepin nicole.karepin@zenithoptimedia.de Tel. 0211/5 280 999-249 Mobil 0175/72 43189 Twitter @NixeKa

25 Millionen Kleidungsstücke. Mit GERRY WEBER, GERRY WEBER EDITION, G.W., TAIFUN und SAMOON by GERRY WEBER werden fünf Marken unter dem Dach der Holding produziert. Ergänzt durch Lizenzprodukte wie Schuhe und Taschen trifft die vielseitige Damenmode in Berlin genauso wie in Kairo oder Ottawa den Nerv der Kunden und hat aus dem Unternehmen GERRY WEBER einen börsennotierten, weltweit bekannten Mode- und Lifestyle-Konzern gemacht.

Über ZenithOptimedia:

Das ZenithOptimedia-Network zählt zu den Top 5 Mediaagentur-Networks weltweit und ist mit mehr als 218 Büros in 72 Ländern Teil der größten Kommunikationsagentur Europas, der Publicis Groupe S.A. In Deutschland setzt sich die ZenithOptimedia-Gruppe aus den Full-Service-Mediaagenturen Zenithmedia und Optimedia zusammen, die Büros in Düsseldorf, Frankfurt, München und Hamburg unterhalten. Sie betreuen mehr als 150 nationale und internationale Marken, u.a. L'Oréal, Nestlé, Puma und Toyota. Die ZenithOptimedia-Agenturen wurde mehrfach ausgezeichnet, u.a. mehrfach als „Media Agency of the Year“ bei den M&M Awards sowie beim „Deutschen Mediapreis“.

Über VivaKi:

VivaKi ist Teil der Publicis Groupe (Euronext Paris: FR0000130577), dem drittgrößten Kommunikationsdienstleister weltweit, der in 104 Ländern aller Kontinente vertreten ist und mehr als 44.000 Angestellte beschäftigt. VivaKi bündelt die Stärken der global operierenden Media-Netzwerke ZenithOptimedia und Starcom MediaVestGroup, der beiden führenden Agenturen für digitale Kommunikation Digitas und Razorfish sowie der innovativen Kreativagentur Denuo. Für die Kunden dieser Agenturen entwickelt das VivaKi Nerve Center Services und Technologien zur Bündelung von Zielgruppen und Verbreitung von Werbebotschaften, die Werbungtreibende in einer zunehmend digitalisierten Welt mit ihren Konsumenten verbinden.