

17.04.2009

[Versenden](#) | [Kommentieren](#) | [Ablegen](#) | [Drucken](#) | [A](#) [A](#) [A](#)

LLR baut das Geschäft mit der Hypo-Vereinsbank aus



Bernhard Lukas, Arno Lindemann, Bent Rosinski (v.l.)

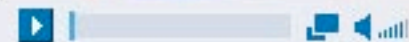
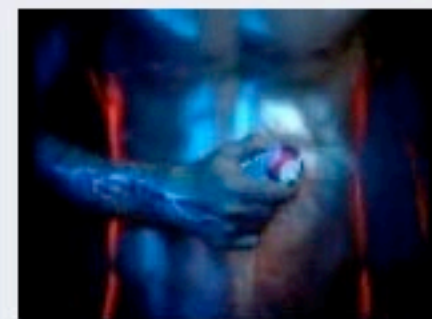
Die Hamburger Agentur **Lukas Lindemann Rosinski** (LLR) erhält einen weiteren Auftrag von ihrem Kunden **Hypo-Vereinsbank**. Die vor einem Jahr gestartete Firma konnte sich das Online-Projekt für die Champions-League-Kampagne der Unicredit-Tochter sichern. Die Hypo-Vereinsbank wird in den Spielzeiten 2009 bis 2012 offizieller Partner der UEFA Champions League.

Der Schwerpunkt der Kampagne liegt in den Bereichen Online und PoS. Erste Maßnahmen

werden zur Auslosung der Gruppenphase Ende August starten. "Ziel der Kampagne ist es, unsere Engagement auch vertrieblich zu nutzen und Business zu generieren", sagt **Dirk Huefnagels**, Leiter Privatkundenmarketing bei der Bank und zugleich Vorstand des Sponsorenverbands S20. LLR betreut die Hypo-Vereinbank bereits seit Gründung der Agentur im Bereich klassische Werbung.

Einen zweiten neuen Auftrag erhält LLR von der **World Society for the Protection of Animals**. Für sie soll das Team um die drei Gründer Bernhard Lukas, Arno Lindemann und Bent Rosinski eine bundesweite Kampagne entwickeln. Der Start des Auftritts ist für Mitte Juni vorgesehen. Zum Einsatz kommen zunächst Funkspots und Plakatwerbung. Ein TV-Spot und Online-Maßnahmen sind in Planung. *mam*

KREATION

[TV](#) | [Print](#) | [Radio](#) | [Online](#) | [Out-of-home](#)


Beckham auftreten. Der britische Fußball-Star wirbt unter anderem in einem TV-Spot für das an eine Nobeluhr erinnernde Luxus-Gerät.

- [Voten](#)
- [Kommentieren](#)
- [Alle Kampagnen](#)

Motorola Aura-Kampagne mit David Beckham
Der US-Konzern Motorola setzt bei der globalen Kampagne für sein Nobel-Handy Aura einmal mehr auf prominente Unterstützung. In dem Auftritt für das 2000 Euro teure Mobiltelefon, der demnächst anläuft, wird kein geringerer als David

