



HOME > AGENTUREN > SUPERMOON UND CROSSMEDIA HOLEN MARCO-TOZZI-ETAT



BILDER

Die erste Kampagne für Marco Tozzi im deutschen Markt startet am 20. März.

© Foto:Marco Tozzi

Supermoon Marco Tozzi Crossmedia

FRÜHJAHRSKAMPAGNE | [20.03.2017](#) | von Frauke Schobelt

Supermoon und Crossmedia holen Marco-Tozzi-Etat

Supermoon ist ab sofort die internationale Leadagentur des Schuhlabels Marco Tozzi. Die Kreativagentur aus Hamburg setzte sich in einem Pitch gegen fünf Mitbewerber durch. Die Düsseldorfer Mediaagentur Crossmedia sicherte sich den Mediaetat. Crossmedia betreut für die Wortmann-Gruppe bereits den Etat des Modelabels Tamaris.

Crossmedia verantwortet Mediaplanung und -strategie und betreut unter Leitung von Nike Menzel die erste Marco-Tozzi-Kampagne im deutschen Markt, die am 20. März startet. Um den gesamten Social-Media-Part kümmert sich die Agentur 247 Grad.

Die Frühlingskampagne unter dem Claim "Marco Tozzi - weil ich will" soll die Markenbekanntheit des Schuhlabels steigern. Mittelfristig will sich das Label bei Damenschuhen im mittleren Preissegment eine Alleinstellung erarbeiten. Marco Tozzi wird in über 70 Ländern verkauft.

Das Mediabudget für TV und Online liegt im siebenstelligen Bereich. Ab 20. März bis Ende April werden auf Sendern wie RTL, Sat.1, Pro Sieben und Vox die in Kapstadt gedrehten TV-Spots ausgestrahlt. Crossmedia schaltet die Spots außerdem auf Youtube und Instagram und platziert sie als Onlinebanner auf Contentseiten wie Spotify.







Der neue Claim der Marke findet sich in auch in den Motiven wieder und spielt auf spontane Bedürfnisse an: Die Kundin kauft einen High Heel "Weil Date", eine Sandale im Sommer "Weil Heiß" oder einen Fashion- Schnürer "Weil Geil".

MARCO TOZZI: MOTIVE DER FRÜHLINGSKAMPAGNE



1 | 2 | 3 | 4

LESERKOMMENTAR

[verlag.wuv.de](#) | [W&V Job-Network](#) | [Mediadaten](#) | [Kontakt](#) | [Impressum](#) | [Disclaimer](#) | [Datenschutz](#) | [Login](#) | [Registrieren](#)