

## **TOMY setzt auf ganzheitliche Zusammenarbeit mit dem CROSSMEDIA Worknet**

Der Düsseldorfer Independent punktet bei Spielzeughersteller als disziplinübergreifende Beratungsagentur mit dem Spezialangebot CROSSKIDS und der Kombination Social Media, Influencer und Public Relations aus dem Hause earnesto.

**Düsseldorf, 31. Oktober 2018. Die unabhängige Mediaberatungsagentur überzeugt die Spielzeugmarke mit abgestimmtem Gesamtkonzept ihres Worknets und ausgewiesenem Mediafachwissen im Bereich Kinder- und Familienmarketing. Noch in diesem Jahr ist eine größere TV-Kampagne geplant.**

Der deutsche Media-Etat von TOMY geht an Crossmedia. Durch die nun fixierte Zusammenarbeit mit Crossmedia setzt TOMY, einer der weltweit führenden Hersteller und Distributoren von Spielzeug, nun auf eine noch bessere und verzahnte Kommunikationsplanung. Bereits seit zwei Jahren vertraut der Spielzeughersteller hinsichtlich Social Media, PR und Influencermarketing erfolgreich auf Earnesto, der integralen Partneragentur der Crossmedia.

Dabei entwickelt die inhabergeführte Mediaagentur nicht nur unabhängig und transparent die beste Lösung für den Kunden, sondern kann auch ihr Expertenwissen im Bereich Kinder- und Familienmarketing mit Crosskids einbringen. „Wir profitieren von dem gebündelten Gesamtkonzept der Crossmedia mit ihrem Angebot Crosskids und der Agenturmarke Earnesto – nun haben wir alle Experten an einem Tisch und können sehr individuelle Kampagnen für die einzelnen Produkte aus einem Guss entwickeln“, so Sabine Gärtner, Marketing Manager [D/A/CH] TOMY, über das Leistungsspektrum ihrer neuen Bestandsagentur.

### **Die ersten Kampagnen laufen bereits**

Übergeordnetes Marketingziel von TOMY sind Markenaufbau und letztendlich Abverkauf des breit gefächerten Sortiments: Angefangen bei edukativen Babyprodukten von Lamaze weiter über Spielzeug der TOMY Toomies über die TOMY Games bis hin zu Lizenz-Produkten wie My Fairy Garden und Molang – für jedes Produkt sollen spezifische Kampagnen für die optimale Zielgruppenansprache entwickelt werden.

„Wir freuen uns riesig, TOMY mit unserem Expertenwissen nun auch mediaseitig zu betreuen. Mit Crosskids haben wir intelligente Strategien und Mechaniken entwickelt, um Kinder und deren Eltern mit unseren Kampagnen optimal anzusprechen“, erläutert Susanne te Poel, stellvertretende Geschäftsführerin bei Crossmedia. Während die Babyprodukte von Lamaze vor allem über Samples, Print und Influencer beworben werden, setzt TOMY für My Fairy Garden auf einen erneuten TV Aufschlag im Dezember, um das Weihnachtsgeschäft anzukurbeln. Aktuell laufen bereits Sponsorings der Marke. Crossmedia strebt eine ganzjährige Medienpräsenz an, um so die Markenvielfalt optimal darstellen zu können.

Bei Crossmedia zeichnen neben te Poel auch Bianca Grindel, Head of Crosskids, und Group Head Leonie Strack sowie Linda Rotthoff, Gruppenleiterin PR bei Earnesto, für den Neukunden verantwortlich.

### **Über TOMY**

Das Unternehmen entwickelt, produziert und vermarktet weltweit ein breit gefächertes Angebot interaktiver und pädagogisch wertvoller Spielzeuge. Seit mehr als 80 Jahren begeistern TOMY Produkte Kinder, Erwachsene und Familien und bereichern deren Leben. Das Produktportfolio des Spielzeugherstellers TOMY ist breit gefächert und besteht aus hochwertigen Marken- und Lizenzprodukten für alle Altersgruppen. Den Fokus bilden dabei Artikel für Kinder im Baby- bis Vorschulalter

[www.tomy.de](http://www.tomy.de)

### **Über CROSSKIDS / CROSSMEDIA**

CROSSKIDS ist das Angebot für Kinder- und Familienmarketing der unabhängigen Mediaberatungsagentur CROSSMEDIA. Verständliche Sprache, perfekte Zielgruppenkenntnis und hohe Effektivität sorgen für integrierte Konzepte, die in einer optimalen Werbewirkung für die Unternehmen münden. Von Marktforschung über Kommunikationsberatung bis hin zur Kampagnenumsetzung bietet CROSSKIDS alle Leistungen aus einer Hand.

[www.crosskids.media](http://www.crosskids.media) / [www.crossmedia.de](http://www.crossmedia.de)

### **Über earnesto**

earnesto ist integrale Partneragentur im CROSSMEDIA Worknet und bündelt alle Leistungen zu Social Media, Influencer und Public Relations. earnesto versteht sich als Unternehmensberatung für die Kommunikation der Zukunft – strategisch und mit Content, der involviert und emotional berührt. Namhafte Unternehmen, wie Tamaris, Lavera und der ADAC zählen zum festen Kundenstamm. Sie werden bei der strategischen Planung und Umsetzung ihrer Social-Media- und Produkt PR-Aktivitäten durch das knapp 50-köpfige Team, bestehend aus Beratern, Textern, Redakteuren und Kreativen, rund um Geschäftsführer Johst Klems begleitet.

[www.earnesto.de](http://www.earnesto.de)

**Pressekontakt**

CROSSMEDIA GmbH  
Nicole Weschke | Franziska Kook  
Hildebrandtstraße 24 A  
40215 Düsseldorf  
fon 0211.86652.442  
mobil 0178/5647275  
[kook@crossmedia.de](mailto:kook@crossmedia.de)

**Kundenkontakt**

CROSSMEDIA GmbH  
Susanne te Poel  
Hildebrandtstraße 24 A  
40215 Düsseldorf  
fon 0211.86652.153  
mobil 0172 3500531  
[tepoel@crossmedia.de](mailto:tepoel@crossmedia.de)