

CO2-freundlich statt nur klimaneutral: CROSSMEDIA überzeugt LichtBlick

Die norddeutsche Dependence der unabhängigen Mediaagentur gewinnt im Jubiläumsjahr den Pitch um Deutschlands größten Ökostromanbieter

Hamburg, 30. September 2021. Die Freude ist doppelt groß: Zum 15. Geburtstag des hanseatischen Media Independents sichert sich das Team aus Hamburg den grünen Energieversorger LichtBlick. Mit einer nachhaltigen Kampagne, die nicht nur auf Kompensation setzt, sondern jeden Media-Touchpoint einzeln auf Umweltverträglichkeit prüft, kann Crossmedia beim Pitch auf ganzer Linie punkten.

Schon vor über 20 Jahren fing LichtBlick an, sich für erneuerbare Energien stark zu machen. Heute ist Ökostrom das neue Normal und LichtBlick Deutschlands führender Anbieter für Ökostrom und Öko-Wärme. Um die Bekanntheit der Marke weiter zu erhöhen, bittet der Stromanbieter zum Pitch. Die Startbedingungen sind herausfordernd, denn Briefing und Präsentation finden mitten in der Corona-Pandemie statt. Mit einem Mix aus seniorigem Team, Neutralität und Haltung überzeugen die Hamburger Media-Experten schlussendlich den Neukunden.

Planungsansatz: Vermeiden, reduzieren und kompensieren

Crossmedia fokussiert sich bei ihrer Mediastrategie nicht allein auf CO2-Kompensation, sondern setzt vor allem auf Maßnahmen, die schon ganz zu Beginn den Stromverbrauch reduzieren, um einer nachhaltige Ökostrom-Kampagne gerecht zu werden. „Das war ein ganz entscheidender Punkt für unsere Agenturwahl. Crossmedia hat eben nicht nur in Kompensation gedacht, sondern ist in ihrer Strategie einen Schritt weiter gegangen und hat eine Kampagne präsentiert, die in sich und bei der Auswahl der Medien durchweg CO2-freundlich ist“, äußert sich Nadine Usadel, Campaign Management LichtBlick, über die neue Zusammenarbeit.

Die von Crossmedia ausgewählten Medienkanäle zeigen einen differenzierten Grad an Möglichkeiten, um ein klimafreundliches Kampagnen Set Up und gleichzeitig jene Erwachsene zu erreichen, die ein Interesse an den Themen Umwelt & Nachhaltigkeit haben sowie ökologische Verantwortung leben. Durch einen bewussten Verzicht auf Print- oder Plakatmedien für LichtBlick kann z. B. der CO2-Ausstoß direkt vermieden werden. Die Emissionen deutlich zu reduzieren, gelingt Crossmedia u. a. über Targeting auf technischen Geräten mit geringem Energieverbrauch oder die Berücksichtigung von TV-Eigenproduktionen, die unter klimaneutralen Gegebenheiten ausgeglichen werden. Außerdem setzt LichtBlick im Anschluss eine Studie auf, die den CO2-Ausstoß der Kampagnenassets quantifiziert und kompensiert.

„Klimaschutz erfährt im Werbemarkt eine immer höhere Relevanz. Nicht nur Werbungtreibende, auch Vermarkter und Agenturen entwickeln ein Bewusstsein, um einen Beitrag im Sinne des Klimaschutzes zu leisten. Da viele Bausteine der neuen Kampagnen von LichtBlick selbst umgesetzt werden, ist unsere gute und enge Zusammenarbeit schon jetzt ein Paradebeispiel. Wir sind stolz, für LichtBlick arbeiten zu können“, äußert sich Gero Maskow, Geschäftsführer der Crossmedia, über den Neukundengewinn.

Gewachsenes Führungsteam, neue Kunden und generalüberholte Räumlichkeiten

Maskow ist gerade von Hamburg nach Berlin gezogen. Zusammen mit den drei Client Service Directors David Manschwedat, Markus Siegel und Timo Kronsbein leitet er das Hamburger Büro. Dabei wird er sich mit allen Crossmedia Außenstandorte, d. h. neben Hamburg nun auch Berlin und Bielefeld, vermehrt befassen und deren Weiterentwicklung und Verknüpfung mit der Hauptzentrale in Düsseldorf vorantreiben. Dieser Schritt ist möglich, weil die norddeutsche

Dependance unter der Leitung Maskows' eine gesunde Struktur mit gewachsener Führungsmannschaft aufweist und in den letzten Jahren immer weiter zulegen konnte: Neben LichtBlick sind zuletzt der Finanzdienstleister Vanguard, die Parkplatz-App EasyPark und das Shop-in-Shop-Konzept Eat Happy dazugestoßen. Außerdem konnte der Etat des langjährigen Kunden DAK-Gesundheit wiederholt verteidigt werden.

Das Jubiläumspräsent hat sich das norddeutsche Team selbst gemacht: ein frisch renoviertes Büro in Hamburg-Ottensen mit Sonnendeck, einem eigenen Indoor-Dschungel in Anlehnung an „Planten-un-Blomen“, inspirierendem Innenhof usw. Im engen Austausch mit lokalen Fachleuten aus Kunst und Handwerk haben die Mitarbeitenden im Sommer 2021 eine Begegnungsstätte geschaffen, die zum gemeinsamen Arbeiten einlädt. Denn auch wenn das Mobile Office wunderbar funktioniert, so kann es das persönliche Miteinander nicht ersetzen.

Über LichtBlick

Vor über 20 Jahren fing LichtBlick an, sich als Pionier für erneuerbare Energien stark zu machen. Heute ist Ökostrom das neue Normal und LichtBlick Deutschlands führender Anbieter für Ökostrom und Öko-Wärme. Bundesweit leben und arbeiten über 1,7 Million Menschen mit der Energie von LichtBlick. Über 400 LichtBlickende entwickeln Produkte und Services für einen klimaneutralen Lebensstil. 2020 erreichte das Unternehmen für klimaneutrale Energie für zuhause und unterwegs einen Umsatz von 1,1 Milliarde Euro. LichtBlick gehört zum niederländischen Energiewende-Vorreiter Eneco. Eneco will bis 2022 saubere Energie für 2,5 Millionen Haushalte in eigenen Kraftwerken erzeugen.

www.lichtblick.de

Über CROSSMEDIA

CROSSMEDIA steht für unabhängige und differenzierende Kommunikationsberatung. Seit Agenturgründung 1997 hat sie sich als die Alternative zu den globalen Media-Networks etabliert. Mit insgesamt über 550 Mitarbeitenden ist CROSSMEDIA mit acht Büros in Deutschland, den USA sowie Großbritannien vertreten. Als einzige Mediaagentur Deutschlands lässt sich CROSSMEDIA seit 2007 ihre interessenneutrale Mediaberatung im Sinne der Transparenz jährlich zertifizieren. Beim Deutschen Mediapreis 2018 erhält CROSSMEDIA für Haltung und stetige Weiterentwicklung die Auszeichnung „Agentur des Jahres“. Zum Kundenportfolio des Hamburger Büros gehören neben oben genannten u. a. auch Der Spiegel, Suzuki, Tamaris und die Volleyball Bundesliga.

www.crossmedia.de | www.crossmedia.com

Pressekontakt

CROSSMEDIA GmbH
Franziska Kook
Hildebrandtstraße 24 A
40215 Düsseldorf
mobil: 0178.5647272
kook@crossmedia.de