

BERGER BAADER HERMES

Partnerarbeit für Partnerbörse

Neugeschäft • Die Münchner Agentur Berger Baader Hermes entwickelt gemeinsam mit der Londoner Agentur Albion ein globales Marken- und Kommunikationskonzept für die Partnervermittlung be2. be2 hat mehr als acht Millionen Mitglieder und konkurriert hierzulande mit Dating-Portalen wie neu.de und meetic.de. Hauptwettbewerber indes ist das Matchmaking-Angebot parship.de, das wie be2 die Profile seiner User auf wissenschaftlicher Basis abgleicht. be2 sitzt in Luxemburg.

„be2 ist bislang allein durch internationale Expansion gewachsen“, sagt Agenturchef Oliver Hermes, „markenbildende Maßnahmen hat es nicht gegeben.“ Die bei-

den Agenturen – Berger Baader Hermes hat den strategischen, Albion den kreativen Lead – sollen aus dem Produkt eine bekannte Marke machen.



Oliver Hermes Mit be2 spricht der Agenturchef die 30- bis 49-jährigen Singles an.

Das Ziel sei, so Berger, in jedem Land unter die Top 3 zu kommen. Berger Baader Hermes hat die Marke positioniert, die Kampagne entwickelt und setzt sie nun im Herbst mit Albion um.

cob

Foto: Unternehmens