

# Gibt es eine Zukunft für Wensauer & Partner?

Operativ passiert wenig in der Osterholzallee. Fast alle Führungskräfte sind gegangen

Es ist sehr ruhig geworden um Wensauer & Partner in Ludwigsburg. Die Agentur hat viele Jahre lang Werbegeschichte geschrieben. Ihr Gründer und Inhaber Eberhard Wensauer zählte einst zu den bekanntesten Werbern der Republik. Doch zuletzt verlor die Agentur alle



War einer der großen Werber in den 80er- und 90er-Jahren: Eberhard Wensauer

namhaften Kunden, darunter Rauch Fruchtsäfte und Krombacher. In der Folge verließen Führungskräfte das Haus. So wechselte Anfang 2016 Geschäftsleiter Holger Wörner zur Stuttgarter Sahara. Auch ist Prokurist Bodo Wessel dem Vernehmen nach nicht mehr in der Agentur. Zuvor war es Eberhard Wensauer nicht gelungen, eine tragfähige Nachfolgeregelung zu finden. So 2013, als er den heutigen Grey-Chef Dickjan Popema an seine Seite holte. Oder auch 2014, als Wensauer mit Andreas Rausch (heute BSS) und Lukasz Brzozowski (heute Fischer-Appelt) zwei Kandidaten für die Zukunft engagierte. Es klappte nicht. Alle Kandidaten gingen wieder. Wie es weitergeht mit der Agentur? Wensauer will sich dazu nicht äußern. Zumindest nicht jetzt. **\_ph**

# Das Verschmelzen von Medien und Agenturen

Media Plan kauft sich bei Adtraffic ein. Die Mediaagentur aus Baden-Baden holt sich so Digitalkapazitäten ins Haus

Fernsehspots werden über digitale Geräte wie Smartphones zunehmend besser messbar. Das gilt vor allem für das Geschäft mit DR-TV. „Direct Response findet heute in erster Linie über das Web statt und nicht mehr über Callcenter“, sagt Peter Sigl, Managing Director von Media Plan. Eine Mechanik, die die Agentur aus Baden-Baden ursprünglich groß gemacht hat.

Es ist kein Geheimnis, dass Konsumenten mit Smartphones vor dem TV sitzen. Nahezu alle Mediaagenturen arbeiten an Ansätzen, die TV-Spots über das Onlineverhalten der Kon-

sumenten besser messbar machen. Nur der Bereich DR-TV, der in der Regel kleinere Budgets beinhaltet, wurde bislang von den großen Network-Agenturen weitgehend ignoriert. Um so wichtiger nun die Übernahme der Münchner Performance-Agentur Adtraffic durch Media Plan. Damit baut der DR-TV-Spezialist seine Marktstellung aus.

Sigl und sein CEO Frank Lankers hatten sich zuvor mehrere Digitalagenturen angesehen. Die Wahl fiel auf Adtraffic. Vorangegangen waren einige gemeinsame Kundenpro-

jekte wie etwa eine DR-TV- und Onlinekampagne für Weber Haus. „Unter dem Strich passte es einfach“, wie Sigl sagt.



Peter Sigl (o.), Managing Director von Media Plan, und CEO



Frank Lankers übernehmen die Mehrheit an Adtraffic

Das gilt sowohl für die Kompetenzen als auch die Größe. Die Agentur von Geschäftsführer Richard Stinauer beschäftigt acht Mitarbeiter, eine gute Ergänzung für die 50 Mann große Mediaagentur. Zudem kannten sich die Protagonisten aus gemeinsamen Tagen beim Sender Sport1 (damals DSF). Sigl war dort bis 2008 Leiter Marketing und Verkauf, Stinauer arbeitete in der EDV-Abteilung.

Künftig wird Stinauers Team am Media-Plan-

Standort München Kompetenzen in Sachen Suchmaschinenoptimierung (SEO) und -Werbung (SEA), Affiliate Marketing sowie Multi-Channel-Tracking einbringen. Davon sollen vor allem E-Commerce-lastige Kunden profitieren. Zum Portfolio der 1994 gegründeten Agentur gehören der



Adtraffic-Chef Richard Stinauer schlüpft unter das Dach von Media Plan

Wettanbieter Bwin, Lieferheld, der Reiseanbieter Secret Escapes sowie die Onlinesprachschule Babelbelle.