



www.Tschirra.de



MAN KANN NICHT ALLE
GEFAHREN RIECHEN.

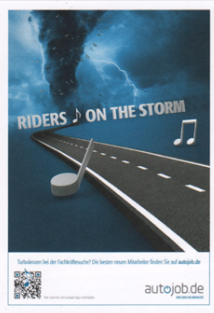
Wir versichern für Unternehmen gegen unterschiedliche Gefahren wie
Hackerangriffe und Datenverlust, Einsatz professioneller Anwälte,
Leistungs- in den Bereichen Prävention und Risikobekämpfung
Haben wir Sie und Ihre Kollegen zu erreichen,
dann wählen wir Sie als Kunde.

Copy Risk Management by Hiscox

BESTER DER BRANCHE DAS JAHR DER WERBUNG 2014



STIHL TV-Spot auf www.youtube.com/MrBloomLeopold



Talentsuche bei der Fachzeitschrift 'Süddeutsche' zusammen mit 'autojob.de'

autojob.de

Links:

[facebook.com/ILikeBloom](https://www.facebook.com/ILikeBloom)
[youtube.com/MrBloomLeopold](https://www.youtube.com/MrBloomLeopold)



www.stoggi.com



MANCHES SCHIEBT MAN
ZU RECHT
GERNE VOR SICH HER.

VIKING



Im Prinzip ganz einfach - je früher Sie uns
einbinden, umso effizienter die Lösung.

Hydraulische Werkzeuge von HAWE - effizient, leistungsstark, flexibel.

SOLUTIONS FOR A WORLD UNDER PRESSURE. WWW.HAWE.DE

HAWE
HYDRAULIK

www.hawe-games.com

KOMMUNIKATIONS-AGENTUR



BLOOM

FIRMENNAME/ADRESSE

Bloom GmbH
Widenmayerstraße 38
80538 München
Telefon +49 89 520306-0
Fax +49 89 520306-15
E-mail: info@bloomproject.de
Internet: www.bloomproject.de

GESCHÄFTSLEITUNG

Thilo Färber, Hans-Peter Hös,
Stefan Neukam, Tina Schumacher

JAHR DER GRÜNDUNG

August 2004

GRUNDKAPITAL

62.500 Euro

MITARBEITER

70, davon 25 in Nürnberg

BILLINGS

29 Mio. Euro

GROSS INCOME

4,385 Mio. Euro

NIEDERLASSUNGEN VERBUNDENE UNTERNEHMEN TOCHTERUNTERNEHMEN

Bloom GmbH Nürnberg
Ajtoschstraße 6
90459 Nürnberg

KUNDEN/REFERENZEN

Allianz Global Investors

Coriant

DMAX

egoFM

Fanorakel

Fissler

Gerhard Polt

Gigaset

HAWE Hydraulik

Henry Schein

Hiscox

ISPO

The Linde Group

Lloyds Banking Group

MAN Finance

meistro Energie

Messe München International

Océo Beauty Drink

Oliver Kahn Stiftung

Paul Green

Sandoz

Siemens

sloggi

Springer Fachmedien

STIHL

torial

TÜV SÜD Akademie

Triumph

Versicherungskammer Bayern

VIKING

FIRMENPHILOSOPHIE

Bloom ist die Agentur für
Communication in Process
Klassische Markenkommunikation
folgte dem Einbahnstraßen-
Prinzip: Unternehmen sandten
Botschaften aus, Kunden reagier-
ten darauf. Es war ein Monolog,
geführt auf allen Kanälen -- jedoch
ohne wirkliche Wechselwirkung
und nachhaltigen Mehrwert.
Zeitgemäßes Story Telling geht
bei Bloom weit über diese oft
beschworene und doch so selten
erfolgreich umgesetzte 360-Grad-
Kommunikation hinaus. Es sind
die glaubwürdigen, authentischen
Botschaften, die heute zählen, und
es ist vor allem die Fähigkeit zum
Dialog. Und das an 365 Tagen im
Jahr.
Ausgehend von der Prämisse,
dass Storys kein klar definiertes
Ende haben, nennen wir unseren
Ansatz: Communication in Process.
Hierbei steht nicht die einzelne
kreative Werbekampagne im
Mittelpunkt, es geht vielmehr
um die Dramaturgie neuer und
involvierender Storys in einem
konstanten Prozess.
Communication in Process ist für
uns gelebtes Know-how, mit dem
wir in einem sich evolutionär stän-
dig wandelnden Consumer-Umfeld
Growth für unsere Kunden schaffen.
National, international und über
alle Channels hinweg.