



Mazda: Ausrutschen auf Werbemitteln

HorizontAusgabe 05/2018 | Seite 7 | 2. Februar 2018
 Auflage: 14.400 | Reichweite: 41.760

Tunnel23

Mazda: Ausrutschen auf Werbemitteln

In der Autokampagne setzt Tunnel23 auf 3D und Interaktion.

Dass ein Auto-Allrad-Antrieb im Winter von Vorteil sein kann, will nun Tunnel23 für die neue Mazda-Kampagne abbilden. Dabei setzt die Digital-Kreativagentur auf eine übergreifende Digital-Strategie mit zahlreichen Werbemitteln. Mittels 3D-Rendering produzierte Tunnel23 Bumper-Ads für YouTube, die Botschaften wie „Machen Sie die Straße zur Piste“ oder „Jeder Untergrund ein guter Grund“ vermitteln. In interaktiven Werbemitteln ließ die Agentur scrollende User mit dem Finger auf dem Werbemittel ausrutschen – was mit der Allrad-Serie von Mazda nicht geschehen kann, so die Message. Tamara Scheiflinger, Online-Mana-

gerin von Mazda: „Wir möchten mit der aktuellen Kampagne auf unsere SUV-Modelle mit i-Activ Allrad auf vielseitige, kreative Art im Onlinebereich aufmerksam machen.“ Für die Kampagne produzierte die Agentur unterschiedliche individuelle Werbemittel. Über Geotargeting in Bezug auf winterliches Wetter spielt die Kampagne verschiedene, an die Zielgruppe angepasste Textmutationen aus. Zusätzlich gibt es eigene Banner-Ads für mobile Endgeräte. **NOH**



Mit Geotargeting und Textmutation sollen die User erreicht werden. © Tunnel23