



Tunnel23 holt Gold

Out-of-Home | Seite 6 | 16. Januar 2018
Auflage: 8.500 | Reichweite: 24.650

Tunnel23

Tunnel23 holt Gold



Die Kampagne zum „Tramwaytag 2016“ der Wiener Linien wurde in der Kategorie „Digital Out-of-Home Interaktiv“ zum Sieger gekürt.

Die Digital-Kreativagentur Tunnel23 nahm beim VAMP Award 2017 eine der begehrten Gold-Trophäen mit nach Hause.

Um den „Tramwaytag 2016“ der Wiener Linien zu promoten, entwickelte Tunnel23 eine innovative Multi-Channel-Strategie, welche die Öffi-Fahrer selbst Teil der Kampagne werden ließ. Über eine Microsite konnte man ein Foto von sich selbst hochladen und daraus ein persönliches Sujet erstellen. In Kooperation mit der Gewista wurden die Gesichter der Wienerinnen und Wiener in Echtzeit auf zahlreichen digitalen Citylights in ganz Wien ausgespielt.

Für Tunnel23 ist das der nächste Award-Erfolg, nachdem die Kreativen mit Affinität zum Digitalen im Oktober bereits fünf Auszeichnungen bei der iab webAD Gala abgestaubt haben. „Diese Kampagne zeigt, wie wichtig das Zusammenspiel aus Idee, Kreation, Technik-Know-how und digitaler Umsetzungsstärke ist, um mit neuen, digitalen Werbeideen zu begeistern“, erklärt Geschäftsführer Michael Katzlberger. Tunnel23 ist eine mehrfach preisgekrönte Kreativagentur für digitale Medien aus Wien. Das 25-köpfige Team realisiert Online- und Mobile-Kommunikationskampagnen von der Konzeption über Design und Umsetzung auf dem neuesten Stand der Technik. Seit 2001 bringt die eigentümergeführte Agentur die aktuellsten technischen Lösungen.