



Kurz und Bündig

HorizontAusgabe 16/2019 | Seite 11 | 19. April 2019
 Auflage: 11.250 | Reichweite: 32.625

Tunnel23

KURZ UND BÜNDIG

70%

Raum für den FCA Jeep Compass: Das garantiert die Fullscreen-Ad, umgesetzt von Publicis Media auf derstandard.at. Das Format, bei dem 70 Prozent Hauptaugenmerk auf dem beworbenen Produkt liegen soll, lässt das von Leo Burnett erstellte Werbemittel sofort im Blickfeld der User erscheinen. Bei Seitenaufruf öffnet sich die Werbung großflächig und der redaktionelle Content wird zu 30 Prozent angezeigt.

Billa und Tunnel23 pecken Eier



Die Agentur Tunnel23 konnte sich zu Jahresbeginn nach einem mehrstufigen Pitch den Online-Etat der Rewe-Tochter sichern und setzt in ihrer ersten Kampagne auf den Spielfaktor. Neben Werbebannern bringt die Kampagne das Spiel „Eierpecken“ mittels interaktivem Understitial auf das Smartphone. Die Osterkampagne soll einen „Vorgeschmack auf unsere umfassenden Pläne im Digitalmarketing bringen“, verrät Tunnel23-Geschäftsführer Diego del Pozo.

© Warda Network

Leiwande ‚Heute‘ mit Etat-Gewinner Isobar



Die Tageszeitung *Heute* hat sich für ihre neue Imagekampagne Isobar an die Seite geholt. Um sich von der Boulevard-Konkurrenz abzuheben, wurde der Claim „*Heute bringt's auf den Punkt*“ zu „*Heute bringt's leiwand auf den Punkt*“ weiterentwickelt. Der erste Flight umfasst TV- und Onlinespots, Hörfunk, Anzeigen und Onlineformate. © Isobar