

< Zurück zur Übersicht



Geschäftsführer Paul Lanzerstorfer und Robert Bogner freuen sich gleich 2x über den CAESAR Werbepreis.

## LINZER ONLINE-MARKETING-AGENTUR PULPMEDIA RÄUMT BEIM CAESAR WERBEPREIS AB

🕒 28. November 2016 | 16:06    👤 Autor: Pulpmedia    📍 Österreich, Oberösterreich

Facebook

Twitter

LinkedIn

XING

Drucken

Linz (A) Im Linzer Design Center wurde der oberösterreichische Werbepreis CAESAR von der Fachgruppe für Werbung und Marktkommunikation der WKOÖ verliehen. Die Linzer Online-Marketing-Agentur Pulpmedia holte sich an diesem Abend gleich zwei der begehrten Trophäen und wurde in den Bereichen Digitales und PR für ihre Arbeiten für Burger King und die OÖ Landessonderausstellung 2015 ausgezeichnet.

### Der oberösterreichische Werbepreis

Bereits zum 30. Mal verlieh die Fachgruppe Werbung und Marktkommunikation der Wirtschaftskammer Oberösterreich den Caesar, um damit herausragende Kreativleistungen des Landes zu würdigen. Der oberösterreichischen Werbepreis wurde am Donnerstag in insgesamt zwölf Kategorien vergeben und lockte knapp 1.000 Gäste ins Linzer Design Center. Das diesjährige Motto "stayhungry" sollte sich an diesem Abend auch für die Linzer Online-Marketing-Agentur Pulpmedia als passend herausstellen. Denn die Überreichung des Caesars in der Kategorie Digitales an Geschäftsführer Robert Bogner war erst der Anfang. Auch in der Kategorie PR konnte das knapp 30-köpfige Team überzeugen und wurde dafür mit einem weiteren Caesar ausgezeichnet. "Dieser Preis ist eine wunderbare Bestätigung dafür, dass wir auch in Zukunft den Hunger unserer Kunden mit viel Engagement und Kreativität stillen werden", so Robert Bogner nach der Verleihung.

### Mit digitaler Kampagne zum Erfolg

Zur Markteinführung des schwarzen Halloween Whopper von Burger King entwickelte die Linzer Agentur die Online-Mystery-


Kampagne "What is Black?". Ziel der Kampagne war es, Aufmerksamkeit zu erzeugen, den Bürger bis zum Tag der Markteinführung aber nicht zu zeigen. Mit Hilfe von unterschiedlichen Maßnahmen in diversen Sozialen Netzwerken und Online-Kanälen gelang es der Agentur, Neugierde aufzubauen und den Traffic auf der Burger-King-Website am Tag Null um beinahe 400% zu steigern. Die durchdachte und professionell inszenierte Kampagne fand auch bei der Jury des oberösterreichischen Werbepreises Anklang und war den Jury-Mitgliedern eine Trophäe wert.


### Eine Hommage auf die Sozialarbeit

Mit ihrer Online-PR-Kampagne zur Bewerbung der Landessonderausstellung 2015 in Gallneukirchen konnte Pulpmedia ebenfalls überzeugen. Mit dem Thema "hilfe. Lebensrisiken, Lebenschancen - Soziale Sicherung in Österreich" setzte die OÖ Landesausstellung 2015 erstmals verstärkt auch auf Online-Kanäle. Im Rahmen der Kampagne wurde das Überthema "Hilfe" auf eine persönliche Ebene heruntergebrochen und jeden Tag eine Person aus dem Sozialbereich auf Facebook porträtiert. Es entstand ein Mosaik oberösterreichischer Helfer, das mehr ist als die Summe seiner Teile. "Besonders freut es mich, dass wir mit einer reinen Online-Kampagne in einer so alt-ehrwürdigen Kategorie wie PR reüssieren konnten", fasst Paul Lanzerstorfer, Geschäftsführer von Pulpmedia, den Abend zusammen.

---

## Pulpmedia GmbH

 Linzer Straße 1, 4040 Linz, Österreich

 +43 732 890208-0

Details



---

[< Zurück zur Übersicht](#)