



© kraftwerk (8)

Wahlspots Bereits 2016 wurden die Wahlspots zur Bundespräsidentenwahl eingesetzt – mit Erfolg.

Ausgezeichnete Social Media-Spots

kraftwerk gewinnt in der Kategorie Social Media & Kurzfilm in Cannes beim Corporate Media & TV Award 2017.

WIEN. Für eine Kampagne aus dem Jahr 2016 wurde Kraftwerk nun in der Kategorie Social Media & Kurzfilm in Cannes beim Corporate Media & TV Award 2017 ausgezeichnet. Der Blick zurück ins Jahr 2016: Was kann man heutzutage tun, um die Wahlbeteiligung wieder steigen zu lassen? Die

Wahlbeteiligung bei den Bundespräsidentenwahlen 2010 lag in Wien nur bei 51,7%. Die Stadt Wien hatte daher das Ziel, die Beteiligung bei der Wahl 2016 signifikant zu steigern. Deshalb wurden im Rahmen der von Kraftwerk konzipierten Kampagne auch verstärkt Maßnahmen zur Gewinnung von

Wählerinnen und Wählern über Social Media gesetzt. Für einen impactstarken Facebook-Auftritt wurden extra verschiedene Kurzspots zum Kampagnenthema „Meine Stimme“ ausgearbeitet. Anstatt eines oberlehrerhaften Ansatzes haben die Spots den Anspruch, zu motivieren. Überzeichnete, österreichische Situa-

tionen und Charaktere verlegen die Wahl aus dem Wahllokal ins tägliche Leben. Sie zeigen auf, wie es sich anfühlt, wenn am Wirtshaustisch oder beim Eistandler einfach für einen entschieden wird – eigentlich schön, dass wir die Wahl haben. Der Erfolg konnte sich sehen lassen: Die Wahlbeteiligung im ersten Wahlgang konnte in Wien, verglichen zur Bundespräsidentenwahl 2010, um mehr als 11% gesteigert werden. Und der Gewinn bei den Corporate Media & TV Awards 2017 ist für Kraftwerk beinahe so schön, wie das Vertrauen der Stadt Wien in die Leistung und Kreativität von kraftwerk. Aktuell wird gerade unter Hochdruck an der Wahlmotivationskampagne für die anstehende Nationalratswahl gearbeitet. (mf)



In dieser Woche wurden die Wahlspots für die Nationalratswahl 2017 gedreht, die in den kommenden Wochen vor der Wahl zum Einsatz kommen werden.