

ADGAR 2018 KREATIVER EINSATZ VON ONLINEWERBUNG

ADGAR | Seite 66 | 12. März 2018
Reichweite: 0

Tunnel23

ADGAR 2018 KREATIVER EINSATZ VON ONLINEWERBUNG

Mit der „Schnurrenden Katze“ für die **Allianz Versicherung Österreich** streichelte sich **TUNNEL23** zum Sieg in der Sonderpreis-Kategorie Kreativer Einsatz von Printwerbung. Passend zum Produkt „Hausterversicherung“ konnten die User beim Streicheln des Katzen-Screens durch das Vibrieren ihrer Smartphones einen echten Schnurr-Effekt in der eigenen Hand spüren. Vor allem „die professionelle Umsetzung dieser innovativen Werbeform“ beeindruckte die Juroren.

ALLIANZ SCHNURRENDE KATZE
ALLIANZ ELEMENTAR VERSICHERUNGS-
AKTIENGESELLSCHAFT

MEDIAAGENTUR LINK: **TUNNEL23** Werbeagentur GmbH
<https://vimeo.com/227717486>

Jury Vorsitz: Prof. Hans-Jürgen Manstein (Manstein Verlag)
Harry Bergmann (Demner, Merticek & Bergmann), Eduard Böhrer (Wien Nord), Reinhard Bösenkopf (Cayenne), Jürgen Colombini (Unique), Marco De Felice (DDFB), Winfried Eberl (Agrar Verlag), Max Hafele (Moser Holding), Helmut Hanusch (Verlagsgruppe News), Klaus Haslauer (Lidl Austria), Sonja Himmer (Himmer, Buchheim & Partner), Raimund Jacoba (Gewinn), Andreas Janzek (Kleine Zeitung), Franziska Keck (Die Presse), Daniel Kleinmann (Reichl und Partner), Rudi Kobza (Kobza Media), Barbara Kociper (Kurier), Peter Lammerhuber (GroupM Austria), Robert Langenberger (Styria Multi Media), Gertraud Lankes (Mediaprint), Beate McGinn (Verbund), Friederike Müller-Wernhart (MindShare), Michael Oblasser (Mercedes-Benz Österreich), Maria Oppitz (Verlagsgruppe News), Elisabeth Pramendorfer (Salzburger Nachrichten), Leodegar Pruschak (RZB), Oliver Schmerold (ÖAMTC), Andreas Spielvogel (DDB), Mario Stadler (Erste Bank), Erwin Vaskovich (Publicis Media Austria), Claudia Volak (ÖAMTC-Verlag), Johan von Gersdorff (Serviceplan Austria) und Paul Weis (Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien)

66 ADGAR 2018