

**Gewusst wie**

Der Frühling läutet die Grillsaison ein. Kotányi hat sich Functn ins Boot geholt, um dazu zu informieren.

ierten Grillgewürze im Zentrum. Gegensätze werden dabei nicht als Hindernis betrachtet, sondern als Chance, die individuelle Kreativität zu entfalten.

Ansprechend umgesetzt

Ob saftiger Fisch oder aromatischer Tofu, ob gemütliches Beisammensein im kleinen Kreis oder festliches Grillen mit vielen Gästen – Kotányi unterstützt jedes Grillvorhaben. All das wird von Functn nun in Szene gesetzt, damit alle auch die Informationen bekommen. Durch kreative Ansätze und eine zugängliche Darstellung möchte Functn Menschen aller Grill-Erfahrungsstufen ansprechen und sie dazu ermutigen, ihre individuellen Vorlieben zu erkunden. Entwickelt wurden informative Blogartikel mit Grilltipps und -rezepten sowie praktische Einkaufslisten. Diese Inhalte wurden gezielt online auf der Kotányi-Website platziert und auch für die Sozialen Netzwerke aufbereitet. Alles wird mit ansprechendem Design präsentiert, um die Nutzer zum Grillen zu inspirieren und die Kreativität der Grillliebhaber zu fördern. (red)

Kreatives Grillen

Die Digitalexperten von Functn haben mit Kotányi die Kampagne „Ich grill wie ich will“ umgesetzt.

WIEN. Die Grillsaison steht vor der Tür und mit ihr die Vielzahl an Möglichkeiten, zu grillen. Kotányi hat in Kooperation mit der Digitalagentur Functn aus diesem Grund die informative Grillkampagne „Ich grill wie ich will“ lanciert. Diese zielt darauf

ab, die Kreativität und Individualität beim Grillen zu fördern und den Menschen zu zeigen, dass Grillen mehr ist als nur das Zubereiten von Speisen.

Das Agenturteam hat sich zum Ziel gesetzt, die Vielfalt und Freude am Grillen in der Kam-

pagne breitentauglich einzufangen. Es geht darum, die Vielfalt der Zutaten zu erkunden, neue Geschmacksrichtungen zu entdecken und ein gemeinsames Erlebnis mit Freunden und Familie zu genießen. Dabei stehen natürlich auch die eigens kre-



| Alle Kommunikationspartner auf einen Blick

Glasfaser in Szene setzen

Tunnel23 war bildgewaltig für die öGIG tätig.

WIEN. Die Österreichische Glasfaser-Infrastrukturgesellschaft (öGIG) will die digitale Kluft zwischen Stadt und Land mit ihrem Glasfasernetz schließen – bald in 150.000 Haushalten in ganz Österreich. Mit ausschlaggebend dafür ist das zentrale Element der Kampagne, die Produktmarke öFiber, die von der Wiener Kreativagentur Tunnel23 entwickelt wurde.

Die Produktmarke erklärt einfach und verständlich, welche Vorteile sie bringt. Zwei Jahre nach dem Launch wurden Marke und Kampagne zu Jahresbeginn einer Auffrischung unterzogen, um, basierend auf den Learnings, die User Journey noch besser abzubilden und die Zielgruppe vom ersten Kontakt in der zum fertigen Anschluss und darüber hinaus zu erreichen. (red)

