

Die Innovationstreiber

Die Agentur Tunnel23 bietet ihren Kunden die komplette Realisierung digitaler Dienstleistungen an und steht in der Branche für innovative Projekte.

WIEN. Ende der 90er-Jahre hat Michael Katzlberger in seinem Wohnzimmer begonnen, die ersten Online-Kampagnen Österreichs zu erstellen. Seine Vision: Print und TV werden in naher Zukunft digital und damit der Werbung ein nie dagewesenen Innovationsschub verleihen.

Die Hartnäckigkeit hat sich bezahlt gemacht, 2007 startet die Agentur Tunnel23 mit digitaler DNA richtig durch. Diego del Pozo wird Teil des Unternehmens, sorgt für Struktur und eine steile Wachstumskurve.

„Zunächst unterstützte ich in der Kundenbetreuung und half, Projekte abzuwickeln. Je größer das Unternehmen wurde, desto wichtiger wurde es, entsprechende Strukturen zu schaffen und über die Zeit anzupassen“, so del Pozo über seine Tätigkeit.

Gemeinsam mit Katzlberger leitet er die Agentur, die mittlerweile aus 27 Personen besteht.

Große Konzernkunden

„Ein Schlüsselkunde war für uns tele.ring. Das Telekommunikationsunternehmen war immer schon sehr experimentierfreudig und hatte den Mut für besonders ausgefeilte Kampagnen, oft auch mit technischem Schwerpunkt. Das hat uns in unserer Entwicklung sehr geholfen und unser Image als Innovationstreiber auf dem österreichischen Markt gestärkt“, erzählt Katzlberger.

Tunnel23 betreut unter anderem große Konzernkunden wie T-Mobile, Mazda, Ikea und die Allianz und bietet dabei die komplette Realisierung digitaler Kreativleistungen aus einer Hand – von der Konzeption bis hin zur fertigen Umsetzung.

„Die meisten unserer Kunden kommen auf Empfehlung. Wir denken uns keine abgehobenen Konzepte aus, die wir nicht umsetzen können. Wir haben das gesamte Know-how im Haus



© Tunnel23 (2)

Tunnel23 bewegt sich im breiten Feld der Onlinekommunikation. Neben Kampagnen setzt man auch Innovationsprojekte im Bereich der Künstlichen Intelligenz (KI), z.B. für *Der Standard* um. So ist es möglich, derStandard.at über den Sprachroboter Alexa von Amazon abzurufen. „Das war eines unserer ersten KI-Projekte, das abgehoben hat. Mittlerweile präsentieren wir bei unseren Kunden kaum mehr Konzepte, die nicht zumindest eine KI-Idee beinhalten“, so Katzlberger.

Bei all der Begeisterung zieht man jedoch einen klaren Trennstrich: „Wir sind eine digitale Kreativagentur und keine Softwarefirma“, sagt del Pozo; „natürlich stellt sich immer die Frage, wo ist die Grenze? Ab wann ist das Projekt zu IT-lastig? Wir programmieren beispielsweise keine Onlineshops, setzen uns aber sehr wohl mit deren Gestaltung und Optimierung der User Experience auseinander.“

Spezialgebiet: Bewegtbild

Das Thema Bewegtbild ist eines der Spezialgebiete von Tunnel23, dem man sich begeistert in allen Facetten widmet. „Wir weisen unsere Kunden oft auf Synergien hin, vor allem, wenn es um die effiziente Umsetzung geht. Die Sitebar – eines der populärsten Werbemittel am ös-

und sind bekannt dafür, dass wir innovative Projekte auch auf den Boden bringen“, so Katzlberger.

Keine Netzwerkagentur

Tunnel23 setzt hin und wieder auch Projekte in Zusammenarbeit mit klassischen Werbeagenturen um. „Manchmal entsteht dabei der Eindruck, wir würden zu einer anderen Agentur oder deren Netzwerk gehören. Das Gegenteil ist jedoch der Fall: Wir werden so gut wie ausschließlich direkt vom Kunden beauftragt und gehören zu keinem Netzwerk. Darauf sind wir stolz und können dadurch auch unabhängiger und flexibler agieren, als unsere Konkurrenz. Davon profitiert natürlich auch der Kunde“, so del Pozo.

Team

Michael Katzlberger und Diego del Pozo führen gemeinsam die Agentur.



Mitarbeiter

Im Jahr 2007 startete Tunnel23 als digitale Agentur richtig durch – heute, elf Jahre später, sind für die Agentur 27 Mitarbeiter tätig, die zahlreiche Projekte realisieren.

