

Platz an der Spitze der Werbebranche

Agency Log #43: „People first, digital second“, sagt Diego del Pozo, geschäftsführender Gesellschafter von Tunnel23.



© Tunnel23

... Von Petra Stückler

Die Herausforderungen in Zeiten digitalen Wandels und anhaltender Krisen sind groß. Diego del Pozo, Mehrheitseigentümer der Tunnel23 Werbeagentur GmbH, erzählt im Agency Log#43 mit medianet-Herausgeber Chris Radda über die Entwicklung

des Marktes und seines Unternehmens. Dabei stellt er, dem Firmenclaim entsprechend, klar: Der Mensch kommt immer zuerst.

Seit zwei Jahrzehnten ist die Agentur tätig, der studierte Betriebswirtschafter organisiert die einstmalige Start-up-Digitalagentur bewusst vom werblich-technologischen Unternehmen zur kreativen Werbeschmiede.

Vom Start-up an die Spitze

Der Claim „People first, digital second“ gilt als Richtschnur für seine Kunden und 25 Mitarbeiter. Über den Beginn erzählt er: „Es ist fünfzehn Jahre her, dass ich dazugekommen bin, da hatte das Ganze noch Start-up-Charakter und das Digitalgeschäft war noch in den Kinderschuhen. Es war wenig beachtet von der restlichen Werbebranche, und

die, die sich recht früh involviert haben, waren maßgeblich Mediaagenturen. Und wir haben uns relativ schnell einen Namen gemacht mit sehr guter digitaler Execution.“

Zu Beginn war das Unternehmen auch als Sublieferant tätig, doch schon bald setzte man nur noch auf das direkte Geschäft mit den Kunden und konnte erfolgreich reüssieren. Mit Magen-