



Die Goldkinder gewinnen Pitch um Mobilitätsagentur Wien an BILD

10.03.2022 | 11.03.2022 | Kunde: Die Goldkinder | Ressort: Medien
Österreich | Medieninformation

Die Wiener Full-Service-Kreativagentur konnte sich im Pitch um den Mobilitätsagentur Wien durchsetzen und wird das Unternehmen ab sofort mit einem neuem, ganzheitlichen Kommunikationskonzept begleiten.

Bild zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © Die Goldkinder

Wien (LCG) – Die Wiener Kreativagentur setzt sich in einem Ausschreibungsverfahren der Mobilitätsagentur Wien rund um die Kommunikation zur städtischen Förderung des Radverkehrs und zum Radfahren in Wien gegen drei weitere Agenturen durch. Nach dem Pitcherfolg reiht sich das Unternehmen der Stadt Wien in das namhafte Kundenportfolio der Goldkinder mit unter anderem Vöslauer Mineralwasser, Julius Meinl, Felix Austria, Maggi, Syoss und KitKat ein.

„Die Stadt Wien fördert den Radverkehr seit Jahren konsequent. In den kommenden Jahren wird noch stärker in den Ausbau des Radverkehrsnetzes investiert – was nicht nur auf eine höhere Lebensqualität der Wienerinnen und Wiener positiv einwirkt, sondern insbesondere auch auf den Klimaschutz. Die Kreativagentur Goldkinder konnte uns in ihrer Kommunikationsstrategie mit ihrem präzisen Verständnis für die Zielgruppen sowie für das große Anliegen der Stadt Wien überzeugen“, so **Kathrin Ivancsits**, Mobilitätsagentur Wien.

„Wir freuen uns sehr, die Mobilitätsagentur Wien bei diesem wichtigen Schritt in eine klimafreundliche Zukunft zu begleiten. Die Ausweitung der Radinfrastruktur bedeutet langfristig große Freude, die hierfür notwendigen Baustellen vermutlich ein bisschen weniger. Deshalb möchten wir die Wiener Bevölkerung von Beginn an für die Maßnahmen und das schlussendlich positive Ergebnis begeistern. Die geplante Kampagne setzt bereits bei der Baustellenkommunikation auf lokaler ‚Grätzel-Ebene‘ an und wird um eine übergeordnete Image-Kampagne verlängert. Die Umsetzung erfolgt über einen Mediamix aus Out of Home, Events, Digital und Baustellen-Brandings. Zudem wird es noch weitere Maßnahmen geben, um die Kampagne in das Wiener Stadtbild einfließen zu lassen“, kommentiert Die-Goldkinder-Geschäftsführer und Creative Director **Michael Stebegg** .

Das 360-Grad-Kommunikationskonzept soll ab April 2022 auf sämtlichen Kanälen starten.

Über die Goldkinder

Die Goldkinder sind eine eigentümergeführte Kreativagentur mit Sitz in Wien und Berlin (Deutschland) und betreut seit 2007 namhafte österreichische-und internationale Marken sowie Großunternehmen. Das rund 15-köpfige Wiener Kreativteam deckt mit seinem Know-how das gesamte Leistungsspektrum der Kommunikation ab - von Full-Service-Kreation, digitalem Know-how bis zum strategischen Lead. Die Goldkinder gestalten umfassende Kommunikationsstrategien für unter anderem Vöslauer Mineralwasser, Syoss, Julius Meinl, Maggi, Felix, KitKat, Knusperli und Thermalbad Vöslau. Mit ihren zahlreichen Auszeichnungen, darunter zuletzt der iab WebAd, CCA-Venus, der Deutsche Preis für Onlinekommunikation sowie der Deutsche PR-

Preis, zählen die Goldkinder zu den vielfach prämierten Kreativagenturen des Landes. Weitere Informationen auf diegoldkinder.at .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild-und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at (Schluss)