

Innovative showcase

» Canal+ Austria

City Lights-, Plakat- und digitale City-Lights-Mix-Kampagne in Wien und Graz

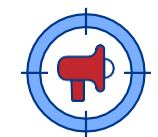
KAMPAGNE

Sternstunde der Mörder



HERAUSFORDERUNG

Serie mit begrenzter Bekanntheit sichtbar machen und gleichzeitig hohe Reichweite + „Talk of Town“ im urbanen Raum erzielen.



ZIEL

Hohe Awareness und Reichweite zum Serienstart und CANAL+ als Anbieter hochwertiger Serien inszenieren.



LÖSUNG

Kombination aus Reichweitenmedien und Sonderinszenierung: Breite Präsenz + Wartehallen-Totallook als Eyecatcher und Gesprächsthema.



ZIELGRUPPE

- 20–59, urban, medien- und serienaffin.
- Pendler:innen, Berufstätige und Freizeitpublikum in Wien und Graz.

PRODUKT

- Historische Krimiserie „Sternstunde der Mörder“ als CANAL+ Highlight.

AKTIVIERTE KANÄLE

- City Light Poster, 16/1-Plakate, digitale City Lights in Wien & Graz.
- Wartehallen-Totallook als Sonderumsetzung



[Link zum Video](#)



Österreich hat unglaublich viele starke Produktionen und Sternstunde der Mörder gehört definitiv zu den Highlights. Als Entertainment-Plattform wollen wir bei CANAL+ mit Live-TV, Sport und Streaming unterhalten. Genau diesen Zugang wollten wir auch mit unserer außergewöhnlichen Out-of-Home-Aktion bieten und freuen uns sehr, dass die Umsetzung so gelungen ist.

Louise Royer

Marketing Director Canal+ Austria