

Werbeboten - Tragbare Werbung

Gründer des Monats Juni

erschieden in der Financial Times Deutschland

am 06.07.2010

TRAGBARE WERBUNG

Plakatwand war gestern – die Gründer des Startups Werbeboten.de stecken Studenten in T-Shirts mit Werbeslogans

Manche Leute geben für einen guten Job einfach alles. Etwa die Studentin, die unter dem Namen „Juli“ ein Video bei Youtube eingestellt hat. Darin vollführt sie vor einem vollgestopften Bücherregal einen perfekten Handstand – um dann zu verkünden: „Ich weiß, dass ich mich in Zukunft nicht mehr auf den Kopf stellen muss, um Bücher zu kaufen.“ Der Grund für Julis positiven Blick in die Zukunft ist die Internet-Bücherbörse Bookya. Deren Schriftzug prangt auf dem T-Shirt, das sie trägt.

Juli arbeitet für das Startup Werbeboten. Das gründeten die Leipziger Sandro Günther, Mario Körösi und Andreas Pfau im vergangenen Jahr. Deren Geschäftsidee: Junge Menschen, eben Werbeboten, tragen tagesweise T-Shirts mit Firmenlogos oder Werbeslogans. Noch besser finden die Gründer, wenn die Werbeboten über die beworbenen Firmen in Internetblogs schreiben oder Videos ins Netz stellen – so wie Akrobatin Juli.

Auf die Idee für ihr Unternehmen kamen die Gründer durch einen Artikel über einen Amerikaner, der gegen Bezahlung jeden Tag ein anderes Firmen-T-Shirt trägt. „Das kann man

doch auch massentauglich machen“, dachten sich die drei. Inzwischen haben sie vier Werbekampagnen organisiert und 1000 Boten angeworben, denen sie für ihre Einsätze 15 bis 25 € pro Tag zahlen.

Grundvoraussetzung, um als Werbebote arbeiten zu können, ist ein großes Netzwerk. Schließlich sollen ja möglichst viele Menschen auf T-Shirt, Blogbeiträge und Videos aufmerksam werden. „Viele unserer Werbeboten haben mehr als 1000 Facebook-Freunde“, sagt Günther. Wichtig sind auch die Hobbys und Interessen der Werbeboten. Mithilfe dieser Informationen wollen die Gründer die Kampagnen gezielt in die richtigen Interessengruppen hineinbringen.

Darüber hinaus sollten sie sich mit dem beworbenen Unternehmen identifizieren, sagt Günther: „Wir wollen nicht, dass die Werbeboten sich wie laufende Litfaßsäulen fühlen, sondern die T-Shirts gern tragen.“ Darum dürfen die Boten auch Vorschläge für Slogans abgeben und darüber abstimmen. Ein großer Vorteil für die werbetreibenden Firmen, sagt Körösi: „Dann tragen unsere Werbeboten die Shirts auch noch nach der Kampagne gern.“ *Hannes Alpen* □



ZIELGENAU

Die Gründer Sandro Günther, Andreas Pfau und Mario Körösi (v. l.) suchen zu jeder Kampagne Werbeboten aus der passenden Zielgruppe

Die Nutzer von FTD.de wählen monatlich aus aktuellen Wochensiegern den neuen Gründer des Monats: <http://enable.ftd.de/marktplatz/>