

T-Shirt Guerillas: Werbeboten - Kampagnen für Unternehmen

erschieden im Guerilla marketing blog

am 31.03.2010

T-Shirt Guerillas: Werbeboten - Kampagnen für Unternehmen

Das Prinzip ist einfach: Werbebotschaften auf T-Shirts. Der Guerilla Gedanke dahinter: "mobile Werbeflächen" , die sich direkt in der Zielgruppe bewegen.

Auf dieses Guerilla Prinzip setzt auch das Leipziger Unternehmen Werbeboten Media UG - Agentur für kreative Werbung. Die Agentur erweitert den Gedanken von iwearyourshirt.com, einem Guerilla Marketing und Social Media Marketing Tool, dass in der USA bereits recht erfolgreich ist.

Das Konzept der Agentur kombiniert T-Shirt Werbung mit "Online-Mundpropaganda" und soll Unternehmen dabei unterstützen, Multiplikatoren innerhalb der eigenen Zielgruppe besser identifizieren und nutzen zu können. Diese Multiplikatoren verbreiten die Werbebotschaft aber idealerweise nicht nur durch das Tragen von T-Shirts, sondern berichten über die Kampagne auch in unterschiedlichen Online-Medien und sorgen so für weitere Aufmerksamkeit– entweder für das Produkt selbst oder z. B. eine entsprechende Landingpage im Web. Entscheidend für das direkte Wirken der Guerilla Kampagne ist aber vorab eine genaue Analyse der Zielgruppe, sowie die Auswahl wirklich zuverlässiger und passender „Werbeboten“. Ansonsten läuft das auftraggebende Unternehmen Gefahr, dass die von ihm beworbenen Produkte auf den Shirts gar nicht oder nur unzureichend wahrgenommen werden. Durch die zusätzliche Nutzung von Online-Medien kann eine gesteigerte Aufmerksamkeit erzeugt werden, wenn der Plan in der jeweiligen Zielgruppe aufgeht und sich die Zielgruppe auch tatsächlich in den gewählten Online-Medien bewegt.

Die von der Agentur ausgesendeten „Werbeboten“ sind v.a. Studenten und junge Menschen, die entsprechend ihrer medialen Reichweite und Interessen kategorisiert werden. So werden möglichst aktive Multiplikatoren identifiziert, die auch die Social Media –Komponente der Kampagne anstoßen können. Die Werbeboten stellen aber primär eine Art „mobile Werbefläche“ dar und bewegen sich in und mit der Zielgruppe z. B. in der Uni, auf Partys etc.



Verbindung von klassischer - und viraler Online Werbung

Wichtiger Aspekt einer Werbeboten-Kampagne ist das Berichten der Werbeboten über ihre Twitter- und Facebook-Accounts oder Blogs, welches T-Shirt getragen wurde und wer der Auftraggeber war. Durch Competitions und bestimmte Aufgaben, die in direkter Verbindung mit dem T-Shirt bzw. dem Produkt stehen, kann die Verbreitung der Werbebotschaft im Netzwerk zusätzlich beschleunigt werden. Mit den richtigen Anreizen rund um die T-Shirt-Kampagne soll so eine Wahrnehmung erzeugt werden, die über das bloße Tragen von T-Shirts hinausgeht, um wesentlich mehr Personen der Zielgruppe ohne große Streuverluste zu erreichen. Am Ende erhält das werbetreibende Unternehmen eine detaillierte Auswertung der Kampagne, um den Erfolg anhand möglichst vieler Kennzahlen bestimmen zu können. Sandro Günther und Mario Körösi von werbeboten.de: „Wir glauben daran, dass die Brücke zwischen T-Shirt und Onlinewelt geschlagen werden kann. Das konnten wir und andere bereits mehrfach beweisen. Über witzige, außergewöhnliche und aufregende Kleidung und Aktivitäten wird immer gesprochen – auch online.“

Beispiel: Guerilla-Kampagne mit Unideal.de

Die aktuelle Kampagne für Unideal.de ist soeben gestartet. Im ersten Schritt wurde für die potentiellen Werbeboten ein Ideenwettbewerb veranstaltet, um mehr Involvement für die T-Shirt-Kampagne zu entwickeln bei dem bisher über 150 Ideen von potentiellen Werbeboten eingingen. Anschließend wählt die Community einen Sieger aus und interessierte Werbeboten können sich bewerben. Es werden zur Kampagne passende Bewerber ausgewählt, für die das T-Shirt speziell angefertigt wird. Die Werbeboten tragen das T-Shirt einen Tag lang und schreiben einen kurzen Kommentar darüber in Ihren Facebookprofilen, welcher einen speziellen Trackinglink enthält. Wer zusätzlich noch ein witziges Foto von sich und dem T-Shirt einstellt erhält eine extra Prämie.