



## Pressemitteilung

### Soziale Kampagnen zur WM: webguerillas rufen zum „Anstoß“ auf

Die Fußball-Weltmeisterschaft verspricht ein Fest für alle zu werden. Sie bietet aber auch einen guten Rahmen, um auf Themen aufmerksam zu machen, die sonst weniger Beachtung finden. Die Münchner Agentur webguerillas, Teil der Robert & Horst Agenturgruppe, will die Aufmerksamkeit der Besucher während der WM nutzen, um die Themen gemeinnütziger Organisationen mit Guerilla- und Viral-Aktionen publik zu machen. Die webguerillas bieten allen Werbekreativen an, sich an diesem Denk-„anstoß“-Konzept zu beteiligen. Dazu stellt die Agentur verschiedene Logo-Varianten mit dem Claim „anstoß – Themen fern vom grünen Rasen“ zum kostenlosen Download zur Verfügung. Der Grund, warum die webguerillas zur WM eine solche „offene Agentur“ betreiben wollen: Gemeinsam fallen gemeinnützige Aktionen eher auf - und können somit mehr bewirken.

München, 10. April 2006 – Wer kennt sie nicht, die „Tipp-Kick-Figuren“, die zum Torschuss ausholenden Tischfußballer aus Plastik mit dem roten Drücker auf dem Kopf. Diese von ihnen ausgehende Vitalität und Stärke fehlt vielen Bedürftigen. Und so schufen die webguerillas neue „Tipp-Kick-Figuren“, die anders sind, als man sie normalerweise kennt. Die Figuren erinnern an Minenopfer, Obdachlose und Kinder, die Hunger leiden. Vier dieser Motive haben die webguerillas zunächst entworfen. Sie dienen als Logo-Varianten für soziale Kampagnen, die die webguerillas während der WM unentgeltlich für gemeinnützige Organisationen planen. Der Name des Projekts: „anstoß – Themen fern vom grünen Rasen“.

„Guerilla Marketing heißt: die Denkrichtung ändern, Dinge neu sehen und anders machen als gewohnt. Dafür bietet das WM sehr gute Rahmenbedingungen. Auch wenn es eine echte Herausforderung ist, zwischen allen WM-Aktionen aufzufallen“, sagt David Eicher, Geschäftsführer der webguerillas und Geschäftsführer von Robert & Horst Marketing GmbH. „Aber, wenn wir genügend kreative Mitstreiter finden, sollte uns das gelingen. Das Logo des ‚anstoß‘-Projekts ist jedenfalls so flexibel, dass es den unterschiedlichen Werbeaktionen angepasst werden kann“.

Diese „Tipp-Kick-Logos“ stellen die webguerillas allen Engagierten zur Verfügung, die ebenfalls die Fußball-Weltmeisterschaft als Podium für gemeinnützige Themen nutzen wollen. „Wir begreifen uns in diesem Fall als ‚offene Agentur‘. Wir laden alle Kreativen Deutschlands - insbesondere natürlich die Werbeguerilleros – ein, mit eigenen Aktionen für eine soziale Organisation ihrer Wahl mitzumachen. Gerade zu diesem Zeitpunkt kann man für diese Themen Gehör finden. Und gemeinsam sind wir stärker“, sagt David Eicher.

Die webguerillas bieten die zentrale Plattform der Aktivitäten an: das Dachmotto, das Logo, die Website (ist in Planung) und bei Bedarf auch die PR-Arbeit.

Die webguerillas selbst werden im Juni 2006 fünf Guerilla-Aktionen für gemeinnützige Einrichtungen durchführen – mit den fünf Logos und dem Claim: „anstoß – Themen fern vom grünen Rasen“.

Die R&H Agenturgruppe in Kürze: Zur Robert & Horst Agenturgruppe ([www.robertundhorst.de](http://www.robertundhorst.de)) gehören im Kern die Robert & Horst Marketing GmbH sowie die webguerillas GmbH. Die Werber sind spezialisiert auf crossmediale Kampagnen mit Online- und Offline-Maßnahmen, die auffallend und originell genug sind, um zugleich in den Zielgruppen virales Marketing (Mundpropaganda) auszulösen. Robert & Horst (R&H) verlässt gerne etablierte Werbepfade. Für Special Services wie virales Marketing im Internet oder Guerilla-Marketing gründete R&H im Jahr 2001 das Spin-off webguerillas ([www.webguerillas.de](http://www.webguerillas.de)). Die jüngsten internationalen Preise belegen den Erfolg der Full-Service-Agentur. Unter anderem wurde R&H 2005 mit dem if Designaward für den Online-„Handlesers“ des Kunden T-Online ausgezeichnet. Für denselben Kunden schaffte es R&H 2004 mit der Online-„Cash-Machine“ auf die Shortlist der Cyberlions in Cannes und gewann eine Bronzemedaille bei den New York Festivals sowie eine Gold-Medaille bei dem Deutschen Dialogmarketingpreis 2006. Weitere Kunden sind u. a. Lee Jeans, weg.de, Buena Vista Home Entertainment, Logitech, Hudson, die Bavaria Film-Gruppe und sueddeutsche.de. Mittlerweile arbeiten 33 Mitarbeiter an drei Standorten (München, Wiesbaden und Rheda-Wiedenbrück) für die Agenturgruppe. Die Agentur Robert & Horst wurde 1997 in München gegründet.

Für weitere Informationen steht Ihnen gerne zur Verfügung:

Henriette zu Dohna

Medien-Referentin

Robert & Horst Agenturgruppe

Pestalozzistr. 13-15, 80469 München

Tel: +49-89-235552-0

Mob: +49-176-24066941

E-Mail: [hd@robertundhorst.de](mailto:hd@robertundhorst.de)

webguerillas

