



## Pressemitteilung

### T-Mobile funkt mit den webguerillas

**Die Münchner Agentur webguerillas hat T-Mobile als Kunden gewonnen. Die Agentur für Alternative Werbeformen entwickelt für den Telekommunikationskonzern ein Event-Konzept und eine virale Kampagne.**

01. August 2007, München - Nach dem Screening mehrerer Agenturen hat sich T-Mobile Deutschland entschieden, im Bereich alternativer Werbung künftig mit der Agentur webguerillas zusammenzuarbeiten. Die Münchner Spezialisten für Guerilla, Viral und Buzz Marketing erhielten aus der Bonner Zentrale des Mobilfunkanbieters zunächst zwei Aufträge: Unter dem Dachmotto „Quatsch dich leer“ sollten sie alternative Webeansätze für zwei neue T-Mobile-Angebote entwickeln – ein Event mit viralem Charakter für das Tarifangebot „Max Friends“ sowie eine virale Kampagne für das Prepaid-Angebot „Xtra Nonstop“.

Die erste Aktion der webguerillas - für das T-Mobile-Angebot „MaxFriends“ – steht kurz vor dem Start: der „Quatsch-Dich-leer-Contest“, bei dem die Teilnehmer ununterbrochen miteinander quatschen. Jeweils zwei Personen können sich online (unter [www.quatsch-dich-leer.de](http://www.quatsch-dich-leer.de)) bewerben, die ausgewählten Teams treten am 31. August 2007 in vier Städten Deutschlands (Hamburg, München, Köln, und Berlin) gegeneinander an. Ihre Aufgabe ist es, ohne Unterbrechung miteinander zu reden, und zwar solange, bis sie völlig „leer gequatscht“ sind oder einfach erschöpft aufgeben. Wer mehr als zehn Sekunden Pause macht, scheidet aus. Die Gewinner bekommen 10.000 Euro. T-Mobile und die webguerillas haben das Ziel, mit dem Siegerteam des Dauerquatsch-Wettbewerbs ins Guinnessbuch der Rekorde zu kommen. Der Tarif „Max Friends“ richtet sich vor allem an junge Leute zwischen 18 und 25 Jahren.

Das Kommunikationsdach „Quatsch Dich leer“ stammt aus der T-Mobile-Klassikkampagne. Die webguerillas ergänzen dieses Motto um eine alternative Ansprache in Form des „Quatsch-Dich-leer“-Contests und verknüpfen damit das klassische Marketing mit einer viralen Kampagne und Event-Strategien.

Neben Idee und Konzeption des Wettbewerbs haben die webguerillas auch die Aufgabe, Media- und Seedingstrategien für alle nicht klassischen Kommunikationskanäle zu entwickeln (zum Beispiel virale Elemente und Blogpromotion).

T-Mobile ist – neben T-Online und T-Com – das dritte Unternehmen des Telekom-Konzerns, das die webguerillas und ihre Schwesteragentur Robert & Horst betreuen. Mit T-Online arbeiten die webguerillas seit 2004 zusammen und erhielten mehrere internationale Preise für die Kampagnen „Geld abheben“, „Handscanner“ und „Fankurve“. Für die T-Com entwickelten die webguerillas in diesem Frühjahr virale Aktionen für die Community-Plattform wirsind.de.

**Die webguerillas in Kürze:** Die Agentur webguerillas ([www.webguerillas.de](http://www.webguerillas.de)) gehört zur Robert & Horst Agenturgruppe ([www.robertundhorst.de](http://www.robertundhorst.de)). Die Gruppe ist spezialisiert auf crossmediale Kampagnen, die auffallend und originell genug sind, um in den Zielgruppen virales Marketing (Mundpropaganda) auszulösen. Dazu verlässt sie gerne etablierte Werbepfade. Für spezielle Anforderungen wie virales Marketing im Internet oder Guerilla-Marketing gründeten Robert & Horst im Jahr 2001 das Spin-off webguerillas ([www.webguerillas.de](http://www.webguerillas.de)). Zu den Kunden der Agenturgruppe gehören unter anderem Sixt, Saab, Tomorrow Focus, Webasto, T-Online, T-Com, T-Mobile, Henkel, Simyo, Lee Jeans, Buena Vista Home Entertainment, Logitech, Experteer und die Bavaria Film-Gruppe. Mehrere internationale Preise im Jahr 2007 – darunter drei Awards der amerikanischen Web Marketing Association sowie Bronze auf den New York Festivals – belegen den Erfolg der Full-Service-Agentur. 2006 erhielten R&H für die Online-„Cash-Machine“ (Kunde: T-Online) den W3-Award in Gold der International Academy of Visual Arts, den Deutschen Dialogmarketingpreis in Gold und eine Bronzemedaille bei den New York Festivals. In seinem Weblog „Brainwash“ informiert Mitgründer und Sprecher der Geschäftsführung David Eicher über aktuelles Marketing-Geschehen, über Best-Practice und Trends in Alternativen Werbeformen. Eichers Blog gehört zu den 100 wichtigsten deutschsprachigen Business-Blogs (Quelle: [www.top100-business-blogs.de](http://www.top100-business-blogs.de)).

Websites: [www.robertundhorst.de](http://www.robertundhorst.de), [www.webguerillas.de](http://www.webguerillas.de)

Weblog: <http://brainwash.robertundhorst.de>

Für weitere Informationen steht Ihnen gerne zur Verfügung:

**Heike Bedrich**

Talisman - Kommunikation und Imagebildung

E-Mail: [heike.bedrich@talisman-pr.de](mailto:heike.bedrich@talisman-pr.de)

Telefon: 089 / 18 97 95 46

Fax: 089 / 49 00 13 87

[www.Talisman-PR.de](http://www.Talisman-PR.de)

