

Lieber ohne Möpfe

Eine Balkon-Banner-Kampagne für Bloomstreet erhitzt die Gemüter. Vor allem die Berliner reagieren spießig.

Erst einmal hat es hierzulande eine Kampagne mit Balkon-Bannern gegeben – Anfang Januar für das Mitmach-Fernsehen Betty. Damals wurden 160 Balkone von Wohnungen in Berlin mit

Community-Plattform gingen, rechneten sie nicht damit, dass die Wogen hochschlagen würden. Doch die Motive der Agentur Berger Baader Hermes, die mit anzüglichen Sprüchen arbeiten („wer will süße möpse sehen?“), führten im sonst so lockeren Berlin zum Eklat.

Eigentlich hatten sich die Bewohner des Hauses aus zehn unterschiedlichen Motiven jeweils ein für sie passendes ausgesucht. Doch als das erste dann am Balkon einer 22-jährigen

Mieterin hing, bereuten alle anderen plötzlich ihren Mut. Die Folge: Die Mieterin wurde mit sanftem Druck gezwungen, das „anstößige“ Plakat abhängen zu lassen. Statt 50 Banner konnten überhaupt nur zwei installiert werden.

Weniger spießig reagierte man in Hamburg. Dort wurden die Banner wie geplant an 50 Balkonen installiert und hatten mehr Fans, als eigentlich vorgesehen war. Im Schutz der Dunkelheit wurden bereits einige entwendet. *hvr*



Freche Motive
In Berlin konnten nur zwei Banner angebracht werden, in Hamburg alle 50.

Im Claim belegt: „Draußen ist doof.“ Das bei Bewohnern und Medien besens ankam.

Als nun Enrico Geigle von Booming Medien und Jens Merheim von Pitt Media Mitte Juni an die Umsetzung der neuen Balkon-Kampagne für die

FAVORIT DER WOCHE

SIXT PRÄSENTIERT PROMI-PENNER



Damit Sie noch günstiger Autos mieten können, haben wir unsere Werbeleute im Preis gedrückt.

Zur Chefsache machten Holger Jung und Jean-Remy von Matt die aktuelle Sixt-Kampagne und posieren dazu höchstpersönlich und in abgewetzter Kleidung auf der Straße. Ihr Versprechen: „Damit Sie noch günstiger Autos mieten können, haben wir unsere Werbeleute im Preis gedrückt.“ Nicht schlecht – und es kommt noch besser: „Geiz ist doch nicht geil“, warnt die Pappe in den Händen von Matts, mit der er auf den Verlust des Großkunden Saturn anspielt. Chapeau: Die beiden nehmen nicht nur andere, sondern auch sich selbst auf den Arm. *häv*

Vorschläge für Favorit/Ausrutscher?
Kontakt: Annette Maltgey ✉ am@wuv.de

Fremdsprachen- und Lektoratsservice aus einer Hand

Auf der „documenta“ sieht man Sachen, die können selbst wir nicht übersetzen.

Der Übersetzungs- und Korrekturservice – in mehr als 50 Fremdsprachen. Tel. 0 41 02/2 35-0, info@wienersundwieners.de, www.wienersundwieners.de

WIENERS+WIENERS

Übersetzen · Adaptieren · Korrigieren