

Außergewöhnliche Werbung - außergewöhnlicher Erfolg

Vor ein paar Jahren stand die kleine Firma „Schnellfix“ vor dem Konkurs. Ihr Produkt, ein Allzweckkleber, der angeblich alles zusammenhalten konnte, verkaufte sich schlecht. Die Firma war in einem heruntergekommenen Büro in einer Seitengasse von Wien und hatte nur noch einen letzten Versuch, um sich zu retten.

Herr Knoll, der Chef, war am Verzweifeln, denn er hatte schon alles Mögliche probiert, von Radiospots bis zu Plakatwerbung, aber nichts funktionierte. Die Mitarbeiter waren deprimiert, und die Aussichten waren schlecht.

Eines Tages kam ein junger Praktikant namens Martin in das Büro. Martin war ein Fan von Guerilla-Marketing und überzeugte Herrn Knoll, dass sie etwas Radikales brauchten, um Aufmerksamkeit zu erregen. Sie entschieden sich, öffentlich sichtbare Werbewirkungen durchzuführen und nahmen sogar in Kauf angezeigt zu werden. Sie befestigten mit „Schnellfix“ unter anderem ein Fahrrad an einem Laternenmast, ein Paar Schuhe an einer Litfaßsäule und ein Buch an einer Parkbank.

Die Reaktionen waren unterschiedlich. Einige Leute fanden es lustig und machten Fotos, die sie online teilten. Andere beschwerten sich bei der Stadtverwaltung über die „Vandalen“. Doch die Aufmerksamkeit war enorm. Innerhalb weniger Tage war „Schnellfix“ in allen lokalen Zeitungen und sogar im Fernsehen. Die Firma erhielt Anrufe von überall - nicht nur aus Österreich, sondern auch aus dem Ausland.

Plötzlich stieg der Absatz von „Schnellfix“ in die Höhe. Leute kauften den Kleber nicht nur, um Dinge zusammenzukleben, sondern auch als Souvenir oder um selbst kreative Kunstwerke zu schaffen. Besonders beliebt wurde das Produkt bei Klimaaktivisten, die sich damit bei Protesten auf Straßen oder Denkmälern festklebten - ein ungeplante, aber effektive Marketingstrategie. Herr Knoll und Martin wurden zu Berühmtheiten und erhielten sogar einen Preis für innovative Werbung.

Heute ist „Schnellfix“ eine bekannte Marke, die sich auf kreative Projekte spezialisiert hat. In Zusammenarbeit mit KünstlerInnen hat das Unternehmen begonnen, öffentliche Kunstwerke zu schaffen, die zum Nachdenken anregen. Martin hat wiederum seine eigene Agentur gegründet, die sich auf unkonventionelle Werbekampagnen spezialisiert hat.

Manchmal muss man die Regeln brechen, um wirklich Aufmerksamkeit zu erregen. Mit Kreativität und Mut können Menschen Dinge möglich machen, die zuvor undenkbar schienen.