

Kreativ-Netzwerk Das Netzwerk für gesellschaftspolitisch relevante Werbung, dieguten, startet eine umfassende Eigenwerbungskampagne

dieguten mit Hundekot-Kampagne

Die Besonderheit der Kampagnen von dieguten liegt darin, diese zu unterstützen und mitzumachen.

CHRISTOP BAUMGARTNER

Wien. Eine groß angelegte Kampagne gegen das Liegenlassen von Hundekot hat das Kreativ-Netzwerk dieguten (www.dieguten.at) gestartet. dieguten sind ein Netzwerk von selbstständigen Werbern, deren Kunden im Bereich von Kommunen, öffentlichen Einrichtungen, NGOs und in der Politik zu finden sind. Die aktuelle Kampagne soll in erster Linie eine Eigenwerbung für die Plattform sein, die sich selbst als Netzwerk für gesellschaftspolitisch relevante Werbung bezeichnet.

Eigenwerbung von Werbern

Wie sieht man Eigenwerbung von Werbern mit einem zielgruppenrelevanten Inhalt aus? Die Eigenwerbung wird an ein Thema gebunden, eben z.B. Hundedreck, das den bestehenden und notwendigen

Kunden ein wesentliches Anliegen sein sollte. Das bietet öffentliche Interesse, kombiniert mit einer klaren inhaltlichen Aussage, soll das Thema und das Netzwerk den Menschen näher bringen.

Dreck ist nichts für Politiker

„Weg mit dem Dreck“ ist eine Kampagne gegen Hundekot im öffentlichen Raum. Viele verantwortliche Personen (z.B. Politiker) wollen mit diesem Thema, aufgrund des emotionalen Zugangs von Hundebesitzern und Betroffenen, eher nicht in zu nahe Verbindung gebracht werden, oder es

ist schwer für sie, diese Dinge zu kommunizieren.

Für Helmut Schmidt von der Werbeagentur Schmidt & Partner und verantwortlich u.a. für FR bei dieguten ist das Besondere bei dieser Kampagne, dass die Möglichkeit besteht, diese zu unterstützen, mitzumachen und/oder weiterzuführen. Die Unterstützung der Kampagne kann mit Aktivitäten, mit Geld aber auch mit einer individuell bei dieguten in Auftrag gegebenen „Welle“ von Aktivitäten – mit dem Kunden als Abnehmer – erfolgen. Die Kampagne wird in mehreren Phasen umgesetzt: Das Problem zum Thema machen, ein

Unrechtsbewusstsein schaffen, mögliche Problemlösungen zu zeigen, Detailinformationen geben usw.

Kampagnen dieser Art im öffentlichen Raum sind natürlich nicht örtlich begrenzt, die Hundekot-Kampagne startet am 17. Oktober in Wien, Graz, Linz und Salzburg.

Das Netzwerk dieguten setzt sich zusammen aus Alke John von Alke John & Partner, Helmut Schmidt von Schmidt & Partner und den freien Mitarbeitern Gabi Ger (AD), Stefan Mott (Text) und Ingo Petrascher (Foto). Partner des Netzwerkes sind u.a. Boomerang Cards und Keme Print.



Ein Sujet der Kampagne „Weg mit dem Dreck“ vom Kreativ-Netzwerk dieguten.