



Farbflut
Entertainment GmbH

Presseinformation

Die Marketing-Branche entdeckt Schnorrer – als Werbetreibende und Werbeträger

Marketing-Experten erschließen Werbepotential von Pennern. Wissenschaftliche Studien belegen den Erfolg ungewöhnlicher Methoden. Erste Anbieter vermitteln Schnorrer als Werbeträger. Auch der Erfolg des Browserspiels Pennergame beruht auf der verruchten Anziehungskraft eines Vagabundenlebens.

Hamburg, 13. Juli 2010 – Die Marketing-Experten Todd Norem und Bryan Evans belegen jetzt wissenschaftlich, dass der Penner den Kampf um Aufmerksamkeit beim Schnorren gewinnt, der mit Kontroverse und grenzwertigem Humor die Gemüter erregt. Nutzen Schnorrer Pappschilder mit überraschenden Werbeslogans, beleben sie die Spendenbereitschaft der Passanten. Im wissenschaftlichen Test erwirtschaftete der Obdachlose Ed mit Slogans von Todd Norem an einem Tag 800% mehr Einnahmen. Botschaften wie „Schecks folgender Personen werden hier nicht akzeptiert“ erregen mit Witz und Augenzwinkern stärkeres Aufsehen als viele Mitleid erheischende Gesten.

Brian Evans beschreibt in seinem Daily Conversions-Blog einen ähnlichen Versuch zum „Selbst-Marketing für Obdachlose“. Der Schnorrer Kevin verschenkt kleine Aufmerksamkeiten an Spender und erhöht seinen täglichen Gewinn um 100%. Spenden die Passanten, können sie sich anschließend die Hände desinfizieren. Kevin kokettiert mit dem Vorurteil, der Körperkontakt zu ihm sei unhygienisch – der raue Charme kommt an.

Die Betreiber der Internetseite www.rentahomeless.com gehen einen Schritt weiter. Sie greifen das Werbepotential von Schnorrern auf und vermitteln zwischen Auftraggebern und den Obdachlosen, die deren Werbebotschaften singen oder auf T-Shirts tragen. Der Werbeeffect für den Kunden ist enorm und die wohnungslosen Menschen verdienen durch ihre Arbeit. Die Internetgemeinde streitet ausgiebig über die moralische Integrität des Projektes.

Die Betreiber des Browserspiels Pennergame nutzen die Werbewirksamkeit von Schnorrern seit Langem – auch für karitative Zwecke. Das strategische Online-Browserspiel fasst die heiklen Themen Obdachlosigkeit und Armut mit satirischer Schärfe an. „Die Spendenbereitschaft der Pennergame-Community kommt nicht von ungefähr. Provokation und Kontroverse erreichen oft mehr“, so Marius Follert, Miterfinder des Browserspiels. „Die jungen Spieler wachsen in eine zunehmend ungerechte Gesellschaft, für deren Mittellosigkeit sie nicht verantwortlich sind. Macht man ihnen ein schlechtes Gewissen, erreicht man Sie nicht“, schlussfolgert Follert weiter.

Die Betreiber des Pennergames engagieren sich seit Firmengründung 2007 für soziale Projekte und organisieren zusammen mit den Spielern regelmäßig Spendenprojekte zugunsten wohnungsloser Menschen und Hilfsorganisationen. Mit ihren Marketing-Strategien machen der obdachlose Ed und der Schnorrer Kevin letztlich nichts anderes, nur vermarkten sie sich selbst und behalten die Spenden für sich – zu Recht.



Farbflut
Entertainment GmbH

Über Farbflut

Die Farbflut Entertainment GmbH entwickelt und betreibt weltweit Online Spiele. Gründer und Geschäftsführer sind die 21 Jahre alten Marius Follert und Niels Wildung. Das international ausgerichtete Unternehmen ist mit seinen Spielen - u. a. dem erfolgreichen Pennergame - in acht Sprachen in über 30 Ländern operativ tätig. Das Hamburger Unternehmen engagiert sich aktiv für Obdachlose, indem es regelmäßig einen Teil der Einnahmen zugunsten wohltätiger Projekte spendet und eng mit vielen Obdachlosenvereinen zusammenarbeitet.

Pressekontakt

Sebastian Lüdemann, Pressesprecher
Farbflut Entertainment GmbH
Heimhuder Straße 72
20148 Hamburg

Tel.: +49 (0) 40 / 339 837 - 10

Email: presse@farbflut.de

Web: www.farbflut.de