

Pressemitteilung

webguerillas starten große Tauschaktion für ültje Erfolgreichster Nuss Händler Deutschlands gesucht

München, 02. Mai 2011: Die [webguerillas](#) wurden von ültje mit einem weiteren Projekt beauftragt. Die Full-Service-Agentur für alternative Werbeformen verantwortet für den Snack-Hersteller die Konzeption und Realisierung der integrierten Kampagne „ültje-Tauschrausch“.

Der „ültje-Tauschrausch“ ist ein deutschlandweiter Wettbewerb, der in sechs Städten ausgetragen wird und ab Mai online geht. Die sogenannten Nuss Händler – Teilnehmer aus Hamburg, Berlin, München, Nürnberg, Stuttgart und Frankfurt a.M. – haben die Aufgabe, eine Dose ültje Nüsse innerhalb von zwei Wochen möglichst wertsteigernd gegen andere Gegenstände einzutauschen. Der Nuss Händler mit dem höchsten erzielten Tauschwert gewinnt für sich und seine Stadt: Die eingetauschten Gegenstände werden am Ende versteigert und für einen guten Zweck gespendet. In allen Phasen des „Tauschrauschs“ – Rekrutierung, Tauschphase, Auktion – gibt es zahlreiche Preise zu gewinnen, unter anderem auch Reisen von Aldiana und Autos von Suzuki. Jeder Nuss Händler wird mit einem iPhone ausgestattet, das er am Ende behalten darf.

Interessierte können sich noch bis zum 10. Juli 2011 auf der von den webguerillas konzipierten und programmierten Microsite www.ültje-tauschrausch.de als Teilnehmer bewerben. Über ein Online-Voting und eine anschließende Jurybewertung werden die finalen Nuss Händler ermittelt. Während der Tauschphase steht die Online-Plattform den Teilnehmern als Projektblog zur Verfügung. Dort berichten sie von ihren Tauscherlebnissen und suchen online nach neuen Tauschpartnern. Eine umfassende Kooperation mit Radio Energy informiert täglich über den aktuellen Stand der Tauschgeschäfte.

„Mit dem ültje-Tauschrausch ist den webguerillas eine spannende Aktion zur Verknüpfung von Offline- und Online-Erlebnissen gelungen“, freut sich Katrin Bause, Trade Marketing Managerin von ültje. „Nach der erfolgreichen Promotionkampagne „ültje Fanbeat“ im letzten Jahr und der innovativen Facebook-Applikation „be nuts“ vertrauen wir auch diesmal wieder der langjährigen Expertise der webguerillas.“

Die Agentur webguerillas ist ein Full-Service-Dienstleister für Alternative Werbung. Zum Portfolio gehören alle Werbeformen im On- und Offline-Bereich, die das Zielpublikum mit unkonventionellen Ideen überraschen und unterhalten. Die Münchner Werber wurden vielfach ausgezeichnet und gehören zu den führenden Agenturen in Deutschland für Virale Kampagnen, Social-Media-Aktivitäten, Guerilla-, Word-of-Mouth-, Ambient- und Mobile Marketing, sowie für Blog- und Website-Konzepte. Zusätzliche Geschäftsfelder wie Alternative PR und Online Monitoring runden das Angebot ab. Zu den Kunden der webguerillas gehören unter anderem die Deutsche Telekom, Bacardi, MINI, Grohe, KRAFT Foods, Zott und SIEMENS Hausgeräte.

Die webguerillas GmbH beschäftigt derzeit 58 Mitarbeiter. Die Agentur wurde im Jahr 2000 gegründet und gewann bis heute zahlreiche Preise: 2010 wurde die stern.de-Kampagne mit dem LeadAward in der Kategorie „Anzeigenkampagne“ ausgezeichnet. Der MINImalism-Spot der webguerillas gewann den Clio Award 2010 in Bronze sowie den silbernen International Advertising Award 2010 beim New York Festival. 2009 holten die webguerillas Gold beim Onlinestar und Bronze beim London International Award für den MINImalism-Spot, sowie vier Mal die OttoCar-Trophäe.

webguerillas

WEBGUERILLAS GMBH
PESTALOZZISTRASSE 13
80469 MÜNCHEN

Kontakt:

webguerillas GmbH

Daniela Mayer

Phone: +49 (0) 89 1893 089 - 23

E-Mail: dm@webguerillas.de