

Presse-Information

Ihr Ansprechpartner:
Markus Schwarzer
Pressesprecher
Telefon 07131 645636-45
markus.schwarzer@ggs.de

Geschäftsführer Prof. Dirk Zupancic zum neuen

GGGS-Spot

„Die Bekanntheit der GGS soll weiter steigen.“

Ab kommenden Donnerstag (10.09.2009) wird die German Graduate School of Management and Law (GGGS) mit einem Kinospot und einem Viral auf sich aufmerksam machen. Im Interview erläutert Prof. Dirk Zupancic, Geschäftsführer der GGS, Sinn und Zweck dieser Werbemaßnahme.

Herr Prof. Zupancic, die GGS hat einen Film gedreht, der im Kino und als so genannter Viralspot eingesetzt werden soll. Was versteht man in diesem Zusammenhang unter Viral-Marketing?

Viral-Marketing ist eine Untergruppe des so genannten Guerilla-Marketing. Dabei handelt es sich um innovative Alternativen zu klassischen Kommunikationsmaßnahmen, die mit einem Minimum an Kosten und einem Maximum an Raffinesse viel Aufmerksamkeit erzielen sollen. Der Begriff Guerilla-Marketing stammt dabei aus der Kriegsführung, bei der ja in der Regel wenige Kämpfer einen großen Effekt erzielen sollen.

Kennzeichen dieser Art des Marketing ist eine ungewöhnliche, kuriose Ansprache der Zielgruppe. Das soll zunächst hohe Aufmerksamkeit erregen. Sodann geht es darum, die Botschaft so zu gestalten, dass sie von der Zielgruppe selbstständig an Freunde und Bekannte weiter versandt oder empfohlen wird. Durch die selbstständige Verbreitung der

Presse-Information

Ihr Ansprechpartner:
Markus Schwarzer
Pressesprecher
Telefon 07131 645636-45
markus.schwarzer@ggs.de

kommunizierten Botschaft kann mit einfachen Mitteln eine relativ hohe Aufmerksamkeit bei verhältnismäßig geringen Kosten erreicht werden.

Und was ist ein „Viralspot“ konkret?

„Viral“ kommt in diesem Zusammenhang von „Virus“. Die Botschaft, also in unserem Fall der Film, soll sich quasi über das Internet wie ein „Grippevirus“ von Mensch zu Mensch weiterverbreiten. Wobei ich gestehen muss: Im Gegensatz zu einem Grippevirus soll unser Spot positiv im Gedächtnis der Öffentlichkeit bleiben.

Warum setzen Sie auf diese Art des Marketing?

Als kleine Hochschule haben wir ein begrenztes Marketing-Budget. Dennoch ist es unser Ziel, die nationale und internationale Bekanntheit der GGS weiter zu steigern. Das ist eine Herausforderung für uns. Da muss man, nach meiner Überzeugung, auch mal auf ungewöhnliche Maßnahmen setzen. Das Viral-Marketing wird natürlich nur als Ergänzung zum klassischen Marketing eingesetzt. Nur auf Virals zu setzen, wird nicht funktionieren.

Was wollen Sie mit dem Spot erreichen?

Er soll das Publikum zunächst einmal auf unterhaltsame und ungewöhnliche Weise ansprechen und auf die GGS hinweisen. Es geht letztlich vor allem darum, die Bekanntheit der Marke „German Graduate School of Management and Law“ weiter zu steigern. Wenn die Zuschauer dann noch unsere Homepage www.ggs.de besuchen und sich dort über uns informieren, wäre das ideal.

Presse-Information

Ihr Ansprechpartner:
Markus Schwarzer
Pressesprecher
Telefon 07131 645636-45
markus.schwarzer@ggs.de

Um was geht es inhaltlich in dem Spot?

Antiheld des Streifens ist Jürgen, der junge Mitarbeiter eines internationalen Großunternehmens. Er kann der hitzigen Diskussion zur geplanten Expansion seines Unternehmens nur schwer folgen. Das liegt vor allem an den Management-Phrasen, die die Kollegen von Jürgen „dreschen“. Als sein Chef ihn nach seiner Meinung fragt, wird klar: Jürgen hat keine Ahnung.

Damit wollen wir zweierlei zeigen. Erstens möchten wir die weit verbreitete „Phrasen-Drescherei“ in Meetings aufs Korn nehmen. Zum anderen soll klar werden, dass wir unsere Absolventen für das internationale Geschäft bestens vorbereiten. Mit einem Abschluss an der GGS hätte Jürgen in dem Meeting gegenüber seinen Kollegen und dem Chef mit Fachwissen glänzen können.

Wo werden die Spots konkret zu sehen sein?

Wir haben zwei Versionen produzieren lassen. Eine Variante mit deutschem Abspann wird ab 10. September in vielen Kinos in Heilbronn, Neckarsulm und Stuttgart zu sehen sein.

Der rein englische „Viralspot“ wird im Internet bei YouTube eingesetzt. Und natürlich kann Jürgen in beiden Versionen auf unserer Homepage unter www.ggs.de bemitleidet werden.



GERMAN GRADUATE SCHOOL
OF MANAGEMENT & LAW

Presse-Information

Ihr Ansprechpartner:
Markus Schwarzer
Pressesprecher
Telefon 07131 645636-45
markus.schwarzer@ggs.de

***Umgesetzt wurde der Werbefilm von der Filmproduktionsfirma Image Productions
L.A. in Los Angeles. Das hört sich teuer an.***

Die Kosten, die wir für die Produktion der beiden Spots gezahlt haben, sind wirklich im Rahmen. Sie sind ungefähr so hoch, wie die Kosten für eine Anzeige in einer größeren Tageszeitung.

Heilbronn, den 09. September 2009

Seite 4 von 4