

Pressemitteilung

webguerillas und Bodog wetten mit nackten Tatsachen

Neue Microsite zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™

München, 15. Juni 2010: Zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ realisieren die Münchner [webguerillas](#) ein sportliches Kundenprojekt mit Sexappeal. Deutschlands führende Full-Service-Agentur für Alternative Werbung konzipiert eine neue Microsite für [Bodog.com](#), den europäischen Online-Wettanbieter für Sportwetten, Poker und Casino.

Im Mittelpunkt der Seite [www.kickass-worldcup.com](#) steht die Aktion „I bet you can't kick my ass!“. Sieben Frauen im Bikini, die jeweils für die Länder Deutschland, England, Frankreich, Holland, Brasilien, Italien und Spanien stehen, wetten mit den Usern, ob diese mit dem digitalen Fußball ihren Po treffen. Schaffen sie es innerhalb von drei Versuchen, werden sie mit einer Slow-Motion-Aufnahme des Treffers sowie einem Gutschein über 125 Pfund belohnt. Dieser kann auf der Website von Bodog.com eingelöst werden. Zusätzlich kann man Wallpaper downloaden oder Freunden per E-Card über Facebook und Twitter von der Aktion erzählen.

„Mit unserem „Kick Ass“-Spiel unterhalten wir die User auf provokante Art und sorgen dadurch für Gesprächsstoff“, sagt Magnus Olby, Head of Marketing von Bodog.com in London. „Wir bieten unseren Usern das perfekte Entertainment zum größten Sportevent der Welt: Fußball-Wetten, Spaß und schöne Frauen.“

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, ADAC und Zott.

Die webguerillas GmbH beschäftigt derzeit 40 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. Außerdem wurde sie für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland nominiert. 2008 erhielt die Agentur den iF Communication Design Award für ein T-Mobile Event, 2007 zahlreiche Auszeichnungen, wie den Deutschen Dialogmarketingpreis, drei International Davey Awards (zwei Gold, ein Silber) und den iF Communication Design Award Digital Media. Auf den New York Festivals gewannen die webguerillas Bronze in der Kategorie Entertainment Promotion und die Web Marketing Association ehrte die Website „Wet T-Shirt Worldcup“ für Unibet als „Outstanding Microsite“.

Kontakt:

[webguerillas GmbH](#)

Daniela Mayer

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

E-Mail: dm@webguerillas.de