Eine Prise Humor gepaart mit gekonnter Artistik – TakeTwo auf der BOE

COMEDY-MARKETING

Humor hilft beim Verkaufen

Die Deutschen lieben's lustig, im Fernsehen, im Kino wie auch im Netz. Mit einer guten Prise Humor lassen sich auch Marketing-Botschaften schnell und nachhaltig unters Volk bringen. Wenn Babys Hip-Hop tanzen, ein Rennprofi sich als Gebrauchtwagenkäufer verkleidet oder ein Kamel durchs Büro trabt, macht's Klick – und zwar gleich millionenfach. YouTube präsentierte jetzt die meistgesehenen Marketing-Clips des vergangenen Jahres. Fazit: Humorvolle Videos stehen in der Gunst der Nutzer ganz weit oben. Offenbar nehmen Zuschauer durch lustige Szenen getarnte Werbebotschaften gerne auf und empfehlen die Clips begeistert weiter. „Das virale Comedy-Marketing per YouTube-Videos wird in diesem Jahr durchstarten", glaubt Achim Imlau von der Unternehmensberatung Profact Communications GmbH in Essen. Business-Comedy ist übrigens nicht nur im weltweiten Netz, sondern auch in der „realen Welt" beliebt. Mittlerweile gibt es Agenturen, die sich auf unterhaltsame Vorträge für Business-Veranstaltungen spezialisiert haben. Auf Messen werben Aussteller mitunter gerne mit Comedy-Acts für ihr Unternehmen und lenken so die Aufmerksamkeit der Besucher auf sich. Firmen, die sich für unterhaltsame Dienstleister aller Art interessieren, finden Anregungen auf der Messe BEST OF EVENTS INTERNATIONAL, dem jährlichen Branchentreff für Wirtschaftskommunikation, Live-Marketing, Veranstaltungsservices & Kongress, die vom 21. und 22. Januar 2015 in der Messe Westfalenhallen Dortmund stattfindet.

© BOE, Fotograf: Kevin Endermann