

# SKÅNSKAN.SE

2008-04-18 08:00 (Uppdaterad 16:50) MALMÖ

## Gerillamarknadsföring ska locka yngre att köpa

Gerillamarknadsföring är reklambyråernas nya knep för att nå yngre målgrupper. Exempelvis genom företagslogotyper som sprejas på gatorna med en högtryckstvätt. Okej, tycker gatukontoret – så länge det inte blir för mycket.

Traditionell reklam i tidningar och tv biter inte alltid på den yngre generationen som har matats med reklam sedan barnsben och lärt sig sålla bland budskapen. Vägen runt problematiken för reklambyråer som vill nå de kräsna ungdomarna är gerillamarknadsföring – okonventionella marknadsaktiviteter ämnade för att nå maximalt resultat med minimala resurser och ett överraskande tilltal. Reklambyrån Crowd i Malmö arbetar med vattenlogor. En schablon i plast eller metall läggs på gatan och blir sedan sprejad med en högtryckstvätt. Företagslogotypen tvättas fram och ser ut att vara målad på asfalten. – Man får absolut inte gå ut och klottra men det är ingen som har sagt att man inte får tvätta rent. Det ser ut som det gjorde när man la asfalten en gång i tiden, säger Daniel Melkersson, vd på Crowd. Resultatet sitter i under två till tre veckor.

"Inte odelat positiv" Bo Andersson är chef på gatukontorets enhet för drift och underhåll och den som är ansvarig för att hålla Malmös gator rena. – Normalt sett borde vi inte ha synpunkter på att medborgarna bidrar till renhållningen på gatorna. Jag är inte odelat positiv till det men om det är i begränsad form och inte påverkar vår miljö i större omfattning så finns det ingen anledning för oss att ha synpunkter på det. Vi har i varje fall inga planer på att gå dit och smutsa ner de där ytorna igen, säger han. Daniel Melkersson på Crowd fick idén till vattenlogotyper från franska gatukonstnärer. – Det var en gatukonstnär som fick mycket skit för att han målade så i stället tvättar han fram konsten genom att skrubba med en tandborste. Vi tänkte att det kan vi göra något häftigt på ur reklamsynpunkt.

Tvättade studentområden Att nå ut med reklambudskap till ungdomar är svårt. Crowd har bland annat anlåtats av ett bemanningsföretag som ville signalera att de är uppstickare i branschen. Företagets logo tvättades fram i marken i studenttäta områden i Malmö och Lund. Crowd har även använt sig av annonsering på pizzakartonger för att locka ungdomars nyfikenhet. – Vi tror mycket på att det

oväntade gör att det får bättre effekt, det är grunden till gerillamarknadsföring. Man pratar mycket om att vi går från push- till pullreklam, man måste bjuda in. Det går inte att slänga upp en helsida längre och tro att den personen tar åt sig, säger Daniel Melkersson.



Foto: Crowd

Reklambudskapet tvättas fram genom en högtryckstvätt som sprutar över en schablon. "Normalt sett borde vi inte ha synpunkter på att medborgarna bidrar till renhållningen på gatorna", säger gatukontorets renhållningschef Bo Andersson.

Andreas Andersson  
andreas.andersson@skd.se  
040-660 56 25