

Werbung

Sparkassen-Boygroup stürmt die Charts

Das war wohl ein unerwarteter Erfolg: Eigentlich war die Boygroup „Boyalarm“ im Girokonto-Spot der S-Finanzgruppe mit Martina Hill nur Staffage; der Blick auf die Hysterie vieler Fans sollte eher zum Schmunzeln anregen.

Dann aber wurde die Band unerwartet zum Hit: Die Jugendzeitschrift „Bravo“ berichtete ausführlich und lieferte „Coole Funfacts“ zu der Gruppe. Auf Facebook hatte sie Mitte September 8 635 Fans, und das eigens für den Sparkassen-Spot produzierte Video „Love can kill“ (bei dem nicht die vermeintlichen Bandmitglieder, sondern zwei professionelle Studiosänger singen) wurde 46 027 mal angeklickt. Auf Viva hielt es wochenlang unter den 20 am häufigsten aufgerufenen Videos.

In der Sparkassen-Lounge auf Facebook wurde das Thema indessen kaum diskutiert – möglicherweise ein Beleg dafür, dass vielen Usern die Sparkassen-Provenienz der Band tatsächlich kaum bekannt war.

Dass eine eigentlich fiktive Gruppe solchermaßen zur Kultband avancieren konnte, zeigt den Einfluss, den elektronische Medien mittlerweile in Sachen PR haben. Das Phänomen ist aber zudem wieder einmal ein Beleg dafür, dass die

Sparkassenorganisation mit ihrer Marketingstrategie (zumindest im Hinblick auf jüngere, technikaffine Kunden) gewissermaßen am „Puls der Zeit“ liegt und damit auf einem guten Weg ist. Das hat bereits der große Erfolg der in die sozialen Medien verlängerten Kampagne „Giro sucht Hero“ bewiesen.

An den unerwarteten Erfolg von „Boyalarm“ ließe sich deshalb möglicherweise bei künftigen Kampagnen anknüpfen – weitere Akzeptanz bei der jugendlichen Zielgruppe vorausgesetzt.

Es wäre aber auch vorstellbar, dass sich jugendliche Fans, die die Berichte über ihre neue Kultband und deren Tour ernst genommen haben, genarrt fühlen und entsprechend verärgert reagieren. Schlimmstenfalls könnte ein Shitstorm drohen. Das scheint aber unwahrscheinlich, da

der größte „Hype“ um die fiktive Band bereits wieder abgeklungen ist. Mitte September fand sich „Boyalarm“ auf Viva nicht einmal mehr unter den Top 100.

Der DSGVO hält sich zu dem Thema sonderbar bedeckt. Eine Stellungnahme war bis Redaktionsschluss nicht zu erhalten. Auch auf der Verbands-Website oder unter Sparkasse.de liefert der Suchbegriff Boyalarm keinen Treffer. **Red.**

