

„post-it war“ am Barbarossaplatz in Köln

Der „post-it war“ ist in Köln angekommen. Seit neuestem prangt über 3 Etagen ein Hut am TausendFensterTurm am Barbarossaplatz. Initiator dieses Gemeinschaftskunstwerks ist das Team von AdmiralDirekt.de. Zu Beginn des Herbstgeschäftes, der traditionellen Hochsaison für den Kfz-Versicherungswechsel, wollten sich die kreativen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nochmal ausleben, bevor es für sie in die zwei arbeitsreichsten Monate des Jahres geht.

Mit dieser Aktion wendet sich das Team von AdmiralDirekt.de an junge Kölner, die sich mit offenen Augen durch den Stadtverkehr bewegen. Mit ein wenig Recherche kann man schnell in Erfahrung bringen was es mit dem post-it Hut auf sich hat und was sich dahinter verbirgt: nämlich die Chance auf eine preisgünstige und ausgezeichnete Kfz-Versicherung. Tja, Versicherung muss nicht langweilig sein.

Vorbild für das Team von AdmiralDirekt.de waren hierbei die Mitarbeiter des Computerspieleentwicklers Ubisoft. Diese begannen im August im Pariser Vorort Montrieu damit, die Sommerhitze kreativ zu nutzen. Mit post-its, den quadratischen gelben Bürohelfern, klebten sie Figuren aus Computerspielen an ihre Fenster. Das sahen sich die Mitarbeiter der Großbank BNP Paribas vom Gebäude gegenüber nur kurz an- dann starteten sie eine Offensive in Form eines schießenden Raumschiffs.

Die klebrige Kunst griff wie ein Lauffeuer um sich und erhielt den Namen „post-it war“. Weshalb dieses nun international betriebene, kreative Wetteifern den martialischen Namen erhielt ist unklar.

Ob es auch am Kölner Barbarossaplatz zu Nachahmern kommt bleibt ungewiss. Das Team von AdmiralDirekt.de würde sich auf jeden Fall freuen.