



Übersicht

- S.3** **Inhaltsverzeichnis**
- S.4-6** **Media Erfolge 2013**
- S.7** **Geschichte**
- S.8** **Full-Service Leistungen**
- S.9-10** **Referenzen**
- S.11-14** **Mediahacking**
- S.15-83** **Auszug aus Kundenprojekten**
- S.83** **Ende**

Im Jahr 2013 erreichten unsere Kampagnen allein in TV- und Printmedien einen Anzeigenäquivalenzwert von 72 Millionen Euro und über 200 Millionen Kontakten Reichweite.

TV:

**Spiegel TV, ZDF heute, Prosieben
Newstime, Morgenmagazin,
hessenschau, Sat.1 Nachrichten,
N24 News, NTV News, RTL Aktuell,
RTL Punkt 12 uvm.**

PRINT:

**Bildzeitung (8x), 1 x Foto des Tages
bundesweit, Welt, Tagespiegel, Zeit,
taz, Frankfurter Zeitung,
Süddeutsche uvm.**



PROTEST | 09.07.2013 | VON MARKUS WEBER

Caveman: Guerilla-Aktion an der Berliner US-Botschaft

Die Neusser Guerilla-Marketing-Agentur **Caveman** des bekennenden Freimaurers **Oliver Bienkowski** macht wieder einmal mit einer spektakulären Aktion auf sich aufmerksam. Aus Protest gegen das umfangreiche Internet-Überwachungsprogramm **Prism** des US-Geheimdienstes verübte Bienkowski in der Nacht zum Montag einen "Lichtanschlag" auf die Berliner US-Botschaft. Dabei war - ausgerechnet über dem Konterfei von Kim Dotcom - in großen Lettern die provozierende Aussage "United Stasi of America" zu lesen. Gerade auf dem Boden der ehemaligen DDR, wo die US-Botschaft bekanntlich steht, dürfte dieser Vergleich zu besonders kontroversen Diskussionen führen. Dass als Protagonist dabei ausgerechnet der unter anderem wegen Betrugs und Datenausspähung verurteilte **Kim Schmitz** zu sehen ist, macht die gesamte Aktion zudem relativ ungläubwürdig.

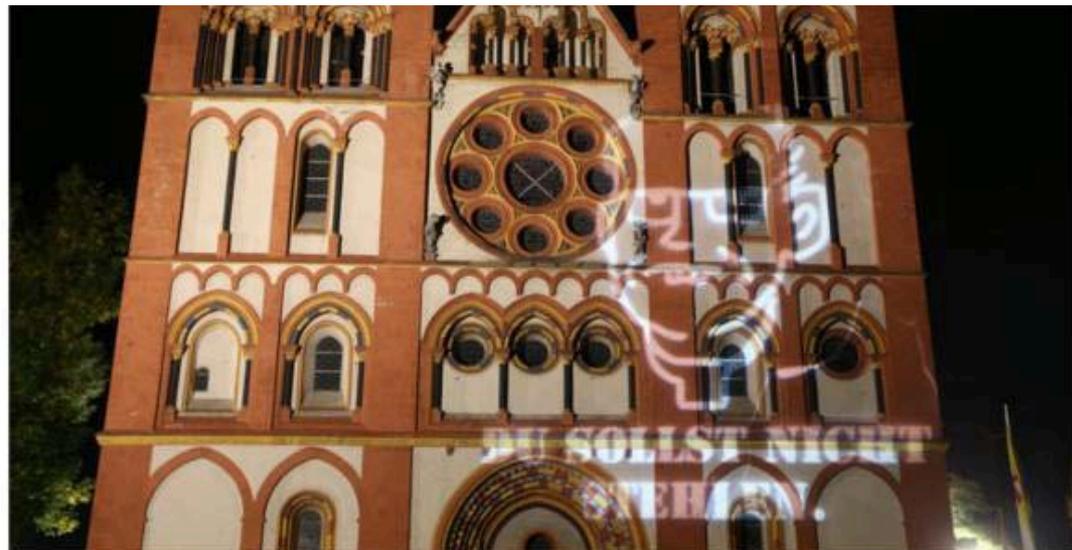


[Caveman hatte Anfang des Jahres bereits mit der Fake-Meldung, wonach Obdachlose im Auftrag der Agentur Shitstorms befeuerten, bundesweit für erhebliches Aufsehen gesorgt.](#)

NEWSTICKER - DIE AKTUELLESTEN NACHRICHTEN

Lichtprojektion auf Limburger Dom: Du sollst nicht stehlen

Limburg (dpa) - Mit einer Lichtprojektion auf den Limburger Dom hat der Künstler Oliver Bienkowski gegen den Limburger Bischof Franz-Peter Tebartz-van Elst protestiert



Der Lichtkünstler Oliver Bienkowski projizierte die Worte "Du sollst nicht stehlen" auf den Limburger Dom. Foto: Picture Alliance



Special: Automobilmarketing

Stellenmarkt HORIZONT.NET PORTAL FÜR MARKETING, WERBUNG UND MEDIEN

GALERIEN VIDEOS THEMEN SPECIALS WHITEPAPER

MARKETING AGENTUREN DIGITAL MEDIEN KAMPAGNEN LEUTE KARRIERE &

HOME > MEDIEN > *SHITSTORM MIT OBDACHLOSEN* IST EINE GUERRILLA-AKTION

Empörungswelle im Internet Den Shitstorm kann man sich jetzt auch kaufen

Mittwoch, 03.04.2013, 19:00

Teilen 6 Twittern 21



Der „Gefällt mir“-Button in Facebook – auch Likes soll man kaufen können

Marketing-Gag oder ernstgemeintes Angebot? Eine deutsche Werbefirma bietet ihren Kunden den gekauften Shitstorm an. Die gesteuerte Empörungswelle in sozialen Netzwerken soll skandalisieren und Unrecht bekämpfen – für bis zu 200 000 Euro.

Wenn die Kritik und Empörung der Internet-User zu einem Shitstorm ausartet, der in sozialen Netzwerken über Personen und Unternehmen hereinbricht, geschieht das meist spontan und chaotisch. Eine

ZUM THEMA



16 000 Tote bei Atom-Katastrophe? Claudia Roth löst mit Fukushima-Gedenken Shitstorm aus



Außerungen zur Homo-Ehe Schwuler Ex-Soldat in Shitstorm gegen Dobrindt



Shitstorm auf falscher Facebook-Seite etz lacht über rei.Wild-Fans: Dummste Leute der Welt



TV-Star wehrt sich gegen Facebook-Angriffe Anna Loos: „Ich hatte ja von Shitstorms

Werbeagentur aus Neuss ist jedoch der Ansicht, dass sich der digitale Wirbelsturm auch prima gezielt auslösen und steuern lässt. Und genau damit will die „Caveman Guerilla Marketing GmbH“ Geld verdienen: Von 5000 Euro für den kleinen Unmut bis 200 000 Euro für die große Kommentarschlacht reichen die Angebote. Auch für den gegenteiligen Effekt, einen Candystorm aus Zuspruch und Freundlichkeit, gibt es entsprechende Angebote.

„Wir potenzieren Ihren Unmut und fluten bei Facebook die Fansseiten mit Kommentaren und Likes“, rührt die selbsternannte „Shitstormagentur“ auf ihrer Internetseite die Werbetrommel. 100 Negativkommentare und 150 Likes bietet dafür das kleinste Paket, der „Shitstorm XL“ hingegen ganze 150 000 Kommentare und 5000 Likes – streng an moralischen Richtlinien ausgerichtet. Damit soll die „kritische Masse“ an Empörung erreicht werden. Danach nehme alles seinen „Social Media Weg“, verspricht das Unternehmen.

Kontakte zur IT-Sicherheitsbranche

Hinter dem „Sprachrohr des Unrechts“ steht Oliver Bienkowski, IT-Sicherheitsexperte und Geschäftsführer der Werbeagentur. Über die Ernsthaftigkeit der Angebote äußerte er sich nur ausweichend. Dem Nachrichtenportal „heise.de“ sagte Bienkowski, die Umsetzung der gekauften Shitstorms sei ihm durch „Kontakte zur IT-Securitybranche ein Leichtes“. Ob die digitale Empörung durch die angebliche Kaufbarkeit entwertet werde, wollte er nicht kommentieren.

Die „Shitstormagentur“ garantiert ihren Kunden die Anonymität und will sich gegenüber „heise.de“ nicht dazu äußern, ob bereits Pakete verkauft wurden. Auch über die technische Umsetzung wird nichts verraten. Das Gewinnen von Mitarbeitern für die Dienstleistung sei jedenfalls kein Problem.



Mit diesem Bild vor der Düsseldorfer Bahnhofsmision löst Bienkowski seine Aktion auf. Foto: Oliver Bienkowski

PR-GAG | 05.04.2013 | von Franziska Mozart

"Shitstorm mit Obdachlosen" ist eine Guerilla-Aktion

Obdachlose, die im Auftrag der Neusser Agentur Caveman Shitstorms befeuern? Diese Behauptung des Agenturchefs Oliver Bienkowski ließ auch uns am 4. April die Fr. Ganze nur ein PR-Gag sei. Unsere Vermutung Management der Agentur Caveman sitzt, will der Obdachlosen in Deutschland aufmerksam waren wir uns aber nicht. Inzwischen gibt es so. Bienkowski schreibt auf der Seite der Ag. uns bei allen Medienverlagen und Onlinered. Thema Obdachlosigkeit für kurze Zeit einen Berichterstattung eingeräumt haben."

Er listet auf, wie es ihm und seinem Team ge zu platzieren. Fahrt aufgenommen habe das angeblichen Shitstorm-Agentur nach einem / darin, feuilletonistisch über das Phänomen S dabei auch das Angebot von Caveman. Dan Medien und Blogger teils durchaus ungläubig Shitstorms jetzt zu kaufen gebe. Bienkowski "Meedia.de" und die "Werbewoche" ungeprü

Von Obdachlosen war da allerdings noch nic behauptete der Guerilla-Marketing-Experte E Shitstorms einzusetzen. Wir stellen uns ab

QUERILLA MARKETING 04.04.2013 von Ingo Rentz Redaktion HORIZONT.NET

Digitale Empörung auf Bestellung: Agentur bietet organisierte Shitstorms

SHITSTORM S 4.999,- EURO 100 KOMMENTARE 150 LIKES	SHITSTORM M 9.999,- EURO 500 KOMMENTARE 300 LIKES
SHITSTORM L 49.999,- EURO 3000 KOMMENTARE 1500 LIKES	SHITSTORM XL 199.999,- EURO 15000 KOMMENTARE 5000 LIKES

Diese Shitstorm-Pakete bietet Cavemann an (Bild: Screenshot caveman-werbeagentur.de)

Das Angebot klingt so außergewöhnlich, dass man es zunächst nicht glauben will: Eine Agentur im nordrhein-westfälischen Neuss organisiert gegen Bezahlung Shitstorms. Die "Caveman Werbeagentur" bietet mehrere Pakete, die unterschiedliche Stufen der digitalen Empörung versprechen. Nur ein Gag oder ernst gemeintes Angebot?

"Ihr Mitbewerber bricht ein Marketingversprechen? Sie haben sich am Kakao eines Fast Food Restaurants verbrüht? Sie sind sauer auf Ihren Handyanbieter? Dann kaufen Sie einen Shitstorm", so steht es auf der Homepage der Caveman Werbeagentur. Das Versprechen: "Wir potenzieren Ihren Unmut und fluten bei Facebook die Fansseiten mit Kommentaren und Likes." Das lässt sich die Agentur, die im Kerngeschäft Lichtinstallationen realisiert, einiges Kosten: Caveman bietet Pakete in den Größen S bis XL, die zwischen 4.999 und 199.999 Euro kosten. Dafür bekommt der Kunde dann bis zu 15.000 Kommentare und 5.000 Likes.



Ebenfalls zum Portfolio der Agentur gehört die Produktion von viralen Videos, weil diese die Gegenseite meist zu Reaktionen nötigen und häufig geteilt wurden. "Auch hier kämpfen dann Bilder gegen Wörter - wobei das Video immer gewinnt", verspricht die Agentur. Die moralische

Frankfurter Allgemeine

ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

AKTUELL MULTIMEDIA THEMEN BLOGS ARCHIV MEIN FAZ.NET

Politik Wirtschaft Feuilleton Sport Gesellschaft Finanzen Technik & Motor Wissen Reise

Hetze im Netz Geisterdreck

02.04.2013 - Wer sagt, dass man die Hetze im Internet selbst besorgen muss? Agenturen bieten längst ihre anonymen Söldnertruppen an. Natürlich nur im Dienst des Guten.

Von JAN WIELE

Artikel **Lesermeinungen** (0)

Eine Redewendung, in der Fäkalien auf einen Ventilator treffen, gab es im Englischen auch schon vor der Zeit des Internets. Für den betroffenen

Geschichte

Am Fundort der ersten Knochenfragmente des weltberühmten Steinzeitmenschen, der Wiege der europäischen Zivilisation im Kreis Mettmann trafen sich drei Neuzeit Menschen; Oliver Bienkowski, Peter Raudenkolb und Lutz Graf zu Dohna um für den Kunden einen Siegeszug in der Werbewelt zu schaffen.

Caveman steht seit dem Jahr 2000 für ungewöhnliche Ideen und für mehr öffentliche Aufmerksamkeit durch Mediahacking & Guerilla Marketing. Für Kampagnen, die nicht nur gebucht werden; sondern über die auch in den Medien geredet wird.

Abseits des Weges denkend, sind wir auf der Suche nach einer Nische. Wir verschaffen unserem Kunden mit modernsten Mitteln und ausgefallenen Projekten nachweisbare Ergebnisse. Wir optimieren durch Guerilla Marketing und Mediahacking die weltweite Präsenz unserer Kunden.

Full Service Dienstleistungen

Wir sind die Regisseure Ihrer Kampagne und vermitteln zur passenden Zielgruppe.
Nach einer dem Projektvorgespräch – liefern wir Ihnen alles aus einer Hand:

- ▲ Umfangreiche Konzeption mit Gesprächsleitfäden und Empfehlungen
- ▲ Tourenplanung per GPS und Logistik
- ▲ Auswahl in Frage kommender Aktionsorte / mögliche Kommunikationsplattformen
- ▲ nachvollziehbare Kalkulation / Auflistung aller einzelnen Posten
- ▲ Aktionsleitfäden / Ablaufpläne
- ▲ Kompakte Zielgruppenanalyse
- ▲ Ausführliche Abschlussreportings
- ▲ Promotionmaterialien (Give-Aways, Promoterkleidung, Roll-Ups, Inflatables etc.)
- ▲ Casting / Bereitstellung von Promoter, Kamerateams, Moderatoren, Fotografen etc.
- ▲ 14 Jahre Marktpräsenz im Bereich Guerilla – und Ambientmarketing

Referenzen



Referenzen



ROY ROBSON

LVMH
MOËT HENNESSY · LOUIS VUITTON

Moët Hennessy
DEUTSCHLAND

strellson⁺



GESUND
BRUNNEN
CENTER
BERLIN



BERLINER
KURIER



MUSIK
PARK

NCC

DMG
DE LOREAN MOTOR COMPANY

fischerAppelt

KARSTADT

monaco.

ZIEHL+ABEGG



Bundesministerium für
Ernährung, Landwirtschaft
und Verbraucherschutz

BÜNDNIS 90
DIE GRÜNEN
NÖRDRHEIN-WESTFALEN



BÜNDNIS 90
DIE GRÜNEN
BADEN-WÜRTTEMBERG



Klimahaus[®]
Bremerhaven B⁺Ost

Unkonventionelle Ideen über die Medien freiwillig berichten...



...Radiosender Talkshows abhalten...

Deutschlandradio Kultur

Wir über uns Programmvorschau Frequenzen

KULTURNACHRICHTEN

Montag - Freitag · 6:30 | 7:30 | 8:30 | 9:30 | 10:30 | 11:30 | 14:30 | 15:30 | 16:30 Uhr

Samstag · 6:30 | 7:30 | 8:30 | 9:30 | 10:30 | 11:30 Uhr

Sonntag · 9:30 | 11:30 Uhr

Freitag, 05. April 2013 15:30 Uhr

Shitstorm-Agentur war Teil gezielter Guerilla-PR

Oliver Bienkowski ist zufrieden mit seiner PR-Aktion. Der Chef einer Guerilla-Marketing-Agentur aus Neuss hatte behauptet, Shitstorms zu organisieren und zu verkaufen - und dafür auch Obdachlose zu beschäftigen. Mehrere Medien, auch Deutschlandradio Kultur, hatten in den vergangenen Tagen darüber berichtet. Jetzt stellt Bienkowski klar: Das war eine gezielte PR-Aktion. Seine Firma organisiere keine Shitstorms. Mit der Aktion habe er auf die Situation von Obdachlosen aufmerksam machen wollen. In seiner Erklärung heißt es, er habe Mechanismen und Hebel der Medienmanipulation genutzt, um das Thema Wohnungsnot wieder in die Diskussion zu bringen. Die komplette Erklärung finden Sie [hier](#).

...ZDF heute Nachrichten...

ZDFmediathek

Suchbegriff eingeben

SOTSCHI 2014 | STARTSEITE | NACHRICHTEN | SENDUNG VERPASST | LIVE | SENDUNGEN A-Z | RUBRIKEN | THEMEN | SENDER | TV-PROGRAMM



05:09 / 15:01

TV-Programm mehr Infos

ZDF heute nacht 09.10.2013 00:15
heute nacht vom 08.10.2013
Mit den Themen: Pisa-Studie für Erwachsene - Deutsche im Vergleich nur Mittelmaß; Bischof unter Druck - Rücktrittsforderungen an Tebartz-van Elst; Kein Erschein nötig; BGH macht Erben leichter.

+ Merken

Weitere Beiträge Ähnliche Themen

Kontakt | Hilfe | Datenschutz | HTML-Version

< Zurück | Zuletzt gesehen | Weiter >

Miniplayer | Vollbild | Einstellungen

...Zeitungen in aller Welt berichten...



- News
- Opinion
- Taiwan Living
- Learn English
- The China Post
- Subscribe
- RSS Feeds

World

'United Stasi' beamed onto Berlin US mission

AFP
July 10, 2013, 12:01 am TWN

- Print
- Email
- Like
- 0
- Tweet
- 0
- Share

BERLIN--A German artist has projected the message "United Stasi of America" onto the U.S. Embassy in Berlin, likening reported sweeping Internet surveillance by Washington to spying by the former East German secret police.



A U.S. Embassy spokesperson told AFP: "Very funny. But anyone making such a comparison knows neither the Stasi nor the United States."

The reference to the former communist Staatsicherheit or Stasi police was beamed at night onto the U.S. mission by German artist Oliver Bienkowski, in collaboration with Internet tycoon and online activist Kim Dotcom.

"I defaced the U.S. embassy in Berlin with a truth-projection last night. Owned!" tweeted New Zealand-based Dotcom.

- Print
- Email
- Like
- 0
- Tweet
- 0
- Share

'United Stasi of America' beamed onto Berlin US mission



The face of Megaupload founder Kim Schmitz and the lettering "United Stasi of America" is displayed on the facade of the US embassy in Berlin on the night of July 8, 2013. (AFP)

AGENCE FRANCE PRESSE
Tuesday 9 July 2013
Last Update 9 July 2013 6:19 pm

BERLIN - A German artist has projected the message "United Stasi of America" onto the US embassy in Berlin, likening reported sweeping Internet surveillance by Washington to spying by the former East German secret police.

A US embassy spokesperson told AFP: "Very funny. But anyone making such a comparison knows neither the Stasi nor the United States."



HOME QUICK HOME

Accueil > Société > Insolite

"United Stasi of America" projeté sur l'ambassade des Etats-Unis à Berlin

AFP Publié le mardi 09 juillet 2013 à 14h54 - Mis à jour le mardi 09 juillet 2013 à 17h17



La vidéo de cette projection
 ▶ Le Venezuela a reçu une demande d'aide de Snowden
 ▶ Une nouvelle vie pour Snowden
 ▶ Snowden: "Les Occidentaux espèrent souvent avec la NSA"

Un artiste a dénoncé l'espionnage des Etats-Unis en Europe en projetant dans la nuit de dimanche à lundi sur l'ambassade des Etats-Unis à Berlin le slogan "United Stasi of America", faisant allusion à la police politique de l'ex-Allemagne de l'Est.

"Très drôle. Quoique fait ce genre de comparaison ne connaît pas grand-chose ni à la Stasi, ni à l'Amérique", a commenté la service de presse de l'ambassade des Etats-Unis, joint mardi par l'AFP.

La Stasi était la police politique du régime communiste ex-allemand, dont l'activité de surveillance des moindres faits et gestes de la population de l'ex-RDA (République démocratique allemande) a notamment été illustrée dans le film allemand "La vie des autres".

L'action a été organisée par Oliver Bienkowski, un artiste spécialisé dans les messes en lumière, en lien avec le fondateur de Megaupload.com, Kim Dotcom (Schmitz de son vrai nom), qui a revendiqué sur son compte Twitter. Une vidéo était également visible sur YouTube.

Kim Dotcom, dont la photo a aussi été projetée sur une façade de l'ambassade des Etats-Unis, avait soufflé l'idée du slogan à Bienkowski, a raconté ce dernier au quotidien populaire Bild, mardi.

Il voulait protester contre l'espionnage des communications en Europe et en Allemagne par les services

3D Mapping



Kunde: Saarländischer Rundfunk / UnserDing

Lichtprojektionen (Lichtplakate)



Kunde: ECE Nova Eventis SOS Kinderdörfer

Guerilla Gardening & Moosgraffiti



Kunde: Borussia Dortmund, Fußballbundesliga



Werberoboter



Kunde: kik Textildiscount

Werberoboter



Kunde: Fortuna Düsseldorf

Skybranding in tiefe dunkle Wolken



Kunde: Stadtmarketing Neuss



Skybranding in tiefe dunkle Wolken



Kunde: Warner Brothers Movieworld

Skybranding in tiefe dunkle Wolken



Kunde: Hamburg Freezers, Eishockey

Skybranding in tiefe dunkle Wolken



Kunde: Hamburg Freezers, Eishockey

Flüsse Färben



Kunde: Die Macher e.V.



Lighttagging Lichtmalen



Kunde: Saarländischer Rundfunk, Saarbrücken



Heliumflug mit Miniaturauto ins Weltall



Kunde: Simon Autohaus Unternehmensgruppe

Streetbranding, Clean Graffiti, Reverse Graffiti



Kunde: Das Örtliche, Mc Donalds, Marktkauf

Guerilla Knitting



Kunde: Brigitte MOM, Zeitschrift

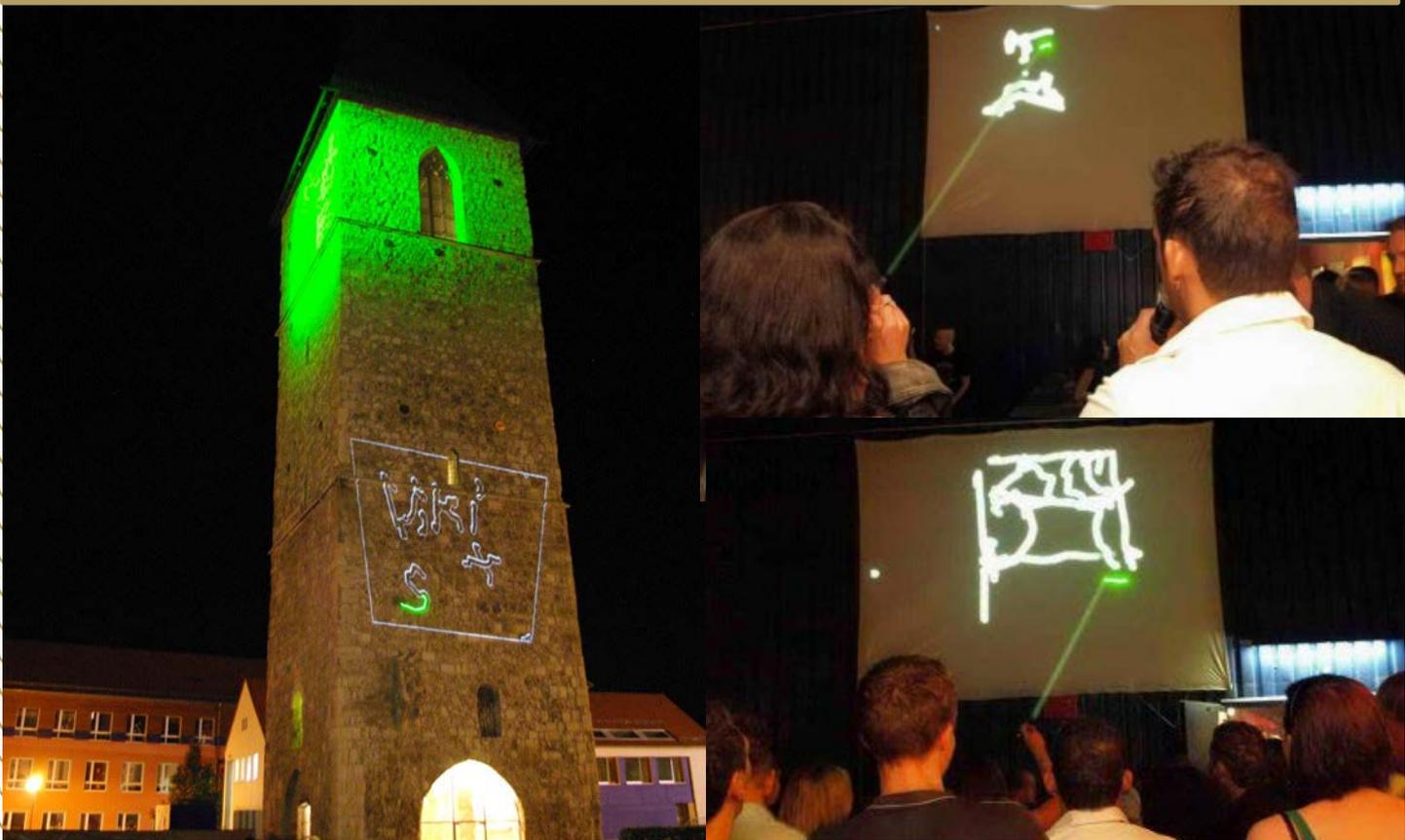
Kreidebrandings



Kunde: Boxfresh GmbH



Lasertagging, Lasermalen



Kunde: Stadt Nordhausen, Lichterfest



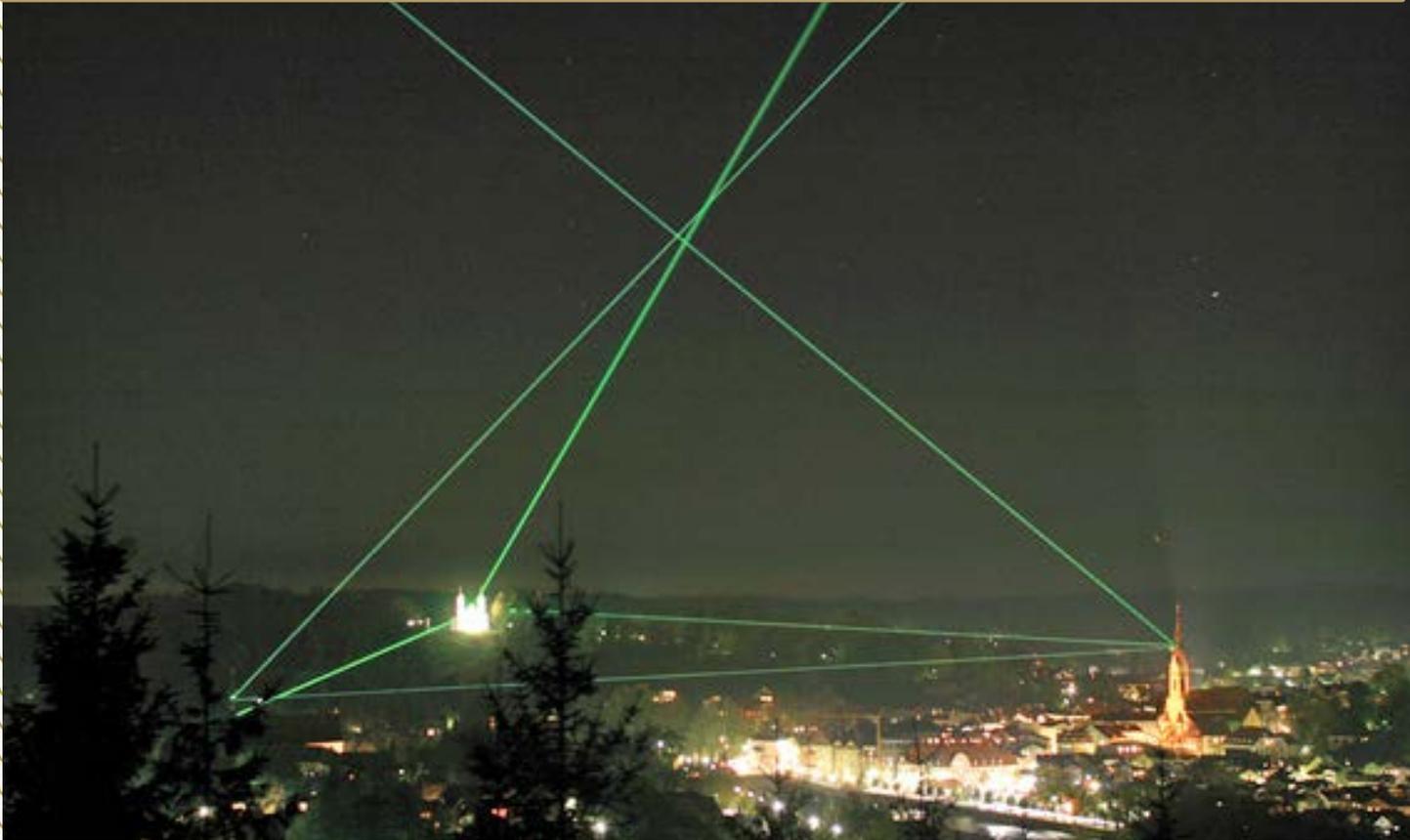
Rollplakate



Kunde: ECE Main Taunus Zentrum



Laserpyramide



Kunde: pc³



Laser Lichtwahrzeichen



Kunde: Microsoft , Edeka, Gauselmann



Tragebanner, Rotphasenbanner



Kunde: WWF, Yellow Sonnenstudios



Elektrostatiche Haftsticker



Kunde: Stadtwerke Essen, Radio BOB

Lichtobjekte



Kunde: Stadtmarketing Marsberg



Morphsuits



Kunde: Grüne Woche, Berlin

Beamer Man



Kunde: Microsoft Deutschland



18/1 Anhänger



Kunde: Radiosender UnserDing, Saarbrücken



Snowbranding



Kunde: Borussia Dortmund

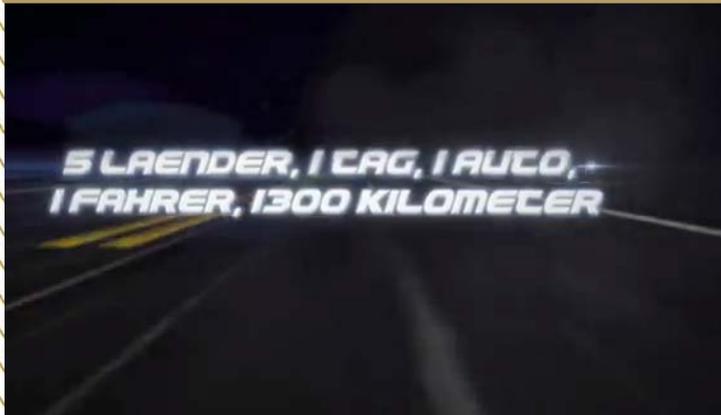
Heliumwalker



Kunde: Runnerspoint



Zeitraffer Viralfilme



Kunde: KFC Deutschland, Düsseldorf



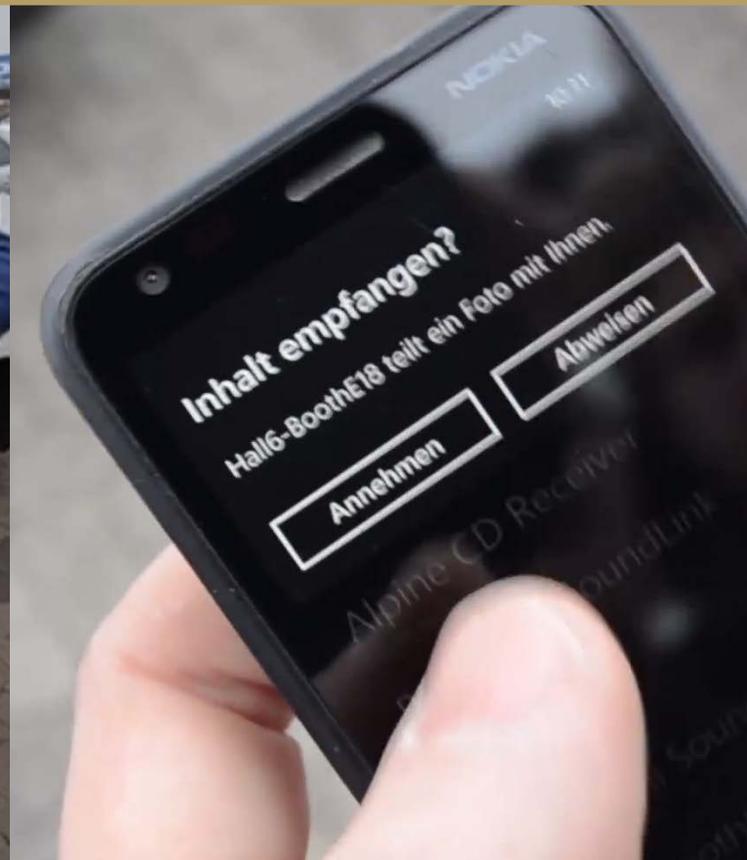
Hotelhänger



Kunde: KFC, Düsseldorf



Bluetooth Hotspot



Kunde: update CRM, Cebit 2014

