

---

## **Guerilla Marketing – Die alte Dame wird erwachsen**

Die Wurzeln des Guerilla Marketings reichen zurück bis um die Zeit zwischen 1808-1814. Hier entstand der Begriff "Guerilla", beim Kampf der Spanier gegen Napoleon und bedeutet sinngemäß, "Irregulärer Kämpfer die im Feindesland den Nachschub stören". Damit sind die Wurzeln des Guerilla Marketings älter als die meisten anderen Marketingstrategien. Aufbauend auf den Begriff "Guerilla" prägte Ernesto Che Guevera um das Jahr 1960 die "Guerilla Taktik". Er definiert Guerilla Taktik als "Sieg über den Feind als ultimatives Ziel, durch den Einsatz von Überraschungseffekten und taktischer Flexibilität". Um das Jahr 1965 erhielt die Guerilla Taktik Einzug in den Marketingbereich und ist bis heute als Guerilla Marketing bekannt. Durch den Wandel vom Verkäufer zum Käufermarkt suchten Marketingexperten in den USA eine neue Marketingstrategie und wurden dabei durch den stattfindenden Vietnamkrieg beeinflusst, durch den die Guerilla Taktik wieder ins Rampenlicht rückte.

Nachdem für eine ganze Weile eine gewisse Ruhe und Gelassenheit im Guerilla Marketing eingekehrt war, gewinnt die Strategie wieder an Fahrt. In den USA und vielen anderen Ländern ist Guerilla Marketing bereits fest in Unternehmens- und Marketingkulturen verankert. In Deutschland gewinnt das Thema gerade erst an Bedeutung. Die wachsende Bedeutung lässt sich u.a. darauf zurückführen, das Marketing heute mehr denn je mit stagnierenden Budgets immer mehr Aufgaben übernehmen muss, was einen optimierteren Mitteleinsatz im Marketing erfordert. In wirtschaftlich angespannten Zeiten und eines zunehmenden Wettbewerbsdrucks sind keine hochtrabenden Strategien und Konzepte gefragt, sondern praxisgerechte Lösungen die zu kurzfristigen Ergebnisveränderungen führen. Die Abstumpfung von Verbraucher bzw. Kunden gegenüber klassischen Marketingaktionen ist zusätzlich als Grund für die wachsende Bedeutung des Guerilla Marketings zu nennen. Ein Lösungsansatz ist hierbei das Guerilla Marketing. Es vereint kostengünstige Marketing-Ideen die durch Einfallsreichtum, Flexibilität und überraschende Momente von den Aktivitäten der Wettbewerber abheben und von den Zielgruppen entsprechend wahrgenommen werden.

Diese Entwicklungen führten zu einigen Meilensteinen und Veränderungen auf der Marketingbühne Deutschland. So gibt es seit Anfang des Jahres 2004 ein eigenes Fachportal zum Thema Guerilla Marketing. Unter der Webadresse [www.guerilla-marketing-portal.de](http://www.guerilla-marketing-portal.de) hat sich ein regelrechter Treffpunkt für Guerilla Marketeers und Interessierte entwickelt. Neben der Theorie und der Entstehungsgeschichte des Guerilla Marketings, wird über aktuelle und interessante Kampagnen aus der Praxis berichtet. Natürlich findet man neben Links zu Guerillas, einer Bücherliste und einem Diskussionsforum noch viele weitere interessante Informationen zum Thema. Ein Besuch auf dem Portal lohnt sich garantiert, um nicht zuletzt einige spannende und hilfreiche Tipps und Tricks für die eigene tägliche Arbeit in Erfahrung zu bringen.

---

Des Weiteren findet am 25.06.2004 im Zuge dieser Entwicklungen der erste deutsche Guerilla Marketing Kongress in der Europa Fachhochschule in Köln statt. Neben der Theorie des Guerilla Marketings erhalten Besucher anhand verschiedener Vorträge und Praxisbeispiele einen ersten Einblick in die unterschiedlichsten Spezialdisziplinen. "Ambient Media", "Viral Marketing", "Guerilla Marketing Cross Media" oder "Guerilla Recht" sind nur einige Beispiele. Informationen zum Kongress, der übrigens auch in den folgenden Jahren wieder stattfinden soll, findet man auch auf dem Fachportal für Guerilla Marketing.

Andere Veranstalter schlagen einen anderen Weg ein. Das Guerilla-Marketing-Network organisiert zum Beispiel Workshops in Berlin, Köln und Stuttgart. Bei diesen Veranstaltungen werden, gemeinsam mit den Besuchern, im Rahmen des Workshops konkrete Einsatzmöglichkeiten für das eigene Unternehmen erarbeitet. Dabei stützt sich der Veranstalter auf den Großmeister und Pionier dieser Marketingdisziplin. Das Guerilla Network wurde von Jay Conrad Levinson lizenziert, dem Erfinder des Guerilla Marketing aus den USA und Autor einer Vielzahl erfolgreicher Fachbücher. Neben der Workshopidee des Guerilla Network ist eine deutliche Zunahme an Vorträgen, Beiträgen, Seminaren und Veranstaltungen zum Guerilla Marketing zu beobachten.

Auch kommen immer mehr Agenturen auf die Idee, sich auf Guerilla Marketing zu spezialisieren, wie zum Beispiel die conceptbakery aus Köln, die webguerillas aus München oder die Agentur VM-People aus Berlin, die sich alle schon als Guerillas etabliert haben. Bei der Auswahl einer geeigneten Agentur ist allerdings Vorsicht geboten. Denn nicht überall wo Guerilla Marketing draufsteht ist auch Guerilla Marketing drin.

Die Guerilla Szene in Deutschland ist aus seinem Märchenschlaf erwacht und wird zunehmend erwachsen. Mit Spannung sind diese Entwicklungen zu beobachten. Guerilla Marketing wird in den kommenden Jahren immer mehr an Bedeutung gewinnen und sich mit breiter Brust gegen den klassischen Werbewahnsinn stemmen, der momentan vielerorts immer noch das Marketinggeschehen bestimmt.

Fazit und Rat zugleich: "Think different!"

**Kontakt:**

Guerilla Marketing Fachportal  
Thorsten Schulte  
Heidfeldstraße 17  
57368 Lennestadt  
Tel: 02721 / 983846  
Mobil: 0171 / 4886012  
service@guerilla-marketing-portal.de  
www.guerilla-marketing-portal.de