

## „Guerilla Marketing“

Viele Einrichtungen der Offenen Kinder- und Jugendarbeit verfügen nicht über die finanziellen Mittel, um große Marketingstrategien fahren zu können. Sie müssen sich kreative Wege überlegen, damit ihre Einrichtung und ihre Angebote in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden.

Um die öffentliche Wahrnehmung zu verbessern, kann vor allem bei `besonderen` Aktionen, Projekten und Kampagnen, Guerilla- Marketing eine hilfreiche Unterstützung sein. Bei **Guerilla-Marketing** handelt es sich um **unkonventionelle Marketingaktionen**, die mit **kleinem Einsatz große Wirkung** erzielen. Guerilla-Marketing steigert so die Sichtbarkeit einer Marke für eine große Anzahl von Leuten, ohne diese dabei zu belästigen.



Im Marketing basieren Guerilla-Taktiken hauptsächlich auf einem **Überraschungseffekt**. Es geht darum, die Aufmerksamkeit der Konsumenten durch `untypische` Kampagnen auf Gegenständen und an Orten zu gewinnen, an denen sie nicht damit rechnen.



Der Reiz liegt insbesondere im in der Regel geringen finanziellen Aufwand. Der größte Aufwand einer solchen Kampagne findet im Kopf statt und ist intellektueller und kreativer Natur.



Guerilla Marketing...funktioniert wie?

Beim Guerilla Marketing wird Werbung auf Gegenständen und an Orten platziert, bei denen Konsumenten nicht unbedingt mit Werbung rechnen. Die Möglichkeiten für „Werbeträger“ sind dabei nahezu unbegrenzt und können somit auch auf Gebiete (z. B. rund um eure Einrichtungen) ausgeweitet werden, die in der Regel nicht als bevorzugte `Werbezonen´ angesehen werden.

Durch innovative Werbeformen sollen die Zielpersonen emotional angesprochen werden, etwa weil sie lachen müssen, überrascht oder gar schockiert sind. Damit sollen sie aus ihrem Alltagstrott, aus ihrer Komfortzone geholt werden.



Weil durch ungewöhnliche Aktionen eine hohe Aufmerksamkeit auch mit geringem Budget erzielt werden kann, wird Guerilla Marketing besonders auch kleinen und mittelständischen Unternehmen sowie Selbstständigen empfohlen.

**Also warum auch nicht den Einrichtungen der Offenen Kinder- und Jugendarbeit...?!**



### **Wichtig!**

*Wer einmal den positiven Effekt von Guerilla-Marketing erlebt hat, läuft schnell Gefahr, „nicht genug davon zu bekommen“!. Also denkt dran, nicht übertreiben. Denn je auffälliger eine Kampagne ist und je mehr sie in den sozialen Medien viral geht, umso mehr bleibt sie im Gedächtnis und lässt sich unter Umständen auch nicht mehr stoppen. Das gilt aber im positiven wie negativen Sinne!*

Damit alles im Sinne eurer Aktion und somit eurer Einrichtung läuft sollten folgende Regeln gelten:

- ✓ Alles was ihr macht, darf nicht im Widerspruch zu den Zielen und Werten eurer Einrichtung/eures Trägers stehen. Und immer daran denken, das Logo und die Kontaktdaten prominent zu platzieren, damit klar ist, von wem die Aktion ist.
- ✓ Das Besondere an Guerilla Marketing ist das Überraschungsmoment. Das lässt sich nicht unbegrenzt wiederholen, weil dann der „Wow-Effekt“ nicht mehr eintritt. Also immer wohl dosiert einsetzen.
- ✓ Da die Aktionen eindeutig rückverfolgbar sind, müssen sie natürlich legal sein!

Quellennachweis:

<https://www.acquisa.de/magazin/guerilla-marketing>

<https://www.impulse.de/management/marketing/guerilla-marketing-plus/2126210.html>

<https://blog.hubspot.de/marketing/guerilla-marketing>

<https://inovisco.com>