

# Guerilla-Marketing im Kulturbetrieb

Klare Ziele – neue Wege – kleines Budget

Was tun, wenn Zielgruppen über die konventionellen Wege nicht mehr erreicht werden? Wie kann dem Überangebot an Information und dem dadurch bedingten Werbeverdruss begegnet werden? Wie nutzt man effizient und effektiv ein i. d. R. viel zu kleines Marketingbudget? Auf alle drei Fragen kann »Guerilla-Marketing« eine Antwort sein. Große Wirkung bei kleinem Budget ist das, was erreicht werden soll. Das Seminar klärt in der Erstellung eines Marketing-Plans die Frage, welche Charakteristika Marketing zu einem Guerilla-Instrument werden lassen. Anhand von konkreten Beispielen werden im Seminar mittels verschiedener Kreativtechniken Guerilla-Ideen entwickelt und diskutiert.

## Inhalte

- » Herausforderungen des »herkömmlichen« Marketing
- » Charakteristika des Guerillamarketing
- » Kreativität auf Knopfdruck – Kreativitätstechniken
- » Guerilla-Taktik im Marketingplan
- » ambient, ambush, viral – Methoden des Guerilleros
- » 1000 Ideen
- » Guerilla-Beispiele aus dem Kulturbetrieb

## R Guido Froese



Akademieleiter und Geschäftsführer Nordkolleg Rendsburg, Kulturmanager und Jurist, Lehrbeauftragter an der CAU zu Kiel, Personal- und Managementtrainer  
[www.guidofroese.de](http://www.guidofroese.de)

## ! Auf einen Blick

**Di. 19. Februar**

**10 Uhr bis 17 Uhr**

*Ort: Pforzheim, Kulturhaus Osterfeld  
Kosten: 90 € inkl. Arbeitsmaterialien  
max. 20 Teilnehmende*