

Tu ´was – Guerilla Marketing im Widerstand



Die Situation

Jeder kennt das Gefühl: Man glaubt, die Dinge klar zu sehen, aber alle anderen scheinen nichts von der Welt mitzubekommen, und obendrein wird mir nichts dir nichts online so gut wie überall zensiert, wenn man versucht, über diesen Weg die Menschen aufzuklären. Es ist frustrierend.

Aber warum eigentlich sind wir so in unsere Online-Medien vernarrt? Ganz einfach: Sie haben einen großen Vorteil, denn sie stellen ein so genanntes Massenmedium dar. Unsere Hoffnung ist also stets, viele Menschen zu erreichen, und daher beginnen wir oft in Abos zu rechnen als hinge unser Leben

davon ab.

Einerseits ist das richtig. Wir wollen ja, dass unsere Botschaft bei vielen Usern ankommt. Aber ein gelungener Kontakt ist nicht alles – wie viele der Zuschauer sehen sich die Inhalte an, und tun dann genau – nichts? Wohl viele, wenn nicht sogar die meisten.

Das Gegenbeispiel wäre das persönliche Gespräch. Hier ist der Vorteil, dass man dialogisch arbeiten kann und einen stärkeren Einfluss auf den Gesprächspartner hat, wenn er nicht gerade wie ein dressierter Hund ideologisch oder emotional mauert. Doch hier erreicht man eben nur einzelne Personen.

Guerilla Marketing als Lösung

Nun, wenn die jemand A oder B sagt, so denke darüber nach, ob es nicht ein C geben könnte.

Eine Lösung, die ich hier vorstellen werde, ist das sogenannte Guerilla Marketing.

Guerilla Marketing stellt – in sehr einfachen Worten beschrieben – Werbeaktionen dar, welche sehr wenig Aufwand verzeichnen, aber eine hohe Aufmerksamkeit und Reichweite generieren. Sie sind normalerweise einmalig, innovativ, kreativ, witzig oder frech, und ermöglichen oftmals den Dialog. Sie erreichen viele Menschen, wenn auch nicht immer so viele Personen wie ein Massenmedium, aber eben mehr als nur einen engen Kreis von Einzelpersonen.

Und sie können direkte Anreize zur Aktivitätsentfaltung (je nach Botschaft und Aktion) setzen. Zumal sie auch **offline** erfolgen können! Ich lege den Focus in diesem Artikel bewußt auf Aktionen im realen Leben und vernachlässige den Online-Bereich hier.

Guerilla Marketing erzielt also einen Überraschungseffekt,

z.B. durch eine negative oder positive Emotionalisierung oder einen Knall- oder Aha-Effekt. Es transportiert eine Botschaft auf außergewöhnliche und erinnerungswerte Weise.

Zum besseren Verständnis skizziere ich hier einen Klassiker des Guerilla-Marketing.



Quelle: [Hubspot](#)

Untenstehend sieht man, wie ein Reisebüro im Winter für Flüge in südlichere Gefilde warb. Die Aktion ist einfach, eingängig und holt den Konsumenten emotional ab, da er durch den Schnee stapfen muss und sich nach der Sonne sehnt. Zudem ist die Aktion kostengünstig. Sie ist zudem überraschend.

Klare Vorteile

Diese Taktik läßt sich für den demokratischen Widerstand nutzen. Sie hat dabei mehrere große Vorteile. Zum einen haben

Aktivisten, youtuber und andere freie Medienmacher niemals soviel finanzielle und personelle Ressourcen wie z.B. der öffentlich-rechtliche Rundfunk. In diesem Feld kann man sich nicht mit Ihnen messen – aber im Feld der kreativen Einzelaktionen sind diese Medien schlagbar. Sie sind zu behäbig und altbacken, um hier agieren zu können und eher zentralistisch aufgebaut.

Dadurch fehlt Ihnen das kreative Potenzial einer Schwarmintelligenz, wie sie die patriotischen dezentralen Netzwerke entwickeln können. Gerade viele kleine verschiedene Einzelprojekte vieler unabhängiger Aktivisten können eine enorme innovative Schaffenskraft entwickeln und zudem miteinander in einen Wettbewerb der besten Ideen treten.

Außerdem kann man die Menschen hier auch emotional, nicht nur rational packen.

Und ich umgehe diesmal die Hürden der online-Welt, kann aber dennoch auf sie verweisen, z.B. über QR-Codes oder Internet-Adressen.

Nachteile

Doch Obacht – es gibt ein paar **Hürden** zu beachten. Ich rate hier bei allem zur Vorsicht. **Zum einen sollte der rechtliche Rahmen vorher geprüft werden. Wie weit darf und kann ich gehen, damit ich nicht mich oder sogar andere gefährde?** Bin ich berechtigt, in Stadt xy eine Aktion im öffentlichen Raum durchzuführen? Kann mich eine mißglückte Aktion Geld kosten oder mich rechtlich in Bedrängnis bringen?

Zudem sind stark polarisierende Aktionen wie z.B. ein Flashmob mit einer Enthauptungsszene, um an den IS zu erinnern, starker Tobak. Starke Medizin hat starke Nebenwirkungen. Es nützt niemandem etwas, wenn man wegen Störung öffentlichen Friedens auf die Wache muss und eine Massenpanik auslöst... Zudem können

negative Emotionen auch den gegenteiligen Effekt hervorrufen und die Menschen sich in Scham und Widerwillen abwenden lassen.

Positive Auftritte sind meiner Ansicht nach oft zu bevorzugen, um ein Identifikationspotenzial mit den Aktivisten oder der „Werbe“-Botschaft auszulösen.

Doch was ist überhaupt möglich?

Größere Aktionen

Die sicherlich in den Medien bekanntesten Nutzer des Guerilla-Marketings dürften die Aktivisten der Identitären Bewegung sein.

Ein paar Beispiele aus ihrem Schaffen: Die [Identitäre Bewegung](#) verhüllte verschiedenen Statuen die Augen, um u.a. auf die Blindheit gegenüber der hereinbrechenden Realität hinzuweisen.

Aktivisten derselben Bewegung setzen sich auch in eine Talkshow „der Gegenseite“, um die Runde zu einem vereinbarten Zeitpunkt mit Sprechchören und Plakaten zu stören – eigentlich eine „urlinke Aktionsweise“, die ich selbst noch an der Universität in solcher Weise kennengelernt habe, als Herr Rühle (Ex-Bundesminister der Verteidigung) einen Vortrag hielt und massiv durch Pfeifen und Gröhlen gestört wurde. (Wie gesagt, ich nehme keine Bewertung der Aktionen vor, ein jeder muss für sich selbst wählen, was im Kontext der Situation in Deutschland angemessen erscheint.)

Auch hielten die Aktivisten der IB auf der Zwei-Jahres-Pegida in Dresden Banner hoch mit dem Schriftzug „Habe Mut“.

Oder besetzten kurzzeitig mit einem Plakat das Brandenburger Tor, wie es einst Greenpeace vor Ihnen vormachte. Dann habe ich von einer Aktion gehört, bei der die Umrisse von Körpern (wie es nach einem Mord gemacht normalerweise gemacht wird)

auf den Asphalt gemalt wurden, um auf die zunehmende Gewalt hinzuweisen.

Weitere Möglichkeiten sind hier die Zuhilfenahme von Flashmobs, z.B. um eine Situation für alle Passanten darzustellen, z.B. eine schockierende Enthauptungsszene, um auf die Grausamkeit des IS oder Krieges. Auch verschleierte Frauen in Burka oder ähnliches können eingesetzt werden, um auf Missstände hinzuweisen, was z.B. Freiheit und Gleichberechtigung angeht.

Oder positiv wirkende Aktionen wie ein Chor oder eine Musik- oder Tanzgruppe als flashmob, der ein patriotisches Lied singt oder spielt etc.. Hier kann man sehr kreativ sein und mit einer schnellen Aktion punkten und auch Fotos schießen, bevor ggf. gewaltbereite Antifakreise davon Wind bekommen.

Sehr kleine und einfache Aktionen können auch sein:

Botschaften oder zum Nachdenken [anregende Fragen](#) im Einkaufsmarkt an die schwarzen Bretter pinnen. Oder Zettel in CD-Regalen oder in Büchern im Buchhandel deponieren. Oder in leeren Einkaufswagen. Oder öffentlichen Klos, z.B. am Pissoir auf Augenhöhe. Oder was ist mit der U-Bahn, der Bushaltestelle oder Parkbanken? Die Frage ist natürlich immer – was ist davon erlaubt und was nicht.

Mit Sprühkreide kann man Schrift auf den Asphalt sprühen (Obacht – das hat Risiken – ich erinnere mich dass man der IB daraus einen Strick drehen wollte und ihnen mit Reinigungskosten drohte, was bei Kreide die beim nächsten Regen verschwindet, natürlich lächerlich ist)) oder mit Kreide Botschaften aufschreiben. Z.B. auf Brücken oder Treppenstufen.

Man kann Transparente aufhängen. Flugzettel an Orten auslegen, wo viele Menschen vorbeikommen oder warten müssen.

Oder wie wäre es Zettel oder Gegenstände an Bäume oder Büsche zu binden?

Oder Geschenke wie z.B. eine Blume mit einem Zettel daran zu verschenken?

Aber wie gesagt Vorsicht: Die rechtlichen Möglichkeiten sollten vorher geprüft werden.

Corona als Aufhänger

Auch Corona hat Potenzial: Botschaften oder Internetadressen auf einem Mundschutz oder einem T-shirt oder Kittel sind mit entsprechenden Stiften schnell aufgetragen. Oder vielleicht an den Flatterbändern abgesperrter Einkaufswagenhäuschen? Oder ihr verschenkt etwas Corona-Thematisches?

Werdet aktiv und schreibt mir

Ich habe hier bewußt nur wenige Ideen skizziert und Guerilla Marketing stark verkürzt dargestellt. Doch eine Google-Suche fördert viele Möglichkeiten zu Tage, und genau das empfehle ich euch!

Ich möchte im Rahmen der Arbeit mit dem [Brennpunkt Politik](#) nun eure kreativen Potenziale und eure Aktivität erbitten.

Schreibt mir von Aktionen, die ihr euch vorstellen könnt oder die ihr schon durchgeführt habt (dann freue ich mich über Bilder, Text und eine schriftliche Einverständniserklärung, ob ich diese Aktion veröffentlichen darf). Wenn es nach mir geht, dann stellen wir einige Ideen später in einem livestream vor.

Es ist ein wahnsinnig Gutes Gefühl, wirklich etwas Praktisches zu tun – seid also nicht nur dabei, seid die Lösung!

Schreibt bitte an bis zum **31.05.2020** an

Der-einsame-wanderer@gmx.de

Und teilt diesen Artikel sooft ihr könnt. Danke.

P.S. Wer mehr über Möglichkeiten des demokratischen Widerstandes erfahren will, schaue hier in meine Artikel Serie

[Teil 1](#)

[Teil 2](#)

[Teil 3](#)

[Teil 4](#)

Wichtig ist in diesem Kontext auch, sich zu vernetzen:

Besucht mich bitte unter:

telegramchannel t.me/einsamerwanderer2019

Oder auf youtube:

Bitte nutzt auch den newsletter!

Weitere Möglichkeiten wie Bitchute, Instagram etc. findet ihr im Menüpunkt „Der Wanderer“