



fww seminare

15.11.2011, 09:00 Uhr

## Gelungener Auftakt mit Che

**Die ersten fww seminare zu „Guerilla-Marketing“ kamen gut an. Bei den Trainings in Leipzig, Hannover und Sindelfingen gingen die Teilnehmer mit Top-Ideen nach Hause.**



Che Guevara auf dem Hemd: Trainer Kouklinos mit dem Namensgeber des Guerilla-Marketing.

Foto: Andre Lenthe

Wann ist im normalen touristischen Tagesgeschäft schon Zeit für eine Runde kreatives Brainstorming? „Eher selten“, meinen Anna Brandes und Willy Gielen, Teilnehmer des fww seminars „Guerilla-Marketing“ in Hannover. Ein Grund für beide sich einmal intensiv mit dem Thema Guerilla-Marketing zu beschäftigen. Und zwar einen Tag lang. Beim Training ging es um ungewöhnliche Methoden des Marketings: auffällige Aktionen, die aber oft mit kleinem Etat und Aufwand zu machen sind.

Trainer Evangelos Kouklinos brauchte nur zu animieren, schon sprudelten die Ideen der 19 Teilnehmer – vom Reisebüro-Chef bis zum Marketing-Manager. Bereits in der Vorstellungsrunde zeigten einige, wie man mit kleinen Mitteln große Wirkung erzielt. Die Seminarteilnehmer bereiteten sich vor, suchten Requisiten aus dem Hotel Mercure zusammen. Der Belgier Willy Gielen etwa bestellte sich eine Portion Pommes. Belgien ist schließlich das Land der Pommes. Während er sich den anderen vorstellt, wabert der Duft der Fritten im Raum, die er auch herumreicht. So lassen sich einige der Teilnehmer schon vor zehn Uhr die heißen Kartoffeln schmecken. Kein Wunder, dass diese Vorstellung bei vielen am besten ankommt – und in Erinnerung bleibt. Kleiner Einsatz- große Wirkung. Genau darum geht es auch beim Guerilla-Marketing.

2012 werden die fww seminare übrigens mit dem Thema „Guerilla-Marketing“ auch in andere Städte kommen. Weitere Themen für fww seminare werden zurzeit entwickelt. Mehr dazu in den kommenden fww- Ausgaben. Aber erst mal gibt's ein paar Eindrücke vom Training in Hannover in unserer Bildergalerie.

**Quelle:** <http://www.fww.de/gelungener-auftakt-mit-che/393/97234/11176>

© 2011 Verlag Dieter Niedecken GmbH, Alle Rechte vorbehalten



Gespannt: Trainer Evangelos Kouklinos erklärt den Teilnehmern, wie sie in der Vorstellungsrunde schon im Kleinen Guerilla-Marketing betreiben können.



Verspielt? Von wegen! Die Seminarteilnehmerinnen Corinna Habicht (links) und Inke Steffen verwenden Requisiten des Hotel Mercure, um sich den anderen vorzustellen.



Künstlerisch: Henrike Schelling bemalt einen Luftballon für ihren Auftritt.



Interessiert: Angelika Schwitzer findet die Auftritte ihrer Kollegen einfallsreich.



Lecker: Mit Pommes stellte sich der Belgier Willy Gielen vor. Und alle durften mal kosten.



Schnell: Reisebüro-Chef Rainer Melhausen machte seine Präsentation kurz, in einem Atemzug – bis die Luft aus dem Ballon raus war.



Klein: Mit einer Mini-Nivea-Dose verdeutlichte Esther Thiry, in welcher Stadt sie wohnt.



Gestenreich: Trainer Evangelos Kouklinos (KMI) zeigt den Teilnehmern, wo's mit dem Seminar langgeht.



Small Talk: Babette Cordes (links) und Gesine Hansel unterhalten sich über den Ablaufplan des Tagesseminars.



Kreativ: Corinne Habicht erklärt Anna Brandes, wie sie ihre Idee einsetzen möchte.



Gemeinsam: Bei der Gruppenarbeit sprudeln die Guerilla-Marketing-Vorschläge der Teilnehmer nur so.



Vernetzt: Jana Pokorny notiert Ideen zu Guerilla-Marketing und Facebook.



Bewegt: Beim „Walking Around“ ergänzt und verfeinert ein Team die Vorschläge des vorherigen Teams.



Vertieft: Köpfe zusammenstecken, das hilft beim Brainstorming.



Singend: So stellten Angelika Schwitzer, Anna Brandes, Ester Thiry und Mario Schomann ihre Weihnachtsidee für Kunden vor.