

Marcus Pradel  
Thorsten Schulte

# **Guerilla Marketing** **für Unternehmertypen**

Mit kleinem Etat und ausgefallenen Ideen  
zu großer Wirkung

Verlag Wissenschaft & Praxis

# **Inhalt**

Vorwort Prof. Dr. Marcus Pradel	7
Vorwort Thorsten Schulte	9
1. Einleitung...	
... warum dieses Buch?	11
2. Guerilla Marketing...	
... was ist das?	15
... die Historie im Zeitraffer.	17
... im Kontext des Lehrbuchmarketing.	25
3. Guerilla Marketing Instrumente...	
... klassisches Guerilla Marketing	31
... online Guerilla Marketing.	43
... strategisches Guerilla Marketing.	61
... Ideen aus der Praxis.	77
4. Ein Blick nach vorn...	
... wo geht die Reise im Marketing hin?	99
... mit einem Fazit als Abspann!	105
Checkliste für Guerilla Marketing	109
Informationen zu den Autoren	113
Literaturliste	115