

## So wird Ihre Veranstaltung zum Marketingevent

Die Bezeichnung "Event" ist in Mode und wird heute inflationär für beinahe jede Veranstaltung gebraucht. Und oft ist die Verwunderung groß, dass die Formel Location + Catering + Musik nicht = Event ergibt!

Was aber zeichnet einen Event aus? Was sind die Erfolgsgeheimnisse eines gelungenen Marketingevents? Melanie von Graeve, Inhaberin der Agentur DKTS Der Konferenz- und TagungsService, Referentin und Fachbuchautorin, nennt die wichtigsten Planungsschritte für Marketingevents, die gut ankommen!

### Die drei Basics

---

Was ist Ihre Botschaft? Welche Informationen möchten Sie vermitteln? Was soll Ihren Teilnehmern von der Veranstaltung im Gedächtnis bleiben? Die Beantwortung dieser Fragen hat absolute Priorität, denn Ihre Botschaft ist Dreh- und Angelpunkt Ihrer gesamten Veranstaltung!

Definieren Sie ein konkretes, messbares und realistisches Ziel für Ihre Marketingveranstaltung! Eine hilfreiche Frage zur Zielermittlung könnte sein, was Ihre Veranstaltung auslösen oder verändern soll. Denken Sie bei der Definition Ihrer Veranstaltungsziele jedoch bitte an Ihre Teilnehmer – für Ihre Zielgruppe muss das Ziel relevant sein!

Stellen Sie Ihre Zielgruppe und deren Interessen und Bedürfnisse in den Mittelpunkt! Der Köder muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler! Machen Sie sich daher bewusst, was Ihre Zielgruppe interessiert und warum diese Ihre Veranstaltung besucht. Mit diesem Wissen können Sie einen Event konzipieren, der von Ihrer Zielgruppe wahrgenommen und besucht wird.

### Die Event-Zutaten das ist Pflicht!

Location, Catering, Künstler & Co. – das sind die Veranstaltungselemente, an denen die meisten Teilnehmer eine Veranstaltung messen. Und hier wird so mancher Teilnehmer auch empfindlich reagieren, wenn etwas schiefgeht! Die Zielgruppe ist heutzutage einiges gewöhnt und damit auch ziemlich verwöhnt.

Die Location soll den perfekten Rahmen für Ihre Inszenierung bieten und Lust auf die Veranstaltung machen! Das Catering darf gerne Erlebnis-Charakter haben – der sich jedoch nicht darauf beschränken sollte, dass mit der berühmten Buffet-Schlange gekämpft wird.

Das Unterhaltungsprogramm soll Ihre Veranstaltungsbotschaft aufgreifen und unterstützen, nicht überlagern! Verlieren Sie bei der Planung auch die Veranstaltungsdramaturgie nicht aus den Augen! Legen Sie Wert auf einen interessanten Ablauf, bei dem die einzelnen Veranstaltungspunkte so aufeinander aufbauen, dass für Ihre Teilnehmer ein spannendes Programm entsteht.

### Die Event-Würze – hier kommt die Kür!

---

Die Würze ist das, was Ihre Veranstaltung zum Event macht und ohne die die Gefahr besteht, dass es fade wird. Die Event-Würze ist

- das positive Erlebnis, das Ihre Teilnehmer aktiviert,
- der Erlebnisfaktor, der den Teilnehmern Freude gemacht hat,
- der Mehrwert, den sie durch den Besuch Ihres Events erhalten haben!

Die Konzeption, Inszenierung und Umsetzung dieser Punkte ist gewiss nicht einfach, aber es lohnt sich: Werden sie mit Know-how, Mut und Engagement umgesetzt, werden Ihre Teilnehmer auch von einem einmaligen Event sprechen!

### Weitere Artikel zum Thema

---

- **Vom Marketing zum Marketingevent**

Marketingveranstaltungen, Marketingevents, Eventmarketing - wenn man Veranstaltungen und Events für Unternehmen organisiert, begegnen einem diese Begriffe ständig. Was aber verbirgt sich eigentlich genau dahinter?

### Jetzt kaufen

---



Melanie von Graeve

#### **Erfolgsfaktor Eventmarketing**

Wie Sie mit Events, Roadshows und Messen die Märkte erobern  
Göttingen, 2006