



CHRISTOPH B. FUCHS

# Gute Gründe für den Einsatz von Eventmarketing

## Für den Einsatz von Eventmarketing sprechen gute Gründe:

- Events sind inszenierte Ereignisse in Form erlebnisorientierter firmen- und/oder produktbezogener Veranstaltungen und Aktionen, die dem Adressaten firmen- und/oder produktbezogene Kommunikationsinhalte vermitteln. Events bieten emotionale und physische Reize, die zu einem starken Aktivierungsprozess beim Adressaten führen.
- Events ermöglichen ein Erleben von Unternehmen und Marken; Events sind zeitlich begrenzt; Events sind aktionsorientiert.
- Eventmarketing ist ein innovatives Kommunikationsinstrument, das der erlebnisorientierten Umsetzung von Marketingzielen eines Unternehmens durch Planung, Vorbereitung, Realisierung und Nachbearbeitung von Events dient. Eventmarketing ist integrierter Bestandteil eines ganzheitlichen Marketingkonzeptes des Unternehmens.
- Für Events sprechen die steigenden Mediakosten und die Abnahme der Effizienz klassischer Werbung aufgrund der veränderten Mediennutzung.
- Events ermöglichen, die Reizüberflutung der Konsumenten durch jegliche Art der Unternehmenskommunikation zu fokussieren und die Wahrnehmung des Konsumenten durch nachhaltig wirkende Eventerlebnisse zu konditionieren.
- Die Zielgruppen fordern Exklusivität und Individualität bei der Kommunikation. Die Informations- und Wissensselektion nimmt aufgrund der steigenden Informationsflut zu. Pointierte Eventerlebnisse schaffen eine wirkungsvolle Basis, den Konsumenten für ein Unternehmen oder ein Produkt zu sensibilisieren.

«Integriertes Eventmarketing beinhaltet Massnahmen, die vom passiven Marketingleben zum aktiven Eventmarketing und vom Werbemonolog zum Kundendialog führen. Integriertes Eventmarketing bedient sich überwiegend aktiver Mechanismen und führt im Zusammenspiel einer übergreifenden Strategie zum Ergebnis.» (Kinnebrock 1993).