



CHRISTOPH B. FUCHS

Eventtermin

Wann im Jahr feiert es sich am besten? (Teil 1)

Die Kriterien zur Festlegung des idealen Durchführungstermins eines Events lassen sich in sechs Gruppen einordnen. Die Frage «Wann im Jahr feiert es sich am besten?» lässt sich mit «immer», und unter sechs verschiedenen Gesichtspunkten beantworten!

Zielgruppenspezifische Kriterien

Können Sie das generelle Besuchsverhalten Ihrer Zielgruppe einschätzen? Gibt es Monate oder Jahreszeiten, in welchen Ihre Zielgruppe beruflich stark ausgelastet ist? Beispielsweise Gärtner, die besonders im Frühling und Herbst viel Arbeit haben, oder der Detailhandel, der in der Adventszeit lieber Umsatz generieren möchte, als sich der Weiterbildung zu widmen?

Und sind die einzelnen Exponenten Ihrer Zielgruppen auf Grund Ihrer Familienverhältnisse an Schulferien gebunden? Riskieren Sie bei der Durchführung eines Events während der Schulferien, dass ein beachtlicher Teil Ihrer Gäste nicht teilnehmen kann, weil er in den Ferien ist?

Eventspezifische Kriterien

Grenzt die Art Ihres Events schon automatisch die geeigneten Saisons ein, also beispielsweise weil es sich um ein Open Air (Juni bis September) handelt oder eine Jahresabschlussfeier (Adventszeit plus eventuell Januar)? Oder ist die Dauer zwischen Sonnenaufgang und untergang massgebend, weil Sie beispielsweise Ihre Kunden im Frühtau zum geselligen

Fischen auf einem idyllischen See einladen möchten oder aber Ihr neues Sortiment an Leuchten präsentieren möchten und es dienlich ist, wenn es bereits früh einnachtet?

Saisonale Aspekte

Dieses Kriterium folgt der einfachen Logik, dass eine Herbstmesse logischerweise im Herbst stattfinden muss und ein Sommernachtsfest im Hochsommer. Es gibt aber auch noch weniger naheliegende Kriterien, weshalb eine Veranstaltung in einer bestimmten Saison durchgeführt werden muss. Ein Beispiel: Denken Sie an Wintersportartikel und eine Produktpräsentation von neuen Skibindungen. Hier wäre es unsinnig, im Frühling oder Sommer einen entsprechenden Event anzusetzen. Richtig, da vor der Saison liegend, sind die Herbstmonate.

Konkurrenzorientierte Kriterien

Als Konkurrenten sind hier nicht nur etwaige Mitbewerber gemeint, sondern Veranstaltungen beliebiger Art, welche sich in der Gesellschaft – oder Teilen derselben – grosser Aufmerksamkeit erfreuen können. Das können Kultur- oder Sportanlässe sein, auch wenn diese nicht unbedingt in derselben Region ausgetragen werden wie Ihr Event. Klären Sie sorgfältig ab, welche Veranstaltungen mit regionaler, nationaler oder gar internationaler Bedeutung an dem von Ihnen vorgesehenen Tag stattfinden. Das Finalspiel einer Fussball-Weltmeisterschaft oder das Zürcher Sechseläuten könnten sich

negativ auf Ihre Teilnehmerzahl auswirken, da es zahlreiche Personen bevorzugen werden, an diesen und nicht an Ihrer Veranstaltung teilzunehmen. Oder weil sie aus beruflichen oder gesellschaftlichen Gründen verpflichtet sind, diesen Veranstaltungen beizuwohnen. Selbstverständlich ist es aber auch nicht ratsam, einen wichtigen Marketingevent zeitgleich mit einem Mitbewerber durchzuführen.

Dieser Fachartikel ist auf www.musterbriefe.ch im Jahr 2011 erschienen (WEKA Business Media AG).

