



GMM Forschungs-Tools zur Event-Analyse

Bewertungs- und Optimierungsansätze
für Veranstalter, Agenturen und Sponsoren



**Gleich welche Eventtypen, Zielgruppen und Fragestellungen –
gemeinsam mit Ihnen finden wir den optimalen Analyseansatz.**

Denn: Jedes Event ist 'messbar'!

Kundenkongresse/-seminare

Gesellschaftliche Einladungen

Spezielle Erlebnis-Events für Kunden

Hausmessen/Roadshows

Hauptversammlungen

Mitarbeiter-Incentivierungen

Sport- oder Kultur-Events

Geschäftseröffnungen

Erlebnis-Events/Erlebnis-Parks

Allgemeines Publikum

Spezielle Consumer-Groups

Firmenkunden

Geschäftspartner

Mitarbeiter

Aktionäre

Reporter/Journalisten

Lobbyisten



Event- und Sponsoring-Wirkung objektiv abbilden

Events gewinnen für das Marketing zunehmend an Relevanz – bieten sie doch vielseitige Chancen für besonders individuelle und direkte Kontakte zu den verschiedenen Zielgruppen.

Events wecken im Vorfeld Erwartungen, vor Ort Emotionen und erzielen im Idealfall eine nachhaltige Wirkung. Die besondere Ansprache der emotionalen Ebene als eigentliche Stärke des Events macht es jedoch schwierig, ein Ergebnis dieses Marketing-Instruments zu bestimmen.

GMM Event-Marktforschung unterstützt Ihr Event-Controlling und bietet Ihnen – als Ausrichter, Sponsor oder beauftragte Agentur – Wege, die Wirkungen Ihres Events zu prüfen. Diese Wirkungen können ganz unterschiedlicher Natur sein. In jedem Fall sind sie Maßeinheiten für den Erfolg Ihrer Arbeit.

Unsere Analysen liefern ein fundiertes Bild der Akzeptanz Ihrer Veranstaltung bzw. der Bekanntheit und Relevanz Ihrer Sponsoringmaßnahme. Sie legen die Grundlage zur künftigen Optimierung und bieten hervorragende Basisdaten für Ihre Öffentlichkeitsarbeit.

Einzigartige Events – individuelles Untersuchungsdesign

Jedes Event ist ein Unikat. Daher muss die Untersuchung individuell sowohl nach der Art der Veranstaltung als auch nach den jeweiligen Untersuchungszielen konzipiert werden.

Dazu steht Ihnen bei GMM ein breites und bewährtes Produktportfolio zur Verfügung. Je nach Aufgabenstellung setzen wir ein singuläres Tool, eine Kombination aus mehreren Instrumenten oder eine auf Ihr Event abgestimmte Modifikation ein. Unser Untersuchungsansatz richtet sich nach Ihrem Erkenntnisinteresse – nicht umgekehrt!

Sie veranstalten Events:

Dann interessieren Sie sich vor allem für die Performance Ihres Events und wie Sie die Veranstaltung künftig weiter optimieren können, zum Beispiel hinsichtlich folgender Kriterien:

- des Erlebniswertes für die Teilnehmer
- des 'Wohlfühlfaktors'
- der imagerlevanten Effekte
- der Einzigartigkeit in einem veranstaltungsgesättigten Umfeld
- der Informationserwartungen und des Informationsgehaltes
- der organisatorischen Abläufe
- der Nachhaltigkeit der Event-Wirkungen

Sie sponsern Events:

Dann stehen für Sie betriebswirtschaftliche, vor allem marketingrelevante Fragen und Faktoren im Vordergrund. Ihr Einsatz muss sich lohnen. Zu evaluieren sind deshalb unter anderem:

- die Aufmerksamkeitswirkung des Events
- das Wahrnehmen des Sponsors während des Events
- die Akzeptanz und Glaubwürdigkeit Ihres Unternehmens in Verbindung mit dem Event
- die Auswirkungen auf Bekanntheitsgrad und Image

Produktportfolio für Event-Veranstalter/Sponsoren

Vorbefragung

Dient insbesondere bei medienwirksamen Events als Basismessung für Vorher-Nachher-Vergleiche (Bekanntheit und Image). Kann zudem zur Evaluierung von Anforderungen der Zielgruppen genutzt werden und damit wertvolle Dienste für Konzeption und Planung leisten. Methode: Telefonische oder Online-Befragungen, aber auch Expertengespräche/ Gruppendiskussionen.

Nachbefragung

Zur Ermittlung der Nachhaltigkeit der Event-Wirkung und der tatsächlichen Auswirkung auf Bekanntheit und Image – insbesondere interessant in der Gegenüberstellung zur Vorbefragung. Methode: Telefonisch oder Online.

Befragung vor Ort

Klassisches Tool zur Erfassung der generellen Event-Wahrnehmung und spezieller Wertungsdetails vor Ort während des Erlebens der Veranstaltung. Methode: je nach Event-Typ und Fragestellung computer-gestützte persönliche Interviews, Terminalbefragungen oder 'Selbstausfüller' (Fragebogenverteilung).

Frequenzmessung

Bei großen öffentlichen Events sind nicht nur qualitative Kriterien maßgeblich für den Erfolg, sondern auch die absolute Besucher-/ Teilnehmerzahl. Frequenzmessungen schaffen Klarheit und objektive Erfolgsbelege.

Visitor Tracking/Accompanied Visits

Zur detaillierten Analyse des Verhaltens bzw. der Empfindungen werden Besucher/ Teilnehmer während des Events verdeckt beobachtet (Tracking) oder offen begleitet und um spontane Äußerungen gebeten (Accompanied Visits). Wege und Tätigkeiten werden aufgezeichnet, Gedanken und Eindrücke protokolliert.

Event-Expertise

Systematische Begutachtung des Events (des Besucherverhaltens und des gesamten Veranstaltungsablaufs) anhand eines Kriterienkataloges aus neutraler Sicht durch einen Projektleiter des Instituts. Diese objektive Beschreibung der Veranstaltung zeigt Wege zur generellen Optimierung sowie Ansätze im Detail auf.



Referenzen

Die Gelszus Messe-Marktforschung GmbH ist das größte Spezialinstitut für Messe- und Veranstaltungs-Marktforschung in Deutschland. Die Erfahrung aus über 3.000 Projekten und der Einsatz modernster Technik (z.B. bei der Durchführung computergestützter Befragungen) bietet uns den Hintergrund zur Entwicklung fundierter Erhebungs- und Analysekonzepte für die verschiedensten Veranstaltungs-Typen.

Folgende Unternehmen nutzen unsere Leistungsfähigkeit bereits (Auswahl):

Alfa Laval	Deutsche Bank	Philips
Avaya	E.ON	Phoenix Contact
BASF	E-Plus	Siemens
Bayer	Lufthansa	Sony
DaimlerChrysler	MAN	Sony Ericsson
DAK	N-ERGIE	VW (Marke und Konzern)
Deutsche Bahn	Peugeot	Xerox



Kontakt

Gelszus Messe-Marktforschung GmbH

Uhlandstraße 68
D-22087 Hamburg

Telefon: 040 / 25 158 - 154

Fax: 040 / 25 158 - 155

E-Mail: gmmhh@gelszus.de

Internet: www.gelszus.de

Wir informieren Sie gern ausführlich oder erstellen Ihnen einen unverbindlichen Konzeptvorschlag für Ihre individuellen Wünsche und Anforderungen.

Ihre Ansprechpartner:

Ira Meißner (Geschäftsführerin)

imeissner@gelszus.de

Gideon Spanke

gspanke@gelszus.de