

1.5 Zeitplan für die Marketing-Aktivitäten

Zeitraum	Aktivität	Ziel	Verantwortlich
6-8 Wochen vor der Veranstaltung	- Erstellung eines Redaktionsplans.	Strukturierte Planung der Inhalte und Kanäle.	Marketing-Team
	- Veröffentlichung der ersten Social-Media-Posts (z. B. Save-the-Date, Teaser).	Aufmerksamkeit erzeugen, Interesse wecken.	Social-Media-Team
	- Versand eines ersten Newsletters an Vereinsmitglieder und Partner.	Frühzeitige Information der Zielgruppe.	Marketing-Team
4-6 Wochen vor der Veranstaltung	- Veröffentlichung von Event-Seiten auf Plattformen (z. B. Facebook, Eventbrite).	Reichweite erhöhen und erste Anmeldungen generieren.	Social-Media-Team
	- Erstellung und Verteilung von Plakaten und Flyern in der Region.	Lokale Zielgruppe ansprechen.	Event-Team
	- Kontaktaufnahme mit regionalen Medien (Pressemitteilungen).	Presseberichterstattung fördern.	PR-Team
2-4 Wochen vor der Veranstaltung	- Start einer Social-Media-Kampagne mit regelmäßigen Posts und Storys.	Event im Gedächtnis der Zielgruppe halten.	Social-Media-Team
	- Veröffentlichung eines Blogbeitrags oder Interviews zu Highlights der Veranstaltung.	Interesse an spezifischen Themen oder Gästen wecken.	Content-Team
	- Erinnerungsnewsletter mit Programm-Details und Anmeldemöglichkeiten.	Anmeldungen erhöhen, weitere Details kommunizieren.	Marketing-Team
1 Woche vor der Veranstaltung	- Letzter Social-Media-Reminder mit Countdown (z. B. „Noch 3 Tage“).	Finales Interesse wecken und Teilnahmen sichern.	Social-Media-Team
	- Versand eines finalen Newsletters mit Checkliste und Anfahrtstipps.	Teilnehmer auf die Veranstaltung vorbereiten.	Marketing-Team



Sichern Sie Ihre Veranstaltung in Sekunden!

Einfach den QR-Code scannen und direkt Ihre [Veranstalterhaftpflicht](#) bei der Bernhard Assekuranz abschließen. So sind Sie schnell, einfach und umfassend abgesichert – ohne Risiko und ohne Sorgen! Vertrauen Sie auf unsere 70-jährige Erfahrung und genießen Sie Sicherheit, die wirklich hält.

Zeitraum	Aktivität	Ziel	Verantwortlich
	- Veröffentlichung eines Behind-the-Scenes-Posts (z. B. Aufbauarbeiten, letzte Vorbereitungen).	Nähe und Engagement fördern.	Social-Media-Team
Am Veranstaltungstag	- Live-Posts, Storys oder Videos von der Veranstaltung.	Echtzeit-Engagement und Reichweite generieren.	Social-Media-Team
	- Sammeln von Feedback vor Ort (z. B. QR-Codes für Umfragen).	Teilnehmermeinungen einholen.	Event-Team
1 Woche nach der Veranstaltung	- Veröffentlichung eines Dankes-Posts und Rückblicks auf Social Media.	Teilnehmer binden und Wertschätzung zeigen.	Social-Media-Team
	- Versand eines Nachbereitungs-Newsletters mit Fotos und Highlights.	Erinnerung an die Veranstaltung und Engagement für zukünftige Events fördern.	Marketing-Team
	- Auswertung der Marketing-Maßnahmen (z. B. Social-Media-Statistiken, Anmeldezahlen).	Erfolg messen und Optimierungsmöglichkeiten erkennen.	Marketing-Team



Sichern Sie Ihre Veranstaltung in Sekunden!

Einfach den QR-Code scannen und direkt Ihre [Veranstalterhaftpflicht](#) bei der Bernhard Assekuranz abschließen. So sind Sie schnell, einfach und umfassend abgesichert – ohne Risiko und ohne Sorgen! Vertrauen Sie auf unsere 70-jährige Erfahrung und genießen Sie Sicherheit, die wirklich hält.