

Abstract

Durch die Initiative HAK Forward konnte die PR- und Werbeagentur BKom als Kooperationspartner gewonnen werden. Über diese Kooperation entstand die Idee zur Abfassung unserer Diplomarbeit. Ziel der Diplomarbeit ist es, durch geeignete Eventmanagement- und Marketingmaßnahmen den Bekanntheitsgrad der branchenübergreifenden Handwerksgenossenschaft *Meisterwelten Steiermark* zu steigern.

Im ersten Teil der Diplomarbeit werden bereits vorhandene Marketingmaßnahmen der Meisterwelten Steiermark erhoben und analysiert. Die Bereiche „Klassisches Marketing“ und „Social Media Marketing“ werden erläutert. Der Fokus des zweiten Teils der Diplomarbeit liegt im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Es wird ein PR-Konzept für die Meisterwelten entwickelt, das auf die Steigerung des Bekanntheitsgrades und die positive Positionierung in der Öffentlichkeit abzielt. Dabei werden geeignete Strategien und Maßnahmen aufeinander abgestimmt.

Im dritten Teil werden die Stärken und Schwächen einer Mitgliedschaft bei den Meisterwelten analysiert. Dazu wird das Untersuchungsdesign auf die Zielgruppen abgestimmt und es werden entsprechende Marktforschungsmethoden und Marktforschungsarten angewendet.

Im letzten Teil werden die Planung, Organisation und Durchführung einer Abschlusspräsentation theoretisch und praktisch unter Anwendung relevanter Eventmanagementmaßnahmen beschrieben. Relevante Maßnahmen und Hintergründe der Veranstaltung werden ausgewertet und reflektiert.

Abstract

By taking part in *HAK Forward* we got in touch with the Public Relations and Advertising Agency *BKom* and managed to win them as our cooperation partner. This cooperation became the main basis for our project. The aim of this diploma thesis is to raise awareness and recognition of *Meisterwelten Steiermark* by appropriate event management and marketing measures.

In the first part of this paper present marketing measures of the *Meisterwelten Steiermark* are analysed. Common marketing strategies as well as "social media marketing" are explained.

The focus of the second part of our paper lies on public relations. A PR concept is developed which aims at increasing brand awareness for *Meisterwelten* and its positive public positioning. Suitable strategies and possible measures are coordinated with each other.

In the third part the strengths and weaknesses of a membership in the *Meisterwelten* are analysed. In addition, research design is tailored to the target groups and suitable market research methods are applied.

In the last part the planning, organisation and realisation of a final presentation are described both theoretically and practically by applying relevant event management measures.