

# Event 4.0 – Digitalisierung der Eventbranche

Digitalisierung ist der größte Treiber der gesellschaftlichen Veränderungen in den nächsten Jahrzehnten. Die Eventbranche, die auf der Live Communication, dem einzigartigen persönlichen Erlebnis, aufbaut, wird durch den Trend zur Digitalisierung vor neue Herausforderungen gestellt. Der Frage, wie Eventformate an das digitale Zeitalter angepasst werden können, wird im Folgenden nachgegangen.

Autor: Univ.-Prof. Dr. Cornelia Zanger, TU Chemnitz – Lehrstuhl Marketing und Handelsbetriebslehre

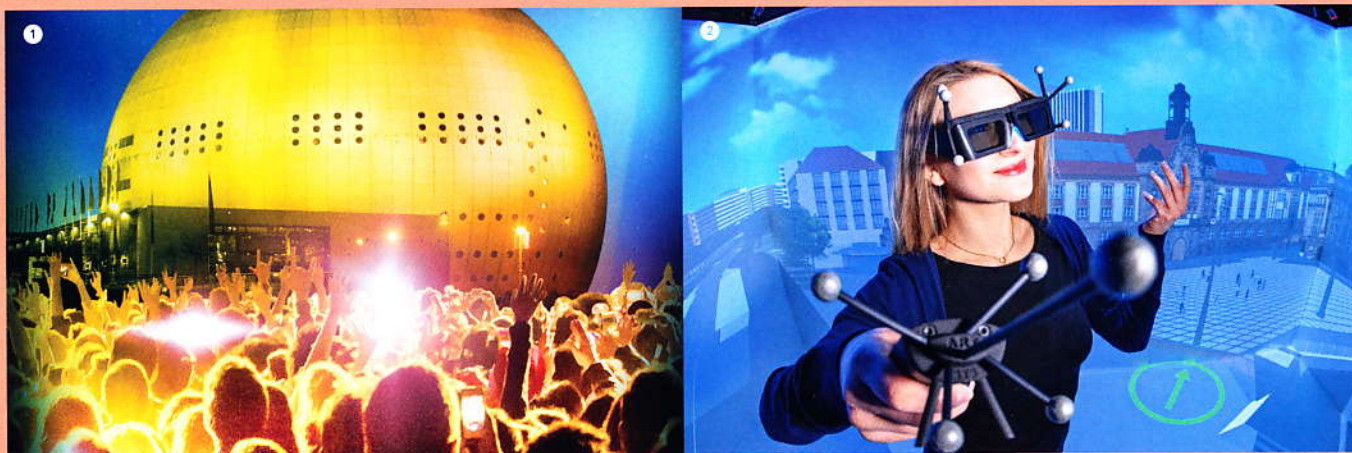
Die Erwartungen der Teilnehmer steigen sehr schnell. Außergewöhnliche Eventkonzepte werden über die sozialen Medien unendlich viel schneller verbreitet als noch im analogen Zeitalter. Was gestern noch überraschend und innovativ war, ist heute schon netzbekannt.

Angesichts der Digitalisierung steht die Eventbranche vor der Herausforderung, die neuen technischen Möglichkeiten zu nutzen, um den Eventteilnehmern einen Zusatznutzen zu offerieren, der die wahrgenommene Erlebnisqualität der Veranstaltung verbessert. Eventformate müssen an die digitalen Möglichkeiten angepasst werden. Und diese Technologien können auch zur Entwicklung neuer Eventformate genutzt werden. Es geht folglich nicht mehr um den „hybriden“ Event, sondern um die Digitalisierung von Events. Bei digitalen Events – Events 4.0 – ist der Einsatz digitaler Technologien nicht nur Staffage, sondern konstitutiv für das Eventkonzept. Die Aktionsfelder für die Digitalisierung von Events sind dabei sehr vielfältig.

## DIGITALES TEILNEHMERMANAGEMENT VON DER EINLADUNG BIS ZUR NACHBEREITUNG

Der Einsatz von Software für das Teilnehmermanagement bei Events ist seit Langem Standard. Mit den aktuellen Techniken wird ein neuer Level erreicht. Einerseits kann ein durchgängiges Teilnehmermanagement von der Einladung bis zur Nachbereitung erreicht und andererseits der Teilnehmer smart während der Events geführt und begleitet werden. Bereits im Einladungsprozess bieten soziale Netzwerke wie Facebook, Twitter, LinkedIn oder XING die Möglichkeit, zielgruppenfokussiert Eventteilnehmer einzuladen. Ist der Kontakt hergestellt, sollte das Teilnehmermanagementsystem nicht nur passiv zur Verwaltung der persönlichen Daten, sondern aktiv zur Informationsvermittlung und zum Dialog mit dem Eventteilnehmer genutzt werden. Darüber hinaus bieten ganzheitliche Software-Lösungen in diesem Bereich die Entwicklung von Event-Webseiten, die Onlineregistrierung, die Planung von Anreise und Unterkunft sowie die Ermittlung

besonderer Wünsche für das Catering an. Über den gesamten Prozess des Eventmanagements besteht die Aufgabe darin, den Gast nicht aus den Augen zu verlieren, weder im Einladungsprozess noch danach und vor allem nicht während des Events. Insbesondere während des Events bietet die Beacon-Technologie, die Teilnehmer während des Events digital zu führen. Beacons navigieren die Teilnehmer durch den Event. Der Mechanismus dahinter: Die Teilnehmer brauchen eine Event-App auf dem Smartphone, die als Empfänger dient. Von einem Sender in maximal zehn Metern Entfernung können nun Push-Mitteilungen gesendet werden. Etwa mit einem Hinweis auf das nächste Event-Highlight oder einen Vortrag im nahe gelegenen Konferenzraum. Nach dem Event kann der Kontakt über das Teilnehmermanagementsystem weiterhin genutzt werden, um beispielsweise den Event mit Bildern nachzubereiten, eine digitale Erfolgskontrolle durchzuführen, Informationen über das Unternehmen zu geben oder über Folgeveranstaltungen zu informieren.



## DIGITALE INTERAKTION

Die aktive Einbeziehung der Teilnehmer in das Eventgeschehen ist ein zentrales Erfolgskriterium für die nachhaltige Erinnerungswirkung. Digitale Technologien wie mobile Event-Apps, Beacons, RFID-Chips oder Social Walls ermöglichen während des Events individualisierte Angebote zur Interaktion an den einzelnen Eventteilnehmer. So kann der Eventteilnehmer beispielsweise zu einem Quiz bzw. einem Wettbewerb eingeladen oder auf Mitarbeiter und Führungskräfte des Unternehmens aufmerksam gemacht werden, die zum Dialog bitten.

Event-Apps können eingesetzt werden, um Light Shows über die Smartphones der Eventteilnehmer steuern zu lassen.

Sensorbasierte Systeme können die digitale Interaktion der Teilnehmer durch deren Vernetzung untereinander, das sogenannte Matchmaking, unterstützen. Interessierte Teilnehmer können sich untereinander vor oder während der Veranstaltung selbstständig vernetzen sowie Zeitpunkt und Ort für ein persönliches Gespräch während des Events vereinbaren. Aber auch Unternehmen als Eventveranstalter können eingreifen und die „richtigen“ Partner über entsprechende Vorschläge an die Eventteilnehmer zusammenbringen.

## ERWEITERUNG DER REALITÄT

Durch den Einsatz von Virtual-Reality(VR)- und Augmented-Reality(AR)-Technologien können für den Besucher ganz neuartige Erlebniswelten eröffnet werden. Mittels VR-Brille kann der Besucher in eine fiktive, digitale Event- oder Markenwelt direkt eintauchen. AR-Applikationen

verknüpfen die Eventbausteine mit weiteren Ebenen. Der Eventbesucher erhält die Gelegenheit, tiefer in die Inhalte einzudringen. So kann beispielsweise bei der Präsentation eines neuen Fahrzeugs auf dem Event dieses in Teilen für den Besucher transparent werden. Er schaut in den Motor und sieht das Zusammenspiel der Bauteile beim Fahren oder er erhält auf Wunsch weitere, detailliertere, für ihn individualisierte Informationen wie technische Parameter, Lieferzeiten, Preise o. Ä.

## RÄUMLICHE UND ZEITLICHE GRENZEN ÜBERWINDEN

Über Live-Videos und Video-Streaming kann insbesondere für Public Events eine wesentliche Erhöhung der Reichweite erzielt werden. Digitale Informationen zu Events spielen bereits seit einigen Jahren eine wichtige Rolle in sozialen Medien. Auf Facebook und Instagram posten Teilnehmer Impressionen von Events als Bilder oder kurze Videosequenzen. Auf YouTube haben Eventveranstalter die Möglichkeit, zusammenfassende Videoberichte zu Events zu veröffentlichen, oder sie können auf Twitter über den Verlauf informieren. Diese Informationen sind zeitlich unbegrenzt vorhanden und können immer wieder abgerufen werden. Wirklich neue Möglichkeiten für einen digitalen Event bietet das Live-Streaming von Eventinhalten über Social-Media-Kanäle wie Facebook Live oder YouTube Live. Hier können z. B. Keynote-Speaker eines Events oder Show-Highlights einer breiten, interessierten Zielgruppe unmittelbar zugänglich gemacht werden, ohne dass diese selbst beim Event anwesend ist. Mittels VR-Technologie können Zielgruppenmitglieder, die

nicht vor Ort sind, virtuell an der Veranstaltung teilhaben. Der virtuelle Eventteilnehmer wird vom passiven Zuschauer zum aktiven Teilhaber am Eventerlebnis. Er blickt nach rechts und links und kann die Teilnehmer neben sich sehen, er kann nach hinten schauen oder vorn auf der Bühne die Performance bewundern. Das heißt, er fühlt sich wie live dabei, wie direkt vor Ort und wird so Teil der Event-Community.

## ERLEBNISSE (MIT-)TEILEN

Teilnehmer erwarten auf Events außergewöhnliche Erlebnisse, die sie begeistern. Diese Erlebnisse möchten sie mit anderen teilen und in ihrer Community verbreiten. Durch ereignissynchrone Mitteilungen, Bilder und Videos über Facebook, Twitter, WhatsApp oder andere Dienste entstehen Eventberichte nicht erst im Nachhinein, sondern zeitgleich zur Veranstaltung. Und das besondere Erlebnis während des Events wird über die unmittelbare Teilnehmergruppe hinausgetragen zu weiteren Teilen der Zielgruppe.

Die Digitalisierung in der Eventbranche birgt neben den vielen genannten Chancen aber auch neue Risiken, insbesondere im Bereich des Datenschutzes. Während des Events hinterlassen die Teilnehmer persönliche Informationen wie Adress- und Kontodaten, die vor externen Zugriffen geschützt werden müssen. Während der Events entsteht umfangreiches Bildmaterial, das auf Social-Media-Plattformen verbreitet wird und über Gesichtserkennung sensible Informationen zu einzelnen Eventteilnehmern und deren Kontakten offenlegen kann. Auf den Datenschutz muss deshalb insb. bei Corporate Events ein besonderes Augenmerk gelegt werden.



1 Illustration der gelb angestrahlten Veranstaltungshalle Globe Arena beim Eurovision Song Contest 2016 in Stockholm. Abhängig von der Gunst der Zuschauer beleuchtete Osram die Wahrzeichen in Stockholm mittels der Lichtsteuerung Lightify. Vote verschiedenfarbig: Von blau, wenn ein Lied die Zuschauer kalt lässt, über grün und gelb bis hin zu leuchtend rot, wenn die Menge restlos begeistert ist. 2 An der TU Chemnitz werden VR-Lösungen für verschiedenste Einsatzmöglichkeiten entwickelt: Mit der VR-Brille wird es möglich, den Besucher in virtuelle Eventlocations eintauchen zu lassen und so die Verbindung von realen und virtuellen Welten erfahrbar zu machen. 3 Mit der AR-Technologie werden Bauteile und Prozesse in Fahrzeugen sichtbar gemacht.