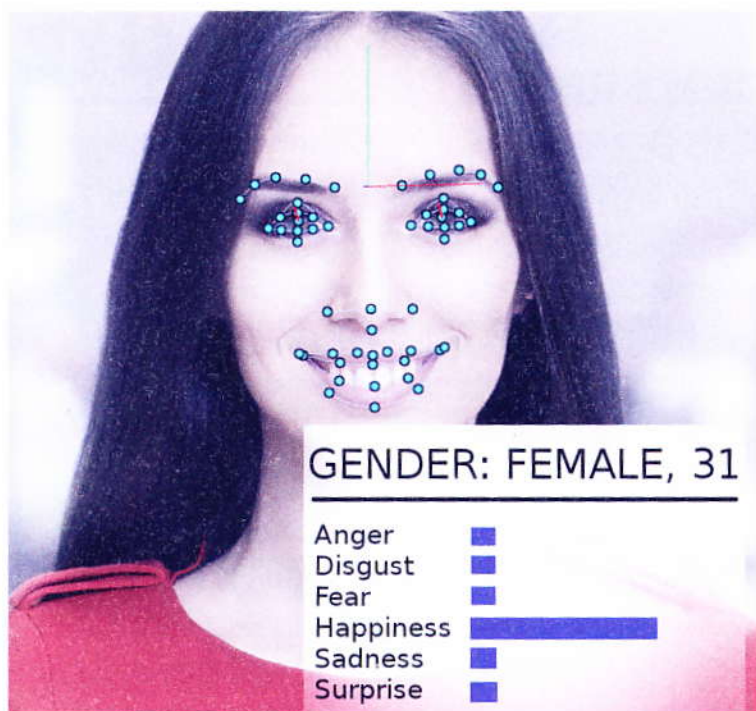


„DIE ZUKUNFT DER EVENTTECHNOLOGIEN“

Individuelle Erlebnisse schaffen

Xing Events untersucht in einer Studie, welche Eventtechnologien dazu beitragen können, die Zufriedenheit der Teilnehmer zu steigern. Vier Beispiele.



Automatische Gesichtserkennung. Im Ausland wesentlich eher akzeptiert als in Deutschland.

► Als Xing Events im vergangenen Jahr untersucht hat, inwiefern digitale Innovationen auf Konferenzen eingesetzt werden und wie diese die Branche verändern, förderte die Studie „Konferenzen im Wandel“ eine deutliche Kluft in der Erwartungshaltung zutage: 72% der befragten Besucher von Veranstaltungen wünschen sich Informationstransparenz und ein verbessertes Event-Erlebnis durch den Einsatz technologischer Lösungen. Doch von der gleichzeitig befragten Veranstalterseite hat nicht einmal die Hälfte beim Einsatz neuer Eventtechnologien eine höhere Zufriedenheit der Teilnehmer im Blick. Nein, Veranstalter versprechen sich dabei vor allem ein vereinfachtes Teilnehmer-Management (75%), Zeitersparnis (69%) und Effizienzsteigerung (67%). „Das hat uns dazu veranlasst, einige Eventtechnologien genauer zu betrachten, die zu einer erhöhten Transparenz und einer verbesserten Besucherebene beisteuern können“, sagt Myriam van Alphen-Schrade, Senior PR & Communication Manager bei Xing Events, die als Anbieter Eventmanagement-Software und Business-Netzwerk vereint. **Die Ergebnisse werden in Kürze in der Studie „Die Zukunft der Eventtechnologien“ veröffentlicht.**

„Mit der Entwicklung neuer Technologien eröffnet sich für Veranstalter eine Reihe neuer Möglichkeiten, Erlebnisse für Teilnehmer zu schaffen“, erläutert van Alphen-Schrade. „Und genau das wird teilnehmerseitig zunehmend erwartet.“ Damit Events zukünftig personalisierte Erlebnisse für Besucher darstellen,

würde es nicht nur wichtig sein, passende Inhalte auf einem Event vorzustellen, sondern diese auch neuartig zu präsentieren. Im Report beleuchtet Xing Events unterfüttert mit Interviews der jeweiligen Anbieter vier Beispiele neuer Eventtechnologien und zeigt, wie diese auf Events angewendet werden.

Über Virtual-Reality-Anwendungen hat Xing Events mit Sara Boss gesprochen: „**Millennials verlangen immer mehr nach Events und geben dafür immer mehr Budget aus. Deshalb müssen wir den Teilnehmern als Veranstalter mehr bieten**“, so die Leiterin Sales des Anbieters Viond. „Die Technik bietet enorme Möglichkeiten, Events aufzuwerten und Interessenten von zuhause teilnehmen zu lassen.“ Virtual Reality (VR) ist inzwischen so weit fortgeschritten, dass der Einsatz zunehmend auch mit kleineren Budgets möglich sei. Einfache 360-Grad-Lösungen können Veranstalter bereits ab 19 Euro im Monat nutzen. Je aufwändiger die Anwendung, umso teurer ist sie allerdings. Dafür lassen sich fertige VR-Anwendungen auch nach einer Veranstaltung genauso nutzen wie während des eigentlichen Events.

Durch den immersiven Charakter von VR-Anwendungen kann das Bedürfnis nach einer individuellen Erfahrung der Teilnehmer befriedigt werden. Einer der Gründe, weswegen Xing Events in diesem Bereich realistische Chancen sieht, dass sich die Technik weiter etabliert. Viond arbeitet bereits mit Unternehmen wie E.ON, WDR und der Süddeutschen Zeitung zusammen. **Mit der Plattform von Viond können Unternehmen eigene interaktive 360-Grad- und Virtual Reality-Anwendungen gestalten.** Porsche setzt die Lösung beispielsweise im Trainingsbereich ein. Inzwischen hat Viond aber auch Konferenzen und Messen im Blick. So wurde auf dem Arena Summit letzten November ein 360-Grad-„Walkthrough“ durch die Frankfurter Allianz Arena produziert. Und auch auf der letzten dmexco war Viond im Einsatz.

Im Konferenzbereich werden – neben der Präsentation von Veranstaltungsräumen oder virtuellen Besichtigungen – Möglichkeiten für 360-Grad-Aufzeichnungen von Inhalten, aber auch eine Erweiterung durch eine virtuelle Version einer Konferenz gesehen. Und Messen könnten ihr Publikum erweitern, indem sie den Besuchern die Möglichkeit geben, ihre Ausstellungen virtuell zu besuchen.

Im Feld der automatischen Gesichtserkennung ist Fastlane seit zwei Jahren sehr aktiv. „Die Motivation zur Neugründung der FastLane lag 2017 in der Erkenntnis, dass vor allem im Bereich des On-Site-Teilnehmer-Managements die Arbeitsprozesse und Kunden-Services mit viel zu vielen manuellen Schritten verbunden sind. Hier haben wir mit unserem Full-Colour-Life-Badging und Face-ID die richtigen



Impulse für eine deutliche Optimierung der Prozesse im Markt setzen können“, ist Consultant Werner Schiffer überzeugt. „Für uns bedeutet Digitalisierung im Eventbereich vor allem die Nutzung einer einheitlichen Datenbasis für alle Teilnehmermanagement-Services – Online-Registrierung, Event-App und On-Site-Teilnehmermanagement.“ Für Gesichtserkennung, oder auch Face-ID, bieten sich vor allem zwei Einsatzmöglichkeiten an: **Bei Veranstaltungen mit erhöhten Sicherheitsanforderungen wie Hauptversammlungen oder Staatsakte oder bei Großveranstaltungen**, bei denen es auf eine schnelle Identifizierung und Registrierung vor Ort ankommt.

„Die teilnehmerseitige Akzeptanz dieser Technologie ist definitiv steigend“, sagt van Alphen-Schrade. „Allerdings gehen wir hier vor allem im internationalen Vergleich von einem geringen Niveau aus“, fügt sie scherzend hinzu. Sie führt eine Medizin-Konferenz auf, wo bei der Ausgabe in Amsterdam 70% der Teilnehmer zur automatischen Gesichtserkennung bereit waren, in Deutschland hingegen nur 12%. Vor dem Hintergrund der Tatsache, dass die Technologie eine komplett DSGVO-konforme Datenverwaltung gewährleistet – bei Face-ID wird zu keinem Zeitpunkt ein Foto gespeichert – sei hier allerdings eine höhere Akzeptanz zu erwarten.

Auf den vor allem bei jungen Veranstaltungsteilnehmern zwischen 20 und 30 Jahren zunehmend wichtigen **Lifestyle-Aspekt zielen die „Wristbanditz“ aus Österreich ab, indem sie Design und Technik verbinden**. Auf deren komplett nach Kundenwunsch personalisierten Armbändern sind NFC-Chips (Near-Field-Communication) verarbeitet. Über eine Event-Cloud werden auf diesen Chips die jeweils personalisierten Daten gespeichert, die verschiedene Möglichkeiten auf Events eröffnen: Vom Einlass, Garderobe oder Begrüßungsgetränk über den Zugang zu verschiedenen Sessions oder Teilnahme an Gewinnspielen bis hin zu Matchmaking

oder Gamification-Elementen lässt sich mit den Armbändern jede Menge anstellen.

Zwar ist die NFC-Technologie nicht neu, aber der Ansatz ist dem Zeitgeist entsprechend: „Oft ist es gar nicht die Technologie, die ein Konzept besonders macht, sondern beides – die kreative Idee und die Umsetzung mit der Technologie“, erklärt Sara Michael von Wristbanditz. Neben der Möglichkeit, sich die Organisation zu vereinfachen, indem sämtliche teilnehmerrelevanten Daten auf dem Chip gespeichert sind, spielen die letztlich auf der Veranstaltung gesammelten Daten – wer war wo wie lange – auch im Nachgang eine wichtige Rolle. „Unser Biz ist es, hochwertige Produkte und Services für innovative und lifestyleorientierte Unternehmen anzubieten“, sagt Michael. Der Einsatz auf Events von Jägermeister, Zalando oder Mini bestätigt das.

Das vierte Beispiel, das Xing Events in seinem Report aufgreift, zeigt, **wie man ein rein analoges Produkt der Vergangenheit digital in die Gegenwart überträgt**. Denn Eventbaxx hat die digitale Goodie Bag erfunden. Statt Kugelschreibern, Schlüsselanhängern, Aufklebern und Flyern erhalten Teilnehmer auf Veranstaltungen Gutscheine, Gewinnspiele und Unterlagen in digitaler Form. Für Veranstalter haben die digitalen Goodie Bags zudem den Vorteil, dass sich damit – sämtliche Dokumente werden auf einer Microsite abgelegt oder können per Mail versendet werden – auch Statistiken oder Umfragen verknüpfen lassen. Van Alphen-Schrade: „Was die von uns beleuchteten Bereiche alle vereint, ist die Individualisierung. Um ein individuelles Eventerlebnis zu kreieren, müssen Veranstalter zunehmend ihre Teilnehmer kennen und in den Mittelpunkt rücken. Wie das funktioniert, zeigen genau jene Beispiele.“

CHRISTIAN FUNK

<http://eventtech.xing-events.com>
www.viond.io
www.wristbanditz.com

72% von Event-Teilnehmern wünschen sich Transparenz und ein verbessertes Event-Erlebnis.



UNVERGESSLICHE EVENTS NACHHALTIGE TAGUNGEN MODERNSTE KONGRESSE

Erfahren Sie mehr!

www.tagen-in-osnabrueck.de

Kontakt: Telefon 05 41. 34 90-16 | anfragen@osnabrueckhalle.de



OsnabrückHalle