

# Noch öfter die Grenzen sprengen

Internationalisierung im Eventbereich schreitet voran: Digital-Live-Events bei Opus Marketing sehr gefragt.

••• Von Paul Christian Jezek

WIEN/BILBAO. „Der Megatrend der fortschreitenden Digitalisierung wird unsere Branche in verschiedensten Bereichen prägen und herausfordern“, sagt Erik Kastner, Geschäftsführer von Opus Marketing GmbH und Event-Trend-Scout – konsequent auf der Suche nach neuesten technischen Entwicklungen und Tendenzen.

## Interaktive Vernetzung

Beispiele dafür sind die Informations- und Datensicherheit, neue Formen der Produktpräsentation, virtuelle Tagungseinheiten und die Vernetzung virtueller Räume oder eine verstärkte Partizipation der Teilnehmer, die trotz fortschreitender Technik die menschlichen Bedürfnisse berücksichtigen sollen.

In einer immer stärker globalisierten Welt stellt zudem der stetig wachsende Vernetzungsbedarf und -aufwand für alle am Informations- und Wissenstransfer beteiligten Organisationen eine weitere technische Herausforderung dar. „Wir wurden Ende Juni von einem Pharmaunternehmen beauftragt, ihre Kunden aus München, Brüssel und Manchester für einen zweitägigen Event interaktiv zu vernetzen“, berichtet Kastner.

„Mit dieser neuen Dimension der Live-Kommunikation, in welcher sich die Gäste als aktiver Teil vor Ort einbringen konnten und das Thema Datensicherheit eine zentrale Rolle spielte, haben wir das Thema Mobilität und Flexibilisierung sehr gut



© Opus Marketing

## Führungsriege

Die beiden Opus Marketing-Agenturleiter Michael Tenhalter und Birgit Pertwieser mit Geschäftsführer Erik Kastner (v.l.).

in dieser neuen Form von Veranstaltung für unseren Kunden umgesetzt.“

Der demografische Wandel sowie die Compliance-Richtlinien internationaler Unternehmen werden nicht nur auf die Mobilität Einfluss haben: Auch die Serviceleistungen werden sich künftig an die damit einhergehenden Veränderungen anpassen haben.

## Green Events, Green Meetings

Dabei spielt das Thema Nachhaltigkeit auch in Zukunft eine immer wichtigere Rolle. „Wir berücksichtigen in unseren Veranstaltungskonzepten z.B. die Themen Mobilität (alternative An- und Abreisemöglichkeiten), Catering (Nutzen von regionalen und saisonalen Produkten), Drucksorteneinsparungen durch Digitalisierung und klären un-

150  
Tage

## All-in-One

Mit 12 Mitarbeitern ist Opus Marketing mit 150 Veranstaltungstagen jährlich sehr gut gebucht. Als „Erfolgsgeschheimnis“ sieht Erik Kastner vor allem den All-in-One-Service, den Firmenkunden bei Opus Marketing genießen.

[www.opus-marketing.com](http://www.opus-marketing.com)

sere Kunden in den Bereichen ‚Green Meetings‘ und ‚Green Events‘ nachhaltig auf“, erklärt Kastner. Die Agentur trägt das Österreichische Umweltzeichen und darf Meetings und Events als „grün“ zertifizieren.

„Die Digital-Live-Events kommen immer mehr zum Einsatz. Es reicht nicht mehr aus, dass Vorträge parallel live als Stream oder zumindest hinterher als Aufzeichnung im Internet zu sehen sind. Das bietet zugleich sehr große Chancen. Man kann mit einer Live-Veranstaltung viel mehr Menschen erreichen als früher, weit über den eigentlichen Event hinaus. Aber dabei ist auch eine Menge zu bedenken, und auch diese Form des Contents funktioniert nur dann, wenn er in eine durchdachte Kommunikations- und Content-Strategie eingebettet ist.“