

um Daten verstehen zu können. Lau sprach sich für einen qualitativen Ansatz aus – ungewöhnlich in einer Zeit, in der Zahlen und Daten dominieren.

Chatbots wurden in diesen Tagen mehrmals in den Fokus gerückt. Diese ändern nicht nur unser „Communication Eco-System“, sondern auch unsere Interaktion mit Information. Für einen gesellschaftlichen Blick sorgte auch Joost Drieman, M-Brain Oy.

In seiner Keynote „Baby can you drive my Car! The role of intelligence professionals in the future“ sprach er sich für die Millennials aus. Zwar würden diese zwar ein anderes Verständnis von Arbeit haben, aber „Hire them! They are the best you can get“, erklärte Drieman: „They make the difference.“

Erst die Basics!

In einer moderierten Frage und Antwort-Runde ging es um die Zukunftswünsche der Speaker.

Speaker

Filip Lau von ReD Associates erklärte, man müsse Menschen verstehen, um Daten verstehen zu können.



© Ádám Bérés (2)



Lau sprach hier sehr deutliche Worte, die wohl vielen aus dem Herzen sprachen: Man solle sich zunächst um die Basics kümmern. „Wenn ich mir online Schuhe gekauft habe, möchte ich sie nicht noch die folgenden drei Monate auf den verschiedensten Screens sehen.“

Elisabeth Hödl, ubifacts, machte sich Blockchains zum Thema und sprach über „Solving trust issues through blockchain“.

Sportsponsoring im Blick

Eine beeindruckende Keynote kam von Lars Stegelmann von Nielsen Sports. Er sprach über das „Return on Sponsoring Investment“ (ROSI). Unternehmen, die im Sportsponsoring aktiv sind, erhalten dank ROSI relevante Kennzahlen, um so die Wirkung ihrer Sponsoringaktivitäten zu messen.

Das Modell setzt sich aus mehreren Ebenen zusammen: Auf einer ersten Ebene wird der gewichtete Medienwert ermittelt, auf einer zweiten Ebene richtet man seinen Blick auf Faktoren wie Awareness, Image, Markenfit und Fan-Potenzial und die allgemeine Sponsorship Performance.

Auch hier wird ein Wert ermittelt, der mit dem Medienwert multipliziert wird. Dieser wird durch die Kosten für die Sponsoringrechte und die Aktivierung dividiert – heraus kommt der ROSI-Beitrag.

Generalsekretär

Florian Laszlo ist Generalsekretär des FIBEP (Fédération Internationale des Bureaux D'Extraits de Presse) und CEO des Observer.

Neben den zahlreichen Keynotes wurden auch immer wieder Best Practices den Teilnehmern des Kongresses näher gebracht.

Der dritte Tag widmete sich den Themen „How to Analyze an Alternative Facts World“, „Measurement Session“, „How to recruit“ und wagte einen Ausblick mit einer Diskussion zum Thema „The Media Monitoring World in 10 Years.“

Moderiert wurde der Kongress von Florian Laszlo; er ist Generalsekretär des FIBEP, der weltweiten Vereinigung von Medienbeobachtungsunternehmen. Er ist der erste österreichische Generalsekretär und Geschäftsführer des Unternehmens Observer.

Der Kongress findet bereits zum 49. Mal statt. Die Vereinigung zählt 120 Mitglieder aus 60 verschiedenen Ländern. Gegründet wurde der Verband im Jahr 1953 in Paris.

”

Lassen Sie uns auch heute wieder einen historischen Moment schaffen.

Florian Laszlo

bei der Eröffnung des Kongresses

“