

”

In Zukunft soll es keine Promotion mehr geben, die nicht digital getrackt wird.

Andreas Braumann
Geschäftsführer

man mittels RFID-Band Tausende Gäste virtuell organisieren kann. Vorab kann man genau definieren, welcher Gast oder Mitarbeiter welche Berechtigungen hat, wer ein VIP-Gast ist und wer nicht, wer in welchen Raum rein darf usw. Das alles wird mittels eines zentralen Dashboards gesteuert. Bei Summer Splash koordinieren wir so rund 7.000 Jugendliche während einer Woche. Als Nächstes steht ein internationaler Kongress in Wien an, wo wir Hunderte Teilnehmer genau managen, wann wer wo sein darf oder auch nicht. Wer diese Tools einsetzen möchte, für den ist Kesch digital die erste Adresse. Wir sind gerade dabei, einen Webshop zu entwickeln, um die einfache Buchung verschiedenster Werkzeuge zu ermöglichen.

medianet: *In welche Richtung hat sich die Branche entwickelt – ist sie bereit für eine digitale Livemarketing-Agentur?*

Kenyeri: Wir bringen ja seit zwei Jahren den Event Trend Report auf den Markt. Mittlerweile wird dieser von diversen Magazinen auch als Basis für deren Trend Report hergenommen. Mich haben in der letzten Zeit immer mehr Kunden und Agenturen angesprochen und gefragt: „Alle Trends schön und gut, aber wie kann ich das in Österreich umsetzen und wo bekomme ich diese Tools her?“ Das war auch der Anstoß, warum wir gesagt

haben: Jetzt gehen wir das Thema an. Wir wollen damit aufhören, über Trends zu sprechen, wir wollen die sein, die Trends in der Branche umsetzen! Die Branche ist bereit dafür!

medianet: *Welchen Mehrwert haben digitale Tools gegenüber analogen Bereichen?*

Braumann: Wenn die finanziellen Vorbehalte gegenüber zusätzlichen digitalen Tools ausgeräumt sind, stellen die Kunden, die einzelne Komponenten bereits genutzt haben, erfreut fest, dass sich das Investment kurz- und langfristig auszahlt. Gerade im Einladungsmanagement kann z.B. durch den Einsatz intelligenter RFID-Bänder der Organisationsaufwand beim Event oder einer Pauschalrei-

Interaktiv

Kesch digital bietet QR-Fotoboxen, wo das Foto nicht ausgedruckt wird, sondern nach dem Scannen eines QR-Codes direkt auf dem Handy erscheint. Gäste können das Foto so direkt auf Social Media streamen.

“

se enorm reduziert werden, was Kosten spart. Ein anderes Beispiel wäre die Möglichkeit, Kampagnen besser zu tracken. Für Hendrick's haben wir vor wenigen Tagen den Weltgurkentag umgesetzt. Je nach Kanal oder Medium haben wir unterschiedliche QR-Codes auf den Flyern oder Online-Werbemittel eingesetzt – der große Vorteil für den Kunden war, dass so auf einfachste Art analysiert werden konnte, woher der Kunde von der Promo erfahren hat. Das lässt aufschlussreiche Ergebnisse zu den effizientesten Werbemitteln für die jeweilige Promotion und Zielgruppe zu. Und das öffnet im Promotion-Bereich ganz neue Möglichkeiten. In Zukunft soll es keine Promotion mehr geben, die nicht digital getrackt wird. QR Code-Reader sind bald in alle Handykameras fix installiert. D.h. User brauchen keine App mehr dafür, und das macht das ganze Thema doppelt spannend!

medianet: *Welche Vorteile haben digitale Events gegenüber analogen Inszenierungen?*

Schütz: Natürlich sollen bei Events durch angreifbare Inszenierungen positive Emotionen geweckt werden und manchmal gelingt dies durch unmittelbar wahrnehmbare Sinnesreize einfacher. Der bewusste Einsatz von Düften, angenehmen Materialien, Lichtinszenierungen und hervorragendes Catering sprechen für sich und sind nicht ersetzbar. Dennoch gibt es viele digitale Einsatzmöglichkeiten, die ihre unbestrittenen Vorteile haben. Gerade bei *zertifizierten* Green-Events lassen sich durch digitale Lösungen Ressourcen sparen; dies fängt bei VR-Fotoboxen an, bei denen es keine Fotodrucke mehr gibt, sondern die Bilder direkt aufs Handy geschickt werden, und endet bei Augmented Reality-Inszenierungen, die die Gäste in Welten eintauchen lassen, die sonst nur

