



© Opus Marketing

Erik Kastner ist Geschäftsführer von Opus Marketing und setzt für seine Kunden unter anderem auf hybride Events.

Datenunmengen

Die Formel für einen erfolgreichen Event hat sich verändert. Erik Kastner, Opus Marketing, erklärt, inwiefern.

WIEN. Der Wandel durch technischen Fortschritt ist ein signifikanter Einflussfaktor in der Veranstaltungsbranche. Digital-Live-Events oder Hybrid-Veranstaltungen sind eine neue Dimension der Live-Kommunikation.

Daten zu sammeln, zu speichern, zusammenzuführen und auszuwerten, wird den Eventmarkt nachhaltig verändern,

weiß Erik Kastner, Geschäftsführer Opus Marketing.

Vernetzungsbedarf

„Wir verbinden bei unseren hybriden Events herkömmliche Wege der Eventplanung mit dem Einsatz von mehreren digitalen Kommunikationstechniken.“ In einer immer stärker globalisierten Welt stelle zudem der stetig wachsende Vernetzungsbedarf

und -aufwand für alle am Informations- und Wissenstransfer beteiligten Organisationen eine weitere technische Herausforderung dar.

Durch Hybrid-Events lasse sich die Reichweite, Interaktivität und Kommunikation im Rahmen der Veranstaltung multimedial vergrößern.

Eine Live-Übertragung ermöglicht es so den Teilnehmern

weltweit, virtuell am Event teilzunehmen, selbst wenn sie nicht räumlich anwesend sein können. Jeder Teilnehmer kann mit jedem anderen über Kontinente hinweg verknüpft werden, Fragen zur übertragenen Präsentation stellen und sogar direkt vom Vortragenden Antworten erhalten.

Herausforderungen

Durch eine solche virtuelle Anwesenheit werden auch logistische Herausforderungen wie Anreise und Nächtigung eingespart; dies wirkt sich auch auf die CO₂-Bilanz des Events aus. Eine Vervielfachung der Reichweite lasse sich erzielen, wenn nicht nur speziell gesicherte Wege beschritten werden, sondern die Live-Übertragung eventuell als „Stream“ für jedermann im Internet zur Verfügung stehe.

„Erfahrung, Kreativität, Professionalität und unermüdlicher Einsatz ist die Formel zur Umsetzung eines erfolgreichen Events. Durch die Digitalisierung kommt nun eine weitere Komponente hinzu: Daten. Hier ist es wichtig, ohne großen Aufwand Unmengen an Daten zu sammeln, zu speichern, zusammenzuführen und auszuwerten. Dies verändert den Eventmarkt nachhaltig“, so Kastner. (gs)

Abläufe optimieren, Risiko minimieren

GPK live begeistert mit ihrer E-Business-Roadshow digital.now.

WIEN. Das Thema Digitalisierung spielt in einem Format von GPK live eine Schlüsselrolle: in der E-Business-Roadshow digital.now.

Diese richtet sich an Ein-Personen-Unternehmen und Kleinunternehmen aus den Branchen Handel, Gewerbe, Handwerk und Consulting, deren IT-Business-Entwicklungspotenzial aber keine eigenen personellen

Kapazitäten besitzt – in 25 Shows in ganz Österreich, die jeweils bis zu 400 Teilnehmer anzieht und dafür sensibilisiert, wie man mit E-Business und IT Abläufe optimiert, Geld spart, sicher bleibt, Risiko minimiert und sich neue Erfolgsgeschichten eröffnet.

„Wir holen die Besucher dort ab, wo sie inhaltlich stehen und sprechen die Sprache der Besu-

cher. Scheinbar schwierige digitale Themen werden verständlich aufbereitet und didaktisch hochwertig kommuniziert, um eine rasche Umsetzung von Erkenntnissen zu gewährleisten“, so GPK live-Chef Andreas Leitl.

Im Rahmen der Show werden u.a. Best Practice-Beispiele, Live-Präsentationen, Podcasts oder Videos eingesetzt. (red)



© Andreas Scheiblecker

Andreas Leitl ist der Chef von GPK live und setzt digital.now um.