

VR-Präsentationen: Innovative Sessions zur Präsentation bedürfen innovativer Visualisierungen – Virtual-Reality-Inszenierungen bringen Marketing-Botschaften auf den Punkt, bewegt und in 3D.

E-Commerce mit bargeldlosem Payment: Inkasso der Tagungskosten erfolgt durch flexible Payment-Verfahren wie z. B. von Wirecard oder durch Kartenzahlungen. Ergänzend werden Paypal, Apple Pay und auch Alipay allseits akzeptiert. Der Clou: Alle gängigen Bezahlssysteme anbieten, um schnelle Bezahlung zu fördern – dies reduziert das Hinterherrennen von Eintrittsgeldern.

Um als Trendsetter in der Eventszene neue Tools und Technologien zielführend zum Einsatz zu bringen, muss das Masterthema der digitalen Ethik berücksichtigt werden. Neben Themen wie besondere Achtsamkeit beim Datenschutz oder intuitive Weichenstellungen beim E-Commerce ist gerade das behutsame Changemanagement in Führung und Teams gefragt. Jeden Tag poppen neue Möglichkeiten, aber auch Herausforderungen auf und man stellt sich die Frage, ob die nötige Geschwindigkeit, jederzeit up to date sein zu müssen, erreicht werden kann.

Eine der zentralen Aufgaben wird darin bestehen, die schnellen Veränderungen durch die Digitalisierung mit agilen Führungsstilen zu managen – unter den Prämissen: Was brauchen die Menschen wirklich, was erleichtert das steigende Arbeitsaufkommen und was erfüllt die Erwartungshaltung der Teilnehmer? Daher sollte bei der Berücksichtigung von Trends und dem damit verbundenen Einsatz von Technologie im Fokus stehen, was zur Erhöhung der Teilnehmerzufriedenheit beiträgt. Vereinfachung der Organisation, nachhaltige Vermittlung der Inhalte, Networking und Interaktion sind hier die Faktoren.

Nach meiner Einschätzung gleicht aufgrund der Komplexität die Gestaltung einer Veranstaltung immer mehr der Entwicklung eines Softwareproduktes: Auf die Erkennung eines Problems folgt die Suche nach der Lösung und die Schaffung eines ersten „Minimum Viable Product“. Es ist ein Irrglaube, dass man nur dann erfolgreich ist, wenn man von Anfang an die perfekte Lösung entwickelt – ganz im Gegenteil. Nicht alles, was konstruiert werden kann, muss von Beginn an umgesetzt werden. Veränderungsprozesse sind nur dann erfolgreich, wenn sie in kleinen kontinuierlichen Schritten entwickelt werden. Ansonsten überfordert man seine Zielgruppe und die eigenen Teams.

Bezogen auf unsere Meetings und Events stellt sich daher nicht die Frage „Was ist machbar?“, sondern: „Was ist der nächste Schritt, um besser zu werden?“

Bernd Fritzes

BERND FRITZGES

Bernd Fritzes ist Vorstandsvorsitzender des VDVO – Verband der Veranstaltungsorganisatoren. Mit seinem Verband richtet er unter anderem den Startup-Wettbewerb „Captain MICE Future“ aus, bei dem sich junge Unternehmen aus der Eventbranche mit innovativen Dienstleistungen und Lösungen präsentieren.

www.vdvo.de



Automatisierung und Personalisierung führen zu einem echten Wettbewerbsvorteil

Veranstalter stehen unter hohem Kostendruck. Zusätzlich gibt es Konkurrenzdruck um wertvolle Teilnehmer. Kosten- und Konkurrenzdruck gibt es auch in anderen Branchen. Hier haben Automatisierung und Personalisierung zu deutlichen

Wettbewerbsvorteilen geführt. Automatisierung spart Prozesskosten und Personalisierung bringt mehr von den richtigen Teilnehmern.

Unsere Kunden sind Unternehmen, Agenturen und Messgesellschaften wie z. B. Handelsblatt, Zeitverlag, Swarovski, die Westfalenhallen, Messe Frankfurt aber auch Agenturen, wie Inslgück und B+D. Durch die offene und integrative Cloud-Lösung können wir nicht nur alle Daten sammeln, sondern auch (fast) beliebige Prozesse auf die Plattform bringen.