



## Das neue hybride Mindset prägt die Planung von Events und Live-Marketing | von Colja M. Dams

**EVENTS HABEN** sich in den digitalen oder hybriden Raum verlagert. Digitalisierung ist erfolgreich im Event angekommen. Mit der fortschreitenden Digitalisierung eröffnen sich für Events im Live-Marketing immer mehr Möglichkeiten, mit den Zielgruppen in Kontakt zu treten.

Zunehmend zeigt sich im Live-Marketing ein neues hybrides Mindset – das Bewusstsein über die Wahlfreiheiten in der Planung von Events – live, digital und hybrid. Diese Wahlfreiheit und Unabhängigkeit begleiten uns im Live-Marketing immer mehr.

Mit digitalen und hybriden Events wird die Art und Weise, wie wir in Zukunft Veranstaltungen planen, designen und erleben, nachhaltig transformiert und die Kraft des Live-Erlebnisses deutlich herausstellt.

Aktuell zeigt sich deutlich: Die Menschen möchten physisch face-to-face mit anderen Menschen zusammenkommen –

die Rückkehr von echten Live-Events, von Messen, Kongressen haben alle sehlichst erwartet. Die kraftvolle Wirkung von Live-Events basiert auf dem tiefen menschlichen Verlangen nach Gemeinschaft, dem sozialen Kontakt zu anderen Menschen – dem „Lagerfeuer Gen“ in jedem von uns. Es ist die kommunikative Kraft des direkten Kontakts, die das Live-Event so stark macht.

In den vergangenen zwei Jahren hat sich der Umgang mit Geschäftsreisen jedoch sehr gewandelt. Das neue digitale Arbeiten in Unternehmen hat zu einem digitalen Selbstverständnis geführt. Auch haben sich die Bedürfnisse der Zielgruppen geändert. Autonomie und Wahlfreiheiten des Einzelnen rücken immer mehr ins Zentrum.

Bei digitalen Formaten steht die Reichweite der Kommunikation im Fokus. Digitale Formate werden in aller Regel orts- und zeitunabhängig genutzt und sind nahezu immer und überall verfügbar sind.

Weitere Argumente sind Nachhaltigkeit (z.B. Reduzierung von Emissionen durch Reduzierung von Reisen zu physischen Treffen), Effektivität und Effizienz (z.B. durch die Reduzierung der Reisezeit zu physischen Treffen) sowie Convenience (es ist bequemer, die Veranstaltung auf dem eigenen Monitor zu verfolgen).

Es zeichnet sich immer mehr ab, dass hybride Events die Zukunft sein werden. Das bedeutet, digitale Events werden bleiben, unterstützt durch punktuelle Live-Events. Bei hybriden Events werden Menschen digital und vor Ort miteinander vernetzt. Sie ermöglichen Gästen eine Teilnahme „in-person“ oder digital und bieten dabei jeweils ein gleichwertiges Markenerlebnis. Sie schaffen echte Interaktionsmöglichkeiten zwischen Teilnehmenden und Veranstaltenden – und zwar ganz gleich, ob diese vor Ort sind oder digital zugeschaltet sind und bieten damit die Flexibilität, die heute mehr denn je gefordert wird.



Colja Dams, CEO VOK DAMS Events & Live-Marketing, Foto: VOK DAMS

## So nah an der Realität, wie noch nie: Events im Metaverse

Die nächste Stufe der Event-Evolution steht bevor. Mit der Digitalisierung von Events werden die Grenzen zwischen virtueller und echter Welt zunehmend aufgebrochen. Das Metaverse wird diese Barrieren für echte live Events im digitalen Raum komplett einreißen. Unsere Realität wird sich um neue, virtuelle Realitäten erweitern, in der es möglich sein wird, lebendige Begegnungen und realistische, immersive Erfahrung mit einer erweiterten digitalen Identität zu sammeln – mit unseren eigenen Avataren.

Es werden sich eine neue Wirtschaft, ein neues Umfeld für Arbeit und Socialising, neue Währungen und Verhaltensweisen in VR-Welten etablieren. Es wird zum neuen Operating System für Hybrid Events werden, das den Möglichkeiten für Brand Experiences keine Grenzen setzt.

Das Potenzial wird von Marken wie Coca-Cola, Burberry oder Nike in ersten Metaversum-ähnlichen Welten bereits erfolgreich genutzt. Die Dynamik nimmt zu. Wir befinden uns jetzt in den entscheidenden Momenten für das Metaverse, wie es die Zukunft prägen wird. Wie sich Events, Konferenzen und Messen im hybriden Raum revolutioniert werden.

### Events im Metaverse der Zukunft – Next-Level Hybrid-Erlebnis

Events im Metaverse finden als Erweiterung der Realität in Echtzeit statt. Es ist eine Verschmelzung von Live und Digital – es werden echte Live-Erfahrung im dreidimensionalen Raum gesammelt. Das Metaverse umfasst die digitale und die physische Welt, es umfasst private und öffentliche Erlebnisse, offene und geschlossene Veranstaltungen. Das Erlebnis erreicht ein völlig neues Level der Immersion.

#### 1. Interaktionen werden menschlicher – Serendipity Effect

Die erweiterte, digitale Identität in Form eines Avatars kann während einer digitalen Veranstaltung in 3D gehen, sprechen, händeschütteln, teilen, liken, kommentieren und konsumieren. Man kann sich frei bewegen, erlebt Zufallsmomente, zufällige Begegnungen und kann genauso interagieren, wie auf jedem echten Live Event. Digitale Interaktionen werden humanisiert, die Partizipation gesteigert. Die menschlich-emotionale Komponente findet durch die vielen Interaktionsmöglichkeiten einen neuen starken Weg im digitalen Raum. Und es sind die Emotionen, die jede Brand Experience so einzigartig und unvergesslich machen.

#### 2. Unbegrenzte Anzahl an Nutzern

Events im Metaverse kennen kein Limit an Teilnehmenden. Jeder hat die Möglichkeit an einem Event, Ort oder einer Aktivität teilzuhaben, während gleichzeitig jedem Nutzer ein individuelles Gefühl der "Präsenz" vermittelt wird. Events sind nicht durch die Kapazität oder das Design des digitalen Raums eingeschränkt, was eine unbegrenzte Skalierbarkeit ermöglicht. Ein Veranstaltungsort im Metaversum kann so gestaltet werden, dass er genau auf die

Bedürfnisse der Teilnehmenden und des Eventformats zugeschnitten ist.

#### 3. Ein völlig neues Ökosystem für Events

Das Metaverse wird zu einem völlig neuen Ökosystem. Hier können Dinge erschaffen, besitzt, verkauft und investiert werden. In diesem Zusammenhang werden Blockchain-fähige Güter wie z.B. NFTs für das digitale Markenerlebnis eine zentrale Rolle spielen.

#### 4. Das Metaversum wird zum neuen Operating System für Hybrid Events

Das Metaversum kann ständig durch neue Inhalte erweitert werden – es lebt von Content und Erlebnissen, die sich mit offenen Plattformlösungen nahtlos einfügen lassen. Es wird zum neuen Betriebssystem, Operating System für Hybrid Events.

Mittelfristig werden digital und real durch AR verschmelzen. So entstehen die ultimativen Hybrid Events. Virtuelle Welten erweitern reale Räume, Avatare und reale Menschen interagieren nahtlos. Die vollendete Vision des Metaverse in 3D ist noch nicht marktreif aber es gibt schon heute spannende Möglichkeiten für immersive Markenerlebnisse, die von Brands wie z.B. McDonalds, Adidas oder Burberry erfolgreich genutzt werden, um mit Kundi\*innen auf der ganzen Welt zu interagieren.

Schon heute gibt es Metaversum-ähnliche Welten, die entscheidende Elemente des zukünftigen Metaverses integrieren und so einen neuen, starken Weg für die Brand Experience bieten. Dazu zählen zum Beispiel Meta Horizon Worlds, Decentraland, Microsoft AltSpaceVR oder Microsoft Mesh for Teams.

Hier kann man die Vision des Metaverse schon heute erleben und die Brand Experience auf ein neues Level heben.

Die technischen Möglichkeiten werden uns permanent beschäftigen. Da Trends längerfristig nicht das Verhalten von Menschen verändern können, werden sich nur die Trends erfolgreich etablieren können, die sich an den Bedürfnissen der Menschen orientieren. Eventformate verändern sich analog den Bedürfnissen der Besucher\*innen. Bedürfnisse wie Wertschätzung, Erlebnis, Relevanz, Emotionalität, Storytelling, Mehrwert, Authentizität – das werden die Maßstäbe für erfolgreiches Next Level Marketing sein.