

Das „New Live“ – Events unter neuen Vorzeichen



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

NACH DEN LANGEN Monaten der COVID-19-Präventionen wollen die Menschen wieder face-to-face mit anderen Menschen zusammenkommen - Die Rückkehr von echten Live Events, von Messen, Kongressen mit den Kolleg*innen haben wir alle sehnlichst erwartet. Dass auch unsere Kunden wieder verstärkt Großveranstaltungen anfragen, spiegelt genau dieses tiefe Bedürfnis nach starken Gemeinschaftserlebnissen wieder. Die gute Nachricht: Live Events sind zurück. Jedoch zeigt sich: Live Events haben einen anderen Charakter als vor der Pandemie - Wir nennen es das „New Live“. Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Agilität sind die Trends, die hier einspielen. Vieles hat sich verändert. Details müssen neu justiert werden. Auf vier Faktoren ist dabei aktuell besonders zu achten:

1. Den Zoom-Modus akzeptieren

Eineinhalb Jahre COVID-19-Krise mit Lockdowns, Homeoffice und Video-Kommunikation haben Spuren hinterlassen: Gäste möchten ihre sozialen Batterien aufladen, bleiben aber gleichzeitig immer online, jederzeit bereit für das nächste Videomeeting oder den nächsten Call. Selbst bei spannenden Keynotes oder Diskussionsrunden sind Smartphones, Tablets

und Notebooks im Dauereinsatz. Dieser Zoom-Modus ist eines der eindrucklichsten Beispiele, wie sich Events während der Pandemie verändert haben. Es gibt keine Hemmschwelle mehr: Wenn der Job ruft, klinken sich die Menschen bereitwilliger aus dem Event aus als früher. Genügend Zeit und geeignete Orte fürs „Socializing“ gehören deshalb im „New Live“ ebenso zu einem tragfähigen Konzept wie separierte Arbeitsplätze und Räume für Videochats und -konferenzen.

2. Verlässliche Corona-Routinen entwickeln

COVID-19 ist im „New Live“ neue Realität. Gefragt sind deshalb diskriminierungsfreie Routinen, um die Gesundheit der Besucher*innen zu schützen und gleichzeitig möglichst vielen die Teilnahme zu ermöglichen. Auf den jüngsten von VOK DAMS gestalteten Events waren im Durchschnitt 96 Prozent der Gäste gegen das Coronavirus geimpft. Das heißt: Für die wenigen Ungeimpften müssen weiterhin Schnelltests angeboten werden. Anders sieht es beim Eventpersonal aus: Für alle Teammitglieder*innen sind PCR-Tests unerlässlich. Jedes Risiko, dass feste oder freie Mitarbeitende das Coronavirus auf einem

Event verbreiten, muss einfach minimiert werden. Auf den Events in diesem Jahr hat sich außerdem gezeigt, dass die meisten Teilnehmenden nicht mit Masken nah beieinandersitzen möchten, sondern größere Abstände bevorzugen, bei denen sie die Masken ablegen können.

3. Agil arbeiten, langfristig planen

Wie viele anderen Branchen spürt der Eventsektor die Folgen der Corona-Pandemie für die Verfügbarkeit und Lieferfristen vieler Waren. Vorprodukte für Messestände, Bühnen und Kulissen sind knapp. Sogar bei Werbeartikeln stockt mitunter der Nachschub. Wir planen deshalb mit Kunden frühzeitig, gestalten einen agilen Prozess und ordern mit großem Vorlauf. Gerade in Corona-Zeiten dürfen am Tag X keine Wünsche offen bleiben, denn die Erwartungen von Unternehmen und Besucher*innen an Events sind nach der langen Pause besonders hoch. Unter anderem unter dem Aspekt Nachhaltigkeit. Auch mit Fluggesellschaften und Hotels muss viel früher verhandelt werden als gewohnt, damit die notwendigen Kontingente rechtzeitig bereitstehen. Manche Anbieter warten in der Hoffnung auf ein noch besseres Geschäft lieber ab. Das mag nach den Einbußen der vergangenen anderthalb Jahre verständlich sein, ist aber letztlich kontraproduktiv.

4. Personalakquise mit Überzeugungskraft

Auch die Personalpolitik muss vorausschauend gestaltet werden: Wir bei VOK DAMS können die Erkenntnisse des internationalen Branchenverbands LiveCom Alliance bestätigen, wonach in Europa 54 Prozent der Mitarbeitenden die Branche dauerhaft verlassen und neue Beschäftigungsmöglichkeiten gesucht haben. Gut ausgebildete (freie) Mitarbeitende sind nur in begrenzter Zahl verfügbar. Wir punkten hier mit unserer starken Marke, guten Konditionen und über Jahre gepflegten Verbindungen. Unternehmen ohne direkten Zugang zu diesem spezifischen Arbeitsmarkt wird es schwerfallen, genügend qualifiziertes Personal zu akquirieren. Im Umkehrschluss bedeutet die anziehende Nachfrage, dass die Arbeits- und Karriere-möglichkeiten in der Eventbranche wieder an Attraktivität gewinnen.