

# Das Eventsystem der Zukunft

Ein Diskussionsbeitrag



Strategische Partner



Strategischer Messe-Partner



## Das hybride Eventsystem der Zukunft – Vor Ort, virtuell oder fluid? Die Teilnehmer\*innen entscheiden

Die Corona-Pandemie hat die Digitalisierung von Veranstaltungen enorm beschleunigt. Virtuelle Veranstaltungen haben den Markt erobert. In Zukunft, da sind sich alle einig, werden Veranstaltungen auch wieder zur persönlichen Begegnung zurückkehren. Viele Veranstaltungen werden aber durch virtuelle Elemente ergänzt und so zu hybriden Events, andere werden rein virtuell bleiben. Allerdings verwenden Veranstalter, Anbieter und Teilnehmer\*innen die Begriffe hybrid, digital, virtuell, Präsenz etc. so unterschiedlich, dass häufig nicht allen Beteiligten klar ist, wie sich die verschiedenen Formate abgrenzen oder definieren.

Das Thought Leader Panel (TLP) des GCB hat daher die für alle Akteure der Veranstaltungswelt so wichtige Definition und Differenzierung dieser Begriffe initiiert.



In diesem Prozess haben die Mitglieder des TLP herausgearbeitet, dass die angestrebte Abgrenzung nicht so einfach und mittel- bis langfristig auch gar nicht zielführend ist. Denn die Grenzen der verschiedenen Formen von Meetings & Events verschwimmen zunehmend - sie werden fluid.

Es entstehen dabei immer weitere Formen von Events, z. B. solche, bei denen nur eine\*r der Redner\*innen digital zugeschaltet wird, Vorträge vorher aufgezeichnet und dann on demand angeboten werden, oder solche, die per Live-Ticker digital begleitet werden.

Schon jetzt besteht die Möglichkeit, per Virtual Reality an einer Veranstaltung teilzunehmen. Mit oder ohne Avatar und VR-Brille ist die Teilnahme tatsächlich „virtuell“ im ursprünglichen Wortsinne, d. h. „echt erscheinend“. Im nächsten Schritt wird ein Event z. B. per Holographie sogar immersiv - wie es aus der Videospiele-Welt bekannt ist.

Doch was macht den Kern einer Veranstaltung aus und wann ist diese wirklich hybrid? Bei allen entsprechenden Überlegungen sollten die Teilnehmer\*innen im Mittelpunkt stehen und es muss aus ihrer Perspektive heraus gedacht werden.

Bleiben wir bei dieser Vorgabe, so ist ein Event dann hybrid, wenn die folgenden Faktoren zutreffen:

- Teilnehmer\*innen haben die freie Wahl, ob sie vor Ort oder virtuell und/oder remote teilnehmen.
- Eine zeitgleiche Partizipation ist möglich – die Veranstaltung muss einen Live-Charakter haben.
- Alle Teilnehmer\*innen haben einen annähernd gleichzeitigen Zugang zur Teilnahme, z. B. auch die Möglichkeit der Interaktion.
- Ein Mehrwert für beide Seiten ist gegeben, z. B. durch Interaktion mit Teilnehmer\*innen, die man sonst nie treffen würde.
- Die physische oder virtuelle bzw. Remote-Teilnahme müssen nicht zwangsläufig gleichwertig sein. Jede Form der Teilnahme hat dafür ihren eigenen Mehrwert, die die Veranstalter\*innen bewusst bieten und für die sich die Teilnehmer\*innen bewusst entscheiden.

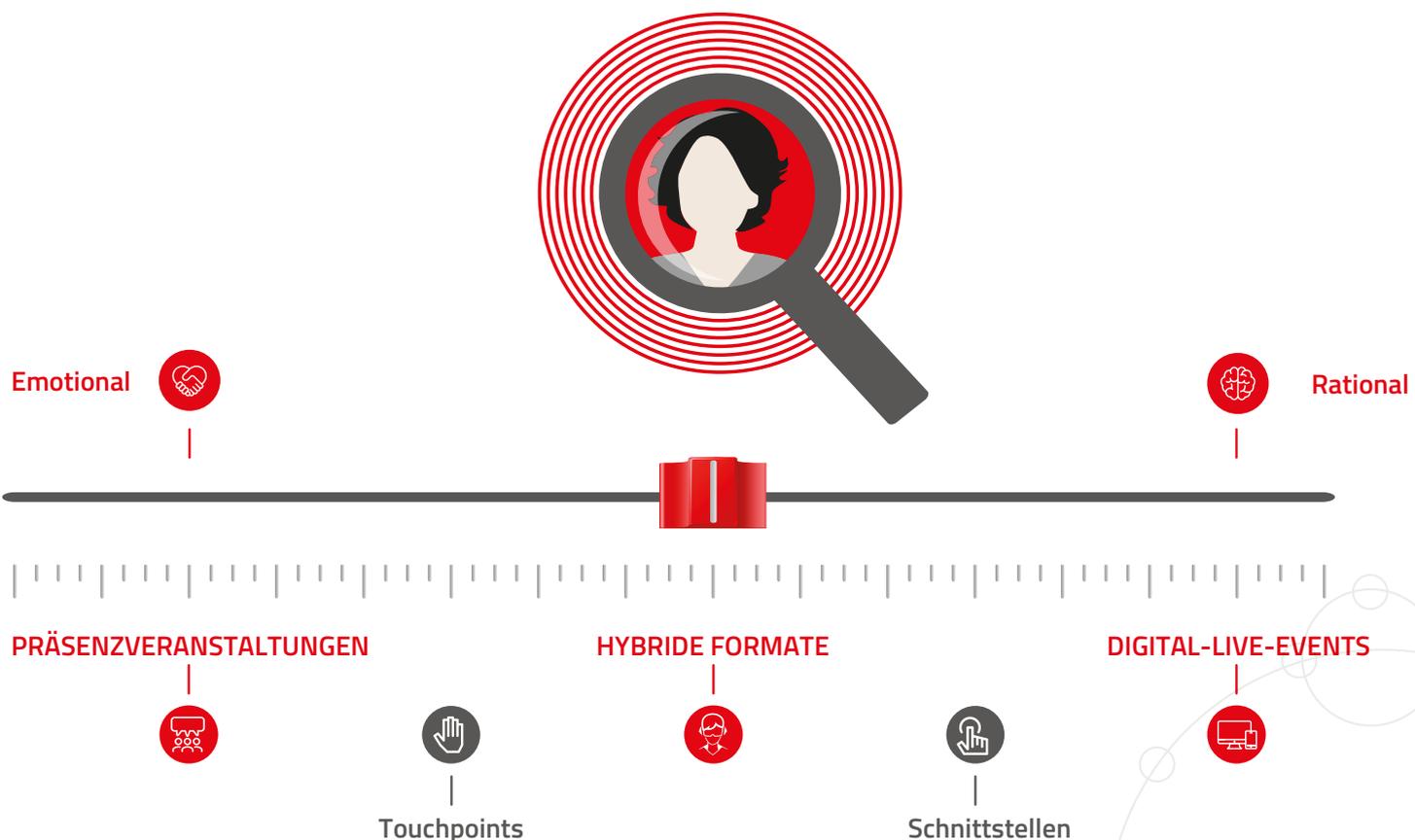
Nicht hybrid sind z. B. das Angebot eines reinen Livestreams (ohne Präsenzmöglichkeit), ein On-Demand-Video oder eine Liveberichterstattung wie etwa in Form von Live-Tickern beim Sport.

Ein vollkommen hybrides Event dagegen würde sowohl den Präsenz-Teilnehmer\*innen als auch den virtuellen Teilnehmer\*innen erlauben, miteinander zu interagieren. Das wäre nur durch das Eintauchen beider Teilnehmertypen in eine **immersive** Welt möglich. In diesem Fall stünden alle Teilnehmer\*innen, egal wo sie sich befinden, miteinander in Kontakt und beide Teilnehmertypen wären im digitalen Raum miteinander verbunden.

Die Teilnehmer\*innen wiederum entscheiden selbst, ob bzw. in welcher Form sie die angebotenen Möglichkeiten wahrnehmen. Je nach Anspruch oder Bedürfnis kann es auch genügen, nur zuzuschauen oder die Veranstaltung am Rande zu verfolgen. Somit besteht auch weiterhin die Möglichkeit, dass digitale und physische Veranstaltungswelten nebeneinander bestehen.

**Dabei müssen auch die Grenzen der Hybridität beachtet werden: Nicht alle Formate funktionieren für alle Teilnehmerarten gleich gut und auch die verschiedenen Zeitzonen bei globalen Events bleiben im hybriden Raum eine Herausforderung.**

**Umso wichtiger ist es, auf die Wünsche und Bedürfnisse der Teilnehmer\*innen einzugehen und ihnen die Wahlfreiheit zu ermöglichen - z. B. durch Touchpoints und Schnittstellen zwischen der digitalen und Präsenz-Teilnahme.**



## GCB Thought Leader Panel *in Kooperation mit Fraunhofer IAO*

### Fundierte Informationen sind die beste Basis für zukunftsweisende Entscheidungen: Knowledge is Power!

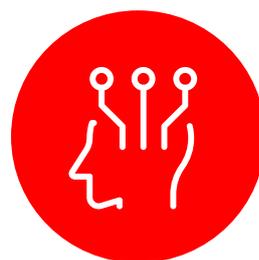
Die Welt der Business Events ist im „New Normal“ angekommen. Manche der momentan heiß diskutierten Zukunftsthemen begleiten uns schon länger, andere haben im Zuge der Corona-Pandemie nochmals an Dynamik gewonnen. Ob digitale und hybride Formate, Sicherheit und Hygiene bei analogen Events, Nachhaltigkeit, Mobilität oder Diversity – wer die Zukunft aktiv mitgestalten will, braucht Inspiration, innovative Konzepte und ein offenes Mindset.

Das GCB hat daher gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO ein dauerhaftes Panel aus Expert\*innen etabliert, das sich mit der Zukunft von Business Events als Kommunikationsinstrument auseinandersetzt. Mitglieder des Panels sind Entscheider\*innen aus den Bereichen Marketing und Kommunikation in Unternehmen, Verantwortliche auf dem Gebiet wissenschaftlicher Fachkongresse sowie Expert\*innen für die Querschnittsfunktionen Digitalisierung, Innovation und Nachhaltigkeit.

Das Panel trifft sich in regelmäßigen Abständen, um zu aktuellen Schwerpunkten und innovativen Themen rund um alle Formen von Business Events zu diskutieren. Bei Bedarf und zur Vertiefung finden darüber hinaus ausführlichere Expert\*innen-Interviews und Online-Befragungen statt.

Das Fraunhofer IAO unterstützt das Panel mit seiner wissenschaftlichen Expertise

Die Ergebnisse des Panels werden in aggregierter Form auf der GCB Website vorgestellt:  
<https://gcb.de/de/thought-leader-panel.html>



GCB THOUGHT LEADER PANEL  
in Kooperation mit Fraunhofer IAO



ENTSCHEIDER\*INNEN  
AUS UNTERNEHMEN



ENTSCHEIDER\*INNEN AUS  
WISS. GESELLSCHAFTEN



EXPERT\*INNEN

## Die Mitglieder des Thought Leader Panels:



**David Friedrich-Schmidt,**  
Leiter Projekte & Administration bei DGN  
Dienstleistungsgesellschaft mbH  
(Deutsche Gesellschaft für Neurologie)



**Dr. Philip Gass,**  
Geschäftsführer,  
Deutsche Ophthalmologische Gesellschaft



**Dr. Dirk Glaesser,**  
Director,  
Sustainable Development of Tourism,  
World Tourism Organization (UNWTO)



**Tina Haller,**  
Director Deal Advisory,  
KPMG AG



**Jeannine Koch,**  
Vorstandsvorsitzende  
des media:net berlinbrandenburg.



**Sven Krüger,**  
Makebelieve



**Stephen Rose,**  
Senior Vice President,  
Head of Global Communication Services,  
Siemens AG



**Felix Rundel,**  
Co-Founder,  
Futurehain



**Ulrike Tondorf,**  
Head of Live & Experience Branding  
Bayer AG



**Prof. Lauren Ugur,**  
Professor for International Tourism Management  
Hochschule Heilbronn



**Andrea Weidinger,**  
Director  
ITS Hamburg 2021 GmbH

*Für das Fraunhofer IAO*

*Für das GCB*



**Dr. Stefan Rief,**  
Leiter Forschungsbereich  
Organisationsentwicklung und Arbeitsgestaltung  
Fraunhofer IAO



**Tilman Naujoks,**  
Projektleiter  
Fraunhofer IAO



**Matthias Schultze,**  
Managing Director  
GCB German Convention Bureau e. V.



**Birgit Pacher,**  
Manager Research & Development  
GCB German Convention Bureau e. V.