

"Es bricht eine neue Zeit an" - Agenturchefin Ute Doetsch zu den Chancen digitaler Events

von **Tanja Nagel** am **22. Dezember 2020**

Für die Eventbranche bedeutet Corona wirtschaftlich eine Herausforderung, doch die Pandemie hat auch die Kreativität in Sachen digitale Events angeregt. Auch die Bayerische Landeszentrale für neue Medien stellte ihre Planungen 2020 schnell von Präsenzveranstaltungen auf Online-Events um. Die BLM-Event-Managerin Tanja Nagel sprach mit Ute Doetsch, Geschäftsführerin der Event- und Kommunikationsagentur brandarena, über die Chancen digitaler Events.

blmplus: Die Eventbranche gehört zu denjenigen Unternehmensfeldern, die von der COVID-19-Pandemie besonders betroffen sind. Wie ist es brandarena in 2020, insbesondere während des ersten Lockdowns, ergangen?

Ute Doetsch: Für die Agenturbranche, vor allem für Eventagenturen, war/ist es eine sehr herausfordernde Zeit. Die Eventumsätze der brandarena sind in kürzester Zeit zu 100 Prozent weggebrochen, zum Beispiel die Vor-Ort Präsenz eines Kunden bei der geplanten EM mit Bühnenshows, eine Open-Air-Konzert Produktion für 14.000 musikbegeisterte junge Menschen oder viele Fachveranstaltungen / Kongresse.

Nach diesem „Schock“ haben wir im brandarena-Team den Fokus auf den Geschäftsbereich Kommunikation gesetzt. Wir ergriffen Maßnahmen, um diesen Bereich weiter auszubauen und ihn noch enger mit Event-Themen (z.B. digitale Events und digitale Tools) zu verzahnen.

Als Agentur sind wir mehr denn je gefordert, kreativ zu sein. Kurzarbeit haben wir nicht eingeführt. Mitarbeiter wurden in neue Themen eingearbeitet.

Digitale Events mit neuem Stellenwert im Marketingmix

blmplus: Digitale Events sind durch Corona gepusht worden. Haben Sie zwischen März und August 2020 viele digitale Events durchgeführt?

Die digitale Eventverlängerung hat dem Eventmarketing bereits in der Vergangenheit einen ganz neuen Stellenwert im Marketingmix ermöglicht und wurde von allen Seiten sehr positiv wahrgenommen. Wir haben beispielsweise den Zukunftskongress mit Bundeskanzlerin Angela Merkel im Auftrag der Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit im Deutschen Museum in München 2016 live über Facebook in die ganze Welt gestreamt. Auch die Events unseres Kunden ANTENNE BAYERN wurden die letzten Jahre live über Facebook gestreamt.

In der Krise haben wir im ersten Schritt geprüft, welche rein digitalen Formate für welche Themen und welche Zielgruppen geeignet sind. Im zweiten Schritt haben wir Konzepte entwickelt: Digitale Veranstaltungen mit ergänzenden Kommunikationstools. Diese Konzepte bieten wir unseren Kunden jetzt an.

blmplus: Welche Emotionen lassen sich im Rahmen virtueller Veranstaltungen schlecht abbilden?

Alle Eventformate, die das ganz persönliche Miteinander und/oder die persönliche Wertschätzung als Primärziel haben, sind kaum durch eine digitale Veranstaltung zu ersetzen. Dieses Gefühl, wenn du mit deinen Kollegen nach einem erfolgreichen Jahr zusammen richtig feierst, die persönliche Nähe dabei erlebst, die Freude über den Erfolg oder auch die Traurigkeit, weil vielleicht Kollegen im nächsten Jahr nicht mehr da sind – all dies lässt sich

nicht durch eine virtuelle Veranstaltung ersetzen.

Eventmarkt wird sich verändern

blmplus: Und wie sieht die Zukunft von Veranstaltungen aus?

Es bricht eine neue Zeit an, eigentlich sind wir schon mittendrin. Durch die jetzige Krise wird sich der Eventmarkt verändern. Eventkonzepte werden ganz neu gedacht, digital neu übersetzt.

Viele Veranstaltungen werden rein digital stattfinden. Es ist auch die Chance klassische Eventformate noch intensiver digital zu verlängern. Neue Geschäftsideen in diesem Umfeld werden entstehen und bieten Eventagenturen eine neue Chance. Mitarbeiter müssen mehr denn je die Chance auf Weiterbildung haben.

Aber wir sind der Überzeugung, dass bestimmte Eventformate, wie zum Beispiel Mitarbeiterfeiern oder Incentives, nicht durch digitale Events zu ersetzen sind. Diese Formate können aber durch die digitale Verlängerung noch mehr Bedeutung gewinnen und zur Bekanntheit der Unternehmen bzw. Veranstalter beitragen.

Eine sehr große Chance sehen wir in der rein digitalen Umsetzung von Veranstaltungen mit dem Schwerpunkt der Vermittlung von Wissen, wie es bei Fachkongressen der Fall ist. Chancen entstehen hier durch folgende positive Effekte:

- Mehr Teilnehmer – weniger No Show Rate
- Mehr Durchdringung bei der Vermittlung von Content vor, während und nach der Veranstaltung, z.B. auf der digitalen Plattform

Zur Person:

Ute Doetsch führt gemeinsam mit Marc Hörhammer die Geschäfte der Event- und Kommunikationsagentur Brandarena. Die Agentur betreut Kunden aus der Medienbranche wie Antenne Bayern und verschiedene öffentliche Institutionen wie z.B. das Bayerische Gesundheitsministerium.

Mehr Infos:

Im tendenz-Artikel „Nur einen Klick entfernt“ beschreibt Event-Managerin Tanja Nagel, wie die Experimentierphase der BLM mit digitalen Events ausgesehen hat und was dabei herausgekommen ist. Die Präsentationen und Veranstaltungen der BLM liefen 2020 rein digital ab. Im Oktober 2020 realisierte die BLM-Tochter Medien.Bayern für die Medientage München erfolgreich eine eigene digitale Plattform. Das Hybrid-Format wurde sehr gut angenommen.