

Thema: OPUS Marketing

Autor: k.A.

Opus Hybride Events können einen großen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten 46

Hybrid siegt!

Die Anreise von Gästen zu einem Event verursacht CO₂ und ist umweltschädlich – virtuell erfahrbare Events können Abhilfe verschaffen.

WIEN. Opus Marketing setzt seit über 25 Jahren für nationale und internationale Unternehmen Events um. Opus stellt einen nachhaltigen Ansatz bei den Veranstaltungen in den Mittelpunkt und versucht diesen stets weiterzuentwickeln. Belohnt wurde dieses Engagement mit dem Österreichischen Umweltzeichen. Im Interview sprach Erik Kastner, Geschäftsführer von Opus Marketing, über Veranstaltungen mit großem Eindruck, jedoch mit kleinem Abdruck.

medianet: Herr Kastner, Sie setzen auch virtuell erfahrbare Veranstaltungen um und können so CO₂-Belastungen durch die Anreise von Eventgästen reduzieren. Was ist denn der Unterschied dieser Events zu real erfahrbaren?

Erik Kastner: Der Erlebniswert ist ein bedeutender Faktor von Events und macht den großen Unterschied aus. Die Befürchtung, dass neue Kommunikationstechnologien reale Veranstaltungen verdrängen werden, ist relativ unbegründet.

Jedoch kommen hybride Events in unserer Branche immer mehr zum Einsatz. Es reicht also nicht mehr aus, dass Vorträ-



© Opus Marketing

Team

Heiko Lorenz, Michael Tenhalter, Birgit Pertlwieser und Erik Kastner setzen als gemeinsames Team bei Opus Marketing und vielen weiteren Mitarbeitern auf nachhaltige Events.

ge parallel live als Stream oder zumindest hinterher als Aufzeichnung im Internet zu sehen sind. Das bietet jedoch auch sehr große Chancen. Man kann mit einer Live-Veranstaltung viel mehr Menschen vernetzen und erreichen als früher, weit über den eigentlichen Event hinaus. Aber dabei ist vieles zu berücksichtigen, und auch diese Form des Contents funktioniert nur dann, wenn er in eine durchdachte Marketing- und Content-Strategie integriert ist.

medianet: Welche Erfahrungswerte haben Sie in der Vergangenheit mit hybriden Events gemacht?

Kastner: Wir wurden von einem international tätigen Pharmaunternehmen beauftragt, seine Kunden in Paris, Brüssel, München und Stockholm für einen zweitägigen Event interaktiv zu vernetzen. Mit dieser Live-

Kommunikation der neuen Dimension, in die sich 600 Gäste jeweils vor Ort aktiv einbringen konnten, setzten wir diesen Zukunftsevent für unseren Kunden um. Themen wie ‚Datensicherheit‘ und ‚Übertragungsqualität‘ standen hier ebenso im Vordergrund wie ‚lebendige Gestaltung‘ und ‚Inszenierung‘. Die Live-Übertragung ermöglichte es den Teilnehmenden europaweit, am Event teilzunehmen. Neu dabei war, dass die Kommunikation nicht nur in eine Richtung funktionierte, sondern jeder Teilnehmer mit allen anderen länderübergreifend verknüpft war, Fragen zu ebenfalls übertragenen Präsentationen stellen konnte und direkt vom Vortragenden die entsprechenden Antworten erhielt. Durch die virtuelle Anwesenheit wurden zahlreiche logistische Aufwendungen wie Anreise und Nächtigung eingespart – dies wirkte sich folglich auch überaus positiv auf die CO₂-Bilanz des Events aus.

medianet: Wie setzen sich beispielsweise papierlose Events durch? Möchte man die persönliche Einladung nicht in Händen halten?

Kastner: Ob einzelne Maßnahmen funktionieren, hängt immer vom Konzept der Veranstaltung ab. Die Implementierung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen macht dann Sinn, wenn diese auch konsequent durchgeführt werden. Es muss die Bereitschaft zur Veränderung gewohnter Prozesse vorhanden sein. Eine nachhaltige Eventgestaltung bringt für Unternehmen besondere Vorteile, wie Imagesteigerung und langfristige Kosteneinsparungen. (gs)



Einstellung

Bei Opus ist man davon überzeugt, dass sich eine unvergessliche Veranstaltung und der verantwortungsvolle Umgang mit der Umwelt perfekt vereinbaren lassen.

”

Es muss die Bereitschaft zur Veränderung gewohnter Prozesse vorhanden sein.

Erik Kastner
Opus Marketing

“

Anfragen für weitere Nutzungsrechte an den Verlag