

itbusiness

Das Schweizer Fachmagazin für ICT



Digitalisierung

Corona beschleunigt den Wandel

Datenschutz

Was ist in der Cloud zu beachten?

Human Resources

Per Online-Prüfung zum Fachausweis oder Diplom



Sind Post-Covid-Business-Events digital?

Armin Baumann

Firmen versuchen nun Events, Produktpräsentationen etc. online umzusetzen. Dabei wird die Macht des persönlichen, aufrichtigen Kontakts unterschätzt. Dennoch haben die politischen Eingriffe gezeigt, dass es notwendig ist, Online-Events anzubieten, um mit Kunden und dem Umfeld in Kontakt zu bleiben. Wie können Business-Events der Zukunft erfolgreich umgesetzt werden?

In den letzten zwölf Monaten konnten – dank politischen Covid-Restriktionen – kaum noch wirtschaftliche Anlässe durchgeführt werden. Es gab Firmen, die vom einen auf den anderen Tag Null Umsatz generierten. Nebst den vielen Verlierern konnten einige wenige Branchen Umsatz zulegen. Zu diesen gehören u. a. auch Firmen der ICT-Branche.

Durch Covid-19 wurde die Wichtigkeit der Technik für das flexible Arbeiten erkannt. Informatik und Telekommunikation sind die flankierenden und unverzichtbaren Bindeglieder, um zu kommunizieren. Wobei der Mensch ebenfalls einbezogen werden muss, damit die erfolgreiche Nutzung/Umsetzung genutzt wird. Heute werden IC-Technologien – auch dank Covid-19 – mit einer grösseren Selbstverständlichkeit genutzt. Dieser Trend

kommt Marketingmassnahmen und damit auch der Event-Branche sehr entgegen. Ein Umdenken respektive Anpassen der Dienstleistungen hat begonnen. Nebst Technologie sind aber auch Verhalten, Wahrnehmung und Vertrauen für Menschen wichtig, um sich für den Besuch von (digitalen, hybriden) Anlässen zu entscheiden.

Der von Menschen meistgesuchte Event ist der persönliche zwischenmenschliche Kon-

takt. Dies kann durch Technologie nur zum Teil erzeugt werden. Was bei der technologischen Umsetzung fehlt, sind die Haptik, der Geruch und zum Teil die nonverbale Kommunikation. Die zwischenmenschliche Kommunikation beruht auf Gestik und Mimik. Die Mimik ist wichtig für die Emotionalität, was die Verbalisierung von Gefühlen bedeutet und damit die Authentizität der Kommunikation unterstreicht. Die Gestik ist dabei die Rede begleitende Gebärde, die den aktuellen Ausdruck der Psyche des Redners widerspiegelt. Durch die physische Zusammenkunft kann ein echtes Vertrauen aufgebaut werden, indem «face to face» kommuniziert wird, und dies in allen Dimensionen der Wahrnehmung. Geschäfte wie auch Beziehungen werden zwischen Menschen gemacht und gelebt. Dies ist die Grundvoraussetzung eines erfolgreichen Networkings. In Beziehungen sind Information, Kommunikation und Transaktionen ein wesentlicher Bestandteil für den persönlichen Erfolg in der Vernetzung.

In der Neuzeit kommt der Begriff von Communities zum Tragen. Dies sind Gruppen, die sich zu einem Thema – unabhängig ihres Berufsstandes – zusammenfinden, austauschen und den sozialen Aspekt pflegen. Der soziale Aspekt ist auch hier wiederum der zwischenmenschliche Austausch beim Zusammentreffen. Vertiefte Communities entstehen durch persönliche Kontakte zwischen Menschen. Technische Lösungen können flankierend und sekundär zur Pflege der persönlichen Beziehung genutzt werden.

Die Wahrnehmung besteht aus einem Reiz, der entsprechenden Transformation und der Verarbeitung im Hirn, welche unter Umständen eine Wiedererkennung hervorruft und so zum Handeln auffordert. Die Wahrnehmung erfolgt über alle Körpersinne: Augen, Ohren, Nase, Haut, Hände. Dies erfolgt durch Sehen, Hören, Riechen, Spüren und Tasten. Hierzu ein Beispiel eines Feuers: Das Feuer übermittelt Flamme, Wärme, Knistern und Rauch – alles physikalische Eigenschaften, für die wir Sinnesorgane besitzen. Somit löst das Feuer diese Reize aus. Unser Hirn wird dann je nach Erlebtem respektive Erfahrenem entsprechende Assoziationen auslösen, welche je nach Menschen positiv oder negativ sein können und somit ein entsprechendes Verhaltensmuster bewirken. Dies ist eine Abfolge von Verhaltensweisen, die in bestimmten Situationen regelmässig zu beobachten sind. Der Mensch wird wirt-

KMU Swiss Symposium

Ort: Trafohalle Baden

Thema: Umbruch in Wirtschaft und Gesellschaft

Datum: 23. Juni 2021 (13 bis 20 Uhr)

Referenten und Referentinnen berichten aus ihren Erfahrungen und Erlebnissen. Dies sind unter anderem Ivano Somaini (Compass Security), Rolf Härdi (Deutsche Bahn), Britta Pukall (Milani Design), Daniel Fiechter (Stobag), Beni Huggel (Ex-Fussballer), Rafael Waber (Swiss Shrimp) und zahlreiche Überraschungen.

Anmeldung: www.kmuswiss.ch/symposium

Impressionen: www.kmuswiss.tv

schäftlich als Homo Oeconomicus bezeichnet. Dies ist ein Charakterisierungs-Modell für einen ausschliesslich «wirtschaftlich» denkenden Menschen, welcher die Fähigkeit zu uneingeschränktem rationalem Verhalten und das Streben nach Nutzenmaximierung (für Konsumenten) oder Gewinnmaximierung (für Produzenten) aufweist.

Was macht einen physischen, erfolgreichen Event aus?

Das Programm eines Anlasses soll Zielgruppen korrekten Inhalt übermitteln, damit der Besucher etwas lernen oder erfahren kann, was er bei sich umsetzen kann. Somit muss der Anlass entsprechend konzipiert werden, damit die richtige Community am Anlass anwesend sein wird und sich der Teilnehmer auch entsprechend vernetzen kann. Denn der Teilnehmer will sich einbringen, präsentieren und vernetzen können. Deshalb muss auch genügend Zeit für Vernetzung der Teilnehmer eingeplant und entsprechende Räumlichkeiten zur Verfügung gestellt werden. Visitenkarten sollen ausgetauscht und gesammelt werden, um auch zukünftig mit den Personen in Kontakt treten zu können. Damit Menschen an einen Anlass bewegt werden, ist es wichtig interessante Referenten, die sachliche Inhalte bestens präsentieren, vorzuweisen. Vorführungen sollten möglichst originell sein und, wo immer möglich, Emotionen beim Teilnehmer auslösen. Ein gelungener Anlass lebt auch ganz entscheidend von der richtigen Location, deren Erreichbarkeit und Grosszügigkeit wie auch der Infrastruktur. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass ein Anlassbesucher mit interessanten, originellen Inhalten überrascht werden muss und er in grosszügigen Räumlichkeiten genügend Zeit zur Verfügung hat, sich mit Gleichgesinnten auszutauschen, und so ein bleibendes Erlebnis vorzuweisen hat.

Online-Treffen respektive -Events (wie z. B. Webinare) können Inhalte vermitteln und man kann sich austauschen, was aber mehr oder weniger einem Telefongespräch mit Bild entspricht, mit der Möglichkeit eine Präsentation einzubinden. Man kann sich auch in «Räume» für einen bilateralen Austausch zurückziehen. Wobei der Besucher sich nicht so wirklich präsentieren kann. Aber es können dadurch digital Communitys geschaffen werden.

Viele Sinne können jedoch nicht angesprochen werden, da die dritte respektive vierte Dimension fehlt. Mit den heutigen aktuellen technologischen Voraussetzungen können gewisse Sinne nicht angesprochen werden wie zum Beispiel Geruch, Geschmack, Haptik (4. Dimension), und auch das räumliche Gefühl (3. Dimension) kann auch nur zum Teil – mit Zusatztechnik – erfüllt werden. Was sicherlich für Digitalanlässe spricht, sind Erreichbarkeit und für die initiierende Einheit die geringeren Kosten.

Abschliessend stellt sich die Frage, ob digitale Anlässe die analogen verdrängen werden. Persönlich glaube ich dies nicht. Denn der Mensch will das Gegenüber spüren, riechen, erleben und berühren können. Ich glaube an digitale Anlässe als ergänzendes Medium. Diese können bei politischen Verbots- oder Einschränkungen relativ schnell – als «Stand alone»-Anlass oder eventuell flankierend für hybride Anlässe – genutzt werden. Hybride Anlässe bieten den Vorteil, dass der Besucher selbst entscheiden kann, wann er will, wie dem Anlass beiwohnen will und dies zeitweise oder über den ganzen Anlass. So oder so sollte die Technologie ein Erlebnis bieten, das den Besucher aktiv einbindet und ihn zum Teil des Ganzen macht. Virtuelle, dreidimensionale Event-Locations werden dem nahe kommen. KMU Swiss wird demnächst das «DigitalHaus» lancieren, in welchem sich Besucher, Mitglieder, Partner etc. präsentieren und die virtuelle «Location» nutzen können. So werden sich die analogen und die digitale Welt treffen. ■