

„Menschen erreichen heißt Ziele erreichen!“



Sascha Jaite und Carsten Knieriem

Die Corona-Pandemie hat die Live-Kommunikation und Event-Branche so hart getroffen, wie kaum eine andere. Lösungen, die über Jahrzehnte perfekt funktionierten, wurden quasi über Nacht ausgehebelt. Was im ersten Moment nach einer totalen Katastrophe klingt, erweist sich für die Zukunft der Branche aber auch als große Chance. Das Ludwigsburger Unternehmen „what when why – Emotion Engineering“ mit Sitz im Film- und Medienzentrum zeigt, welche kreativen Lösungen es gibt, um mit den Menschen wirkungsvoll in Kontakt zu bleiben. Um auch während und nach der Pandemie die große Strahlkraft von Events zu nutzen.

Wann wieder Business-Events, Vor-Ort Events und Konzerte stattfinden können, steht derzeit noch in den Sternen. Doch es geht nicht ohne Kommunikation. „Wer nicht kommuniziert, verliert an Relevanz“, sagt Carsten Knieriem, Gründer und Geschäftsführer von what when why. Doch für viele Unternehmen, so scheint es, stellt die aktuelle Situation ein nahezu unüberwindbares Hindernis dar.

Professionelle Online-Events sind wie TV, nur vollständig interaktiv

Häufig fehlt es aber nur an der Vorstellungskraft. Denn die Alternative heißt: professionelle Online-Events. Events im digitalen Raum zeigen hervorragende, messbare Ergebnisse. Gut gemachte digitale Events überraschen die Teilnehmer häufig sogar sehr positiv durch ihre inno-

vative Wirkung. „Professionelle Online Events sind faktisch präzise, hoch emotional, abwechslungsreich und vor allem interaktiv. Stellen Sie sich das wie eine gut gemachte TV-Show vor. Aber eine, bei der jeder Teilnehmer zu Hause oder im Büro am Bildschirm aktiv in das Geschehen eingebunden ist“, so Knieriem.

Die Basis für den Erfolg ist recht einfach: Die Grundbedürfnisse der Menschen nach Kommunikation, Orientierung, Zugehörigkeit, Miteinander und Sicherheit haben sich während der Covid-19-Pandemie nicht geändert. In Zeiten von Social Distancing sind diese eher noch gewachsen – Emotionen gewinnen insbesondere in der Distanz an Bedeutung. Mit Online-Events gelingt es – gerade in unsicheren Zeiten –, Menschen einzubinden, Perspektiven zu schaffen und Motivation zu erzeugen.

Und das funktioniert für nahezu jeden Zweck. Mittlerweile hat die Kommunikationsagentur what when why mit ihren vielfältigen und namhaften Kunden nahezu jedes Eventformat erfolgreich in den digitalen Raum übertragen: von der Führungskräfte-Tagung bis zum internationalen Kunden-Event, vom Mitarbeiterabend bis zur virtuellen Messe, von der Mitglieder-versammlung bis zur Bürgerbeteiligung.

„Smarte Events“: Die Zukunft der Event-Branche

Das Ludwigsburger Unternehmen blickt mit großem Optimismus nach vorne. Interaktion und Involvement der Teilnehmer waren schon vor Corona erfolgreiche Elemente von what when why, um nachhaltige Wirkung zu schaffen. Doch die Zukunft der Event-Branche geht weit darü-

ber hinaus. So werden im Zeitalter des „New Normal“, also in der Zeit nach der Pandemie, „Smarte Event Konzepte“ das Maß der Dinge sein, wenn es um erfolgreiche Kommunikation geht.

Der zukünftige Erfolg liegt in der Verbindung von Online-Events und Onsite-Events, von Live und Digital. Begleitet von zusammenhängenden, aufeinander aufbauenden Kommunikationsstrecken (360 Grad-Kommunikation). „Smarte Events“ beantworten die Frage nach größerer Reichweite, nach stärkerer Wirkung und effektiver, emotionaler und nachhaltiger Kommunikation. Der Satz „Menschen erreichen heißt Ziele erreichen.“ erfährt dadurch eine neue Dimension.

Dass die Grenzen verschwinden, die zwischen analoger und digitaler Welt bestanden, davon sind Carsten Knieriem, Gründer und Managing Director von „what when why“ sowie Geschäftsführungskollege Sascha Jaite, Head of Strategy & Operations, überzeugt. Für die beiden steht fest: Smarte Eventkonzepte avancieren zum „New Normal“ und zum künftigen Standard. Die Herausforderung liegt darin, online und live Erlebnisse zu schaffen, die Menschen nachhaltig emotional bewegen, aktivieren und involvieren. top magazin sprach darüber mit Carsten Knieriem und Sascha Jaite:

top: Herr Knieriem, sollte denn die aktuelle Corona-Krise wirklich als eine neue Chance für die Eventbranche gesehen werden?

Carsten Knieriem: Auf jeden Fall! Und nicht nur für die Eventbranche. Vor allem für alle Unternehmen und Organisationen, die mit ihren Zielgruppen kommunizieren müssen und wollen. Neues Denken ist gefragt und neue Lösungen zeigen bereits große Erfolge. Bei uns herrscht so richtig Aufbruchsstimmung. Das ist toll!

top: Wie genau muss man sich solche hybriden Events vorstellen?

Sascha Jaite: Zunächst unterscheiden wir zwischen Onsite-Events – das sind die Live Events, die vor Ort stattfinden – bzw. gerade leider nicht stattfinden – und Online-Events. Das sind die Live-Events, die im digitalen Raum stattfinden. Wenn man beide miteinander kombiniert, dann spricht



man von hybriden Events. Und genau da liegt die Zukunft. Im Grunde unterscheiden sich Onsite- und Online-Events nur in zwei Punkten: 1. Reichweite und 2. die Möglichkeit zu direktem, unmittelbarem Socializing. Letzteres ist aber extrem wichtig und durch nichts Digitales zu ersetzen.

top: Aber können denn solche Events die Menschen genau so emotional bewegen wie bisher gewohnte Live-Events?

Knieriem: Ja, ganz klar. Sie können sogar noch mehr erreichen. Denn ein Hybrid-Event nutzt die Stärken beider Eventformate – Onsite und Online – und kombiniert sie zu einem größeren Ganzen mit mehr Strahlkraft, Reichweite und Wirkung. Und dann ist da noch die begleitende Kommunikation – vor, während und nach dem Event – von großer Bedeutung. Wir nennen das 360-Grad-Kommunikation.

top: Werden in absehbarer Zeit gewohnte Events, wie wir sie alle kennen, wirklich gänzlich von hybriden Events ersetzt?

Jaite: Ein klares Nein. Denn es kommt immer auf den Anlass, die Kommunikati-

onsziele und die Zielgruppe an. Man muss nicht für jeden Event die große Kelle auspacken. Aber man ist gut beraten, wenn man sich die bestehenden Möglichkeiten anschaut und zielgerichtet nutzt. Unseren Kunden stellen wir deswegen immer die wichtigsten Fragen dazu: what, when, why und noch ein paar mehr.

top: Welche Botschaft steckt hinter dem Firmennamen „what when why“?

Knieriem: Das hat Sascha Jaite eigentlich gerade vorher schon beantwortet: Fragen stellen. So fangen Erfolge an, lautet die Botschaft. Dass unser Name aus Fragen besteht, ist also eine klare Aussage. Unser Ziel ist es, Live-Kommunikation langfristig erfolgreich zu machen. Für unsere Kunden und natürlich auch für uns. Wir garantieren unseren Kunden Erfolg. Daran lassen wir uns messen. Denn für uns ist es wichtig, dass die beträchtlichen Investitionen, die in Live-Kommunikation getätigt werden, ihren garantierten Return on Investment erhalten. Und das auch im New Normal. Wenn wir also zukünftig beide Welten verbinden, ihre jeweiligen Stärken voll ausspielen und den physischen Raum um den digitalen erweitern, öffnet sich eine Welt von nahezu unbegrenzten Möglichkeiten. Das bieten wir an. Denn nach wie vor gilt: „Menschen erreichen heißt Ziele erreichen!“

