

„Im Zentrum steht noch immer Content“

Die Digitalisierung ergibt auch für Livemarketing neue Chancen, auch wenn im Zentrum die Botschaft steht.

••• Von Michael Fiala

WIEN. Himmelhoch-Agenturchefin Eva Mandl spricht über die Herausforderungen im Livemarketing.

medianet: Die Agentur Himmelhoch hat sich auch auf Livemarketing spezialisiert. Welche Trends sehen Sie?

Eva Mandl: Im Livemarketing ist es enorm wichtig, mit den verschiedenen Zielgruppen und dem Umfeld, in dem sie sich bewegen, Schritt zu halten. Erfolgreich wird also nur der sein, der stets am Puls der aktuellen Entwicklungen bleibt. Ganz klar und wenig überraschend ist, dass digitale Kanäle und Inhalte auch in Zukunft weiter an Bedeutung gewinnen werden – gerade im Livemarketing. Besonders spannend ist es, wenn bekannte Programmpunkte mit digitalen Elementen erweitert werden, wie das etwa bei einem unserer nächsten Events, der 20-Jahr-Feier von Crossfield's Australian Pub, passieren wird. In diesem Fall übertragen wir das klassische Pub-Quiz in eine digitale Form. Der Vorteil: Die Gäste werden *selbst* zum Programm und können auf einer Leinwand dabei beobachtet werden, wie sie die Quiz-Fragen meistern.

medianet: Das heißt, ohne Technologie geht in Zeiten der Digitalisierung gar nichts mehr?

Mandl: Tatsächlich eröffnen uns technische Gadgets zahlreiche neue Möglichkeiten. Doch auch wenn Technik und Digi-



© Himmelhoch

Eva Mandl

Die Agenturchefin von Himmelhoch spricht über die Chancen der Digitalisierung rund um das Thema Livemarketing.

talisation enorm wichtig sind – im Zentrum steht immer noch der Content, also die gute, alte ‚Geschichte‘. Schön hat sich das beispielsweise bei der Feier zum 100-jährigen Bestehen der Verkehrsbüro Group gezeigt. Auch hier kam jede Menge Technologie zum Einsatz, um spannende Geschichten – in diesem Fall eben über das Reisen – zu erzählen:

Sprechende 3D-Installationen, Virtual Reality und künstliche Intelligenz entführten die Besucher in exotische Länder und bis zur Raumstation ISS. Mittels VR-Brillen konnten die Gäste durch einen Dschungel spazieren, mit Haien tauchen oder einen virtuellen Fallschirmsprung erleben.

”

Wichtig ist, dass die eingesetzte Technik die gewünschte Botschaft unterstützt und niemals zum Selbstzweck verkommt.

“

medianet: Haben Sie zum Abschluss noch einen Tipp, was bei der Verwendung von Technik für Livemarketing zu beachten ist?

Mandl: Content ist und bleibt King. Und bei aller Begeisterung für die Chancen, die sich aus den neuen Technologien für uns ergeben: Wichtig ist, dass die eingesetzte Technik die gewünschte Botschaft unterstützt und niemals zum Selbstzweck verkommt. Unser Ziel ist und bleibt eine stimmige Erlebniswelt, die zu 100 Prozent zum Kunden und zu seiner Marke passt.