

BRANCHENTREFF

# Digitale Horizontenerweiterung

Nach zwei coronabedingten Verschiebungen findet am 15. März in München nun die erste Ausgabe der Konferenz Live'n'Digital statt. Die Veranstalter von white label eCommerce und VDMK legen den Fokus auf die Digitalisierung im Livegeschäft.



Hier steigt die Konferenz: das Paulaner am Nockherberg in München, wo jährlich auch der Starkbieranstich stattfindet.

TEXT: DIETMAR SCHWENGER

»Unsere größte Motivation für ein solches Event ist es, den Horizont durch neue

Anregungen zu erweitern, den persönlichen Austausch zu ermöglichen und neue Kontakte zu knüpfen«, sagt Arndt Scheffler, Geschäftsführer white label eCommerce, der die neue Konferenz zusammen mit dem Verband der Münchener Kulturveranstalter e.V. ins Leben gerufen hat. Scheffler legt Wert darauf, dass die Konferenz trotz des Engagements von white label keine Firmenveranstaltung ist: »Durch unsere Einflussnahme bei der Programmgestaltung sorgen wir dafür, dass die Konferenz zu keiner Werbeveranstaltung wird, sondern die zuvor genannten Ziele im Vordergrund stehen. Produkte und Dienstleistungen können dabei eine Rolle spielen, doch geht es immer um den Nutzen, der daraus entsteht – unabhängig vom Anbieter. Alles andere ist nicht mehr zeitgemäß und wird von der Mehrheit der Menschen abgelehnt. Wenn sich später aus neu entstandenen Kontakten Geschäfte ergeben, ist das schön, aber keine eingelebte Erwartung.«

### Das Potenzial von Kundendaten nutzen

Im Mittelpunkt der Konferenz, die in der traditionsreichen Eventlocation Paulaner auf dem Nockherberg steigt, stehen Fragen wie »Wie haben sich aktuelle Trends und Megatrends in den vergangenen beiden Jahren verändert? Wie kann ich das Potenzial von Kundendaten erfolgreich nutzen, und lässt sich der Erfolg einer bevorstehenden Tournee vor-

Richtet die erste Live'n'Digital mit dem VDMK in München aus: Arndt Scheffler, CEO white label eCommerce.



## MUSIKWOCHE

ist als offizieller Medienpartner von Live'n'Digital vor Ort.

hersagen?« Die Veranstaltung richte sich an die »Entscheider, Macher und Vorreiter des Live-Geschäfts«, formulieren die Initiatoren. Das Event soll dabei »eine Kombination aus hochwertigen Impulsen, Raum für anregende Diskussionen und persönlichen Kontakten« bieten. Entsprechend haben sich die Veranstalter für eine limitierte Teilnehmerzahl und persönliche Einladungen entschieden. »Der ursprüngliche Termin für die Konferenz lag im März 2020, musste aber durch den Beginn der Pandemie verlegt werden. In der Folge kam es, wie bei vielen anderen auch, zu mehreren Verlegungen. Seitdem können wir noch besser nachempfinden, was die vielen Veranstalter im Land seit zwei Jahren

durchmachen«, berichtet Scheffler. »In der Zwischenzeit sind wir jedoch davon überzeugt, dass jetzt der Augenblick gekommen ist, den Neustart für alle sichtbar zu beginnen, und die Reaktionen auf der Marktseite machen uns Mut. Wir rechnen mit rund 100 Teilnehmern aus dem Live-Segment – egal ob Promoter, Theater, Spielstättenbetreiber oder aber Sportclubs.«

### Ein Forum für Inhalte und zum Netzwerken

Ganz bewusst haben die Live'n'Digital-Macher dabei einen Mittelweg zwischen Konferenz und Netzwerktreff gesucht: »Das von uns konzipierte und gemeinsam mit Partnern umgesetzte Format soll eine gute Mischung aus Inspiration, Wissenstransfer und Kommunikation unter Gleichgesinnten sein. Wir wollen Menschen vernetzen und Impulse geben, dabei wollen wir aber keine abgehobene Highend-Businesskonferenz durchführen, sondern pragmatisch und verständlich die Veränderungen aufzeigen, denen sich die Macher und Verantwortlichen in der Branche stellen müssen, ob sie wollen oder nicht.«

**»Wir sind davon überzeugt, dass jetzt der Augenblick gekommen ist, den Neustart zu beginnen.«**

ARNDT SCHEFFLER, WHITE LABEL ECOMMERCE.



Sprechen bei Live'n'Digital: die Kulturmanagerin und Beraterin Anna Kleeblatt sowie der Versicherungsexperte Christian Raith (erpam).

► Die Programmt Themen drehen sich konkret um die Herausforderungen und vor allem Chancen der Digitalisierung als treibende Kraft für die Branche. So will der Trendforscher Ulrich Köhler aufzeigen, welche Handlungsempfehlungen sich für Marketing, Vertrieb und Organisation von Kulturveranstaltungen ergeben, wenn die radikalen Veränderungen in den Verhaltensweisen von Konsumenten einbezogen werden.

Die selbstständige Kulturmanagerin und Beraterin Anna Kleeblatt und die eCommerce-Expertin Iris Bögeholz widmen sich in ihrem jeweiligen Vortrag dem digitalen Schatz »Kundendaten« und deren Bedeutung, um (neues) Publikum zu gewinnen und nachhaltig zu binden. Michael Benker ist Softwareentwickler und stellt eine webbasierte Software vor, die es für Künstleragenturen/-managements, Künstler und Veranstal-

tungsstätten ermöglicht, die Organisation zu vereinfachen und in den täglichen Workflow zu integrieren. Hannes Tronsberg, Gründer und CEO von future demand, geht der Frage auf den Grund, ob man künstliche Intelligenz im Ticketvertrieb einsetzen kann, und ob sich der Erfolg einer bevorstehenden Tournee vorhersagen lässt.

### Konsequenzen der Pandemie

Er zeigt die Potenziale umfassender Datenanalyse auf und erklärt, wie ein datengetriebenes Kundenverständnis die Vermarktung von Konzertkarten stärkt. Der Versicherungsexperte Christian Raith rundet mit seinem Vortrag das Programm ab. Er geht auf die Fragen ein, welche Konsequenzen sich aus den Absagen und Verschiebungen während/seit der Pandemie ergeben, welche Veränderungen in den vergangenen Monaten stattgefunden haben, und welche Lösungen die Versicherungsbranche für die Zukunft bereithält. ■



Einer der Referenten auf dem Nockherberg: Trendforscher Ulrich Köhler.