



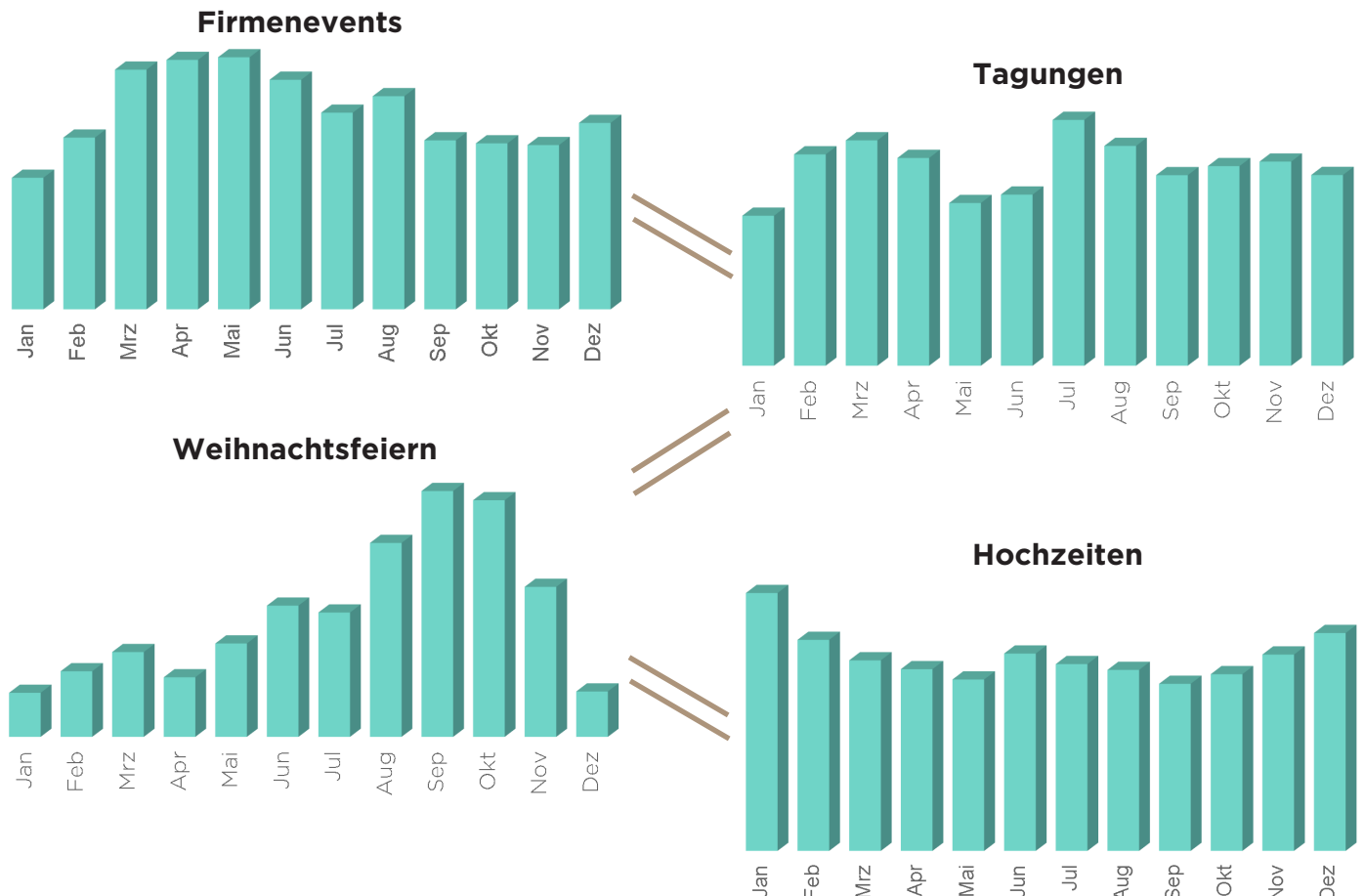
In dieser Ausgabe:

Daten Insights.....	1
Trends: Biometrische Gesichtserkennung.....	3
Trends: „Social“ Snackautomat & Programmatic Events.....	4
Bilder, die es in sich haben.....	5
Event Inc goes offline.....	6

Daten Insights

1 Anfrageverteilung nach Anlässen in 2017

Die 4 wichtigsten Eventkategorien und deren Anfrageverteilung in 2017.





2 Buchungen trotz „Terminkonflikt“

...der Buchungen in 2017 entstanden trotz anfänglichem Terminkonflikt. Unser Rat: Bevor Sie das nächste Mal eine Anfrage ablehnen, bieten Sie dem Kunden doch einen Alternativtermin an. -> [FAQ Sofortfeedback](#)

3 Erstkontakt mit Kunde zählt

1. E-Mail Anfrage über Event Inc erhalten
2. Anfrage beantworten mit „Interesse“
3. Feedback in Kommentarfeld eingeben
4. Höhere Buchungswahrscheinlichkeit!



4 Große Namen, große Events

DAX-Unternehmen mit Location-Anfragen über Event Inc:



Event Inc hat ein stark wachsendes Portfolio an B2B Kunden (u.a. auch Agenturen), welche langfristig und ausschließlich ihre Locationsuchen über Event Inc durchführen. Begünstigt wird dies durch das exklusive B2B-Programm „[Event Inc Pro](#)“.

Trends 2018

Biometrische Gesichtserkennung



Der Einlass der Zukunft

Gestartet ist der Trend der biometrischen Gesichtserkennung durch Apple, SnapChat und Facebook. Mit der Entsperrung des iPhone 10, Personenvorschlägen auf Facebookfotos und Filtern auf SnapChat ging es los. Nun findet das Thema auch in der Eventbranche Anklang.

Keine Wartezeiten mehr

Die Zukunft der Events könnte wie folgt aussehen: Sie registrieren sich für ein Event und kaufen das Ticket. In diesem Zuge laden Sie ebenfalls ein Selfie hoch oder verwenden ein bestehendes aus Xing oder LinkedIn. Am Tag des Events benötigen Sie keine gedruckten Tickets, müssen am Einlass nicht Ihr Handy zücken und müssen vor Allem nicht einmal stehen bleiben. Die Kameras, welche im Hintergrund durch das Foto und einen programmierten Algorithmus zu jedem Gesicht ein biometrisches Profil erstellen und dann entsprechend zuordnen können, erkennen in Echtzeit ohne Verzögerung Ihr Gesicht und gewähren Ihnen direkt Zutritt. Jene Kameras sind mit einem Live-Badge-Drucker verbunden und drucken Ihnen Ihr Namensschild automatisiert aus. Diese Möglichkeit der Einlasskontrolle hätte enormes Einsparungspotenzial in Punkto Einlasspersonal und steigert mit Sicherheit die Zufriedenheit der Besucher durch einen prompten und reibungslosen Einlass. Doch lassen Sie uns im Folgenden noch einen Schritt weiter denken und die Möglichkeiten dieses Systems ausloten!

Das kann diese Technik jetzt schon

Wie wäre es, von jedem Ihrer Eventgäste jederzeit zu Wissen was er über die Veranstaltung und einzelne Elemente davon denkt? Schluss mit nervigen Feedback-Bögen, die maximal ein Bruchteil der Gäste ausfüllt und welche womöglich nur minimal die Wahrheit widerspiegeln. Mimik lügt nicht. Durch Ablesen der Gefühle in Gesichtern können Sie in Zukunft von jedem Teilnehmer in jeder Sekunde seine Reaktionen auf Ihren Eröffnungsvortrag oder Ihren Showgast sehen. Wie wäre es, diese Informationen zu nutzen und innerhalb des Events noch darauf reagieren zu können? Wenn Ihr Showgast nicht gut beim Publikum ankommt, dann holen Sie ihn eher von der Bühne und dehnen jenen Part des Events aus, der den Zuschauern am besten gefällt. Das ist Ihnen zu spontan? Kein Problem, dann setzen Sie dieses Feedback einfach im nächsten Event um! Klingt alles etwas unheimlich? Da sind wir komplett bei Ihnen. Die größten Herausforderungen liegen aktuell sicherlich noch im Datenschutz und der schwierigen Anwendung der Technik bei großen Menschenmengen.

Wie sieht die Zukunft aus?

Mit der biometrischen Gesichtserkennung kommt ein sehr interessanter Trend auf die Eventbranche zu und wir sind gespannt, wie die Event-Planer schlussendlich wirklich von dieser Technik Gebrauch machen werden. Wichtigste Voraussetzung: Der Datenschutz und die Zuverlässigkeit dieses Systems sind keine unüberwindbaren Hürden.

Der „Social“ Snackautomat - Snacks ohne Geld!

Haben Sie schonmal vor einem Snack- oder Getränkeautomaten gestanden, auf eine Taste gedrückt, das gewünschte Produkt bekommen und während dieses Prozesses keinen einzigen Cent in den Automaten geworfen? Klingt im ersten Moment nicht sonderlich sinnvoll für einen Eventveranstalter, ist es aber trotzdem! Ein heißer Trend 2018 ist die „Social Vending Machine“. Hierbei gibt es das Produkt nicht gegen Cash, sondern gegen einen Hashtag auf Social Media. So erzielt Ihr Event große Reichweite und lockt mehr Besucher an. Dieses System funktioniert noch viel besser, wenn Sie keine gewöhnlichen Snacks zum Tausch gegen Hashtags oder Share anbieten, sondern kleine Werbegeschenke platzieren, die jeder Besucher unbedingt haben möchte!



Programmatic Events

Gemeinschaftliches Erlebnis,
individueller Content

Kennen Sie den Begriff des „Programmatic Advertising“ schon? Dieser beschreibt im Online Marketing den vollautomatischen und individualisierten Ein- und Verkauf von Werbeflächen in Echtzeit. Das Ergebnis sind relevantere Werbeanzeigen für den Gast und höhere Werbeeinnahmen für die Betreiber. Was dieses Thema mit Ihren Events 2018 zu tun hat? Programmatic Advertising könnte nun auch offline Einzug halten. Wäre es nicht toll den Besuchern Ihres Events wirklich relevante Werbung zeigen zu können und mehr Werbepartnern Werbefläche zu verkaufen, welche die richtige Zielgruppe zu sehen bekommt? Klingt für uns nach einer klassischen Win-Win-Win-Situation. Gut für Sie, für die Werbetreibenden und für Ihre Besucher.

Und so funktioniert's

Zu allererst ist eine große Menge an Daten nötig. Das Thema Big Data steht überall im Raum und lässt sich auch nicht mehr umkehren. Wenn es diese Daten sowieso gibt, dann lassen Sie uns diese nutzen und allen Beteiligten eine herausragende Veranstaltung beschenken. Dieser Prozess beginnt bei individualisierten Einladungsschreiben. In Zeiten von Big Data sind über jede Person so viele Informationen vorhanden, dass

es in Zukunft kein Problem ist, jedem Besucher ein individualisiertes Einladungsschreiben zukommen zu lassen und ihm das Gefühl eines „VIPs“ zu vermitteln. Des Weiteren können Sie diese Daten bei der Sitzordnung beachten. Setzen Sie die Personen zusammen, welche ähnliche Interessen haben und zwischen denen gute Gespräche zu Stande kommen werden. Das gibt jedem Besucher ein besseres Erlebnis, welches dann auf Ihr Event zurückgeführt wird. Wie wäre es, bei Ihrem nächsten Event nur Speisen aufzutischen, die Ihren Gästen auch schmecken? Wählen Sie nur noch Künstler aus, die jeden Gast begeistern. Das sind nur einige Möglichkeiten, wie Sie „Programmatic Events“ mit Hilfe von Daten umsetzen können. Ziel dieser Events ist es, den Besuchern ein gemeinschaftliches Erlebnis zu beschenken und dennoch individuellen Content zu liefern.

Fazit: Die Zeiten wo ganz Deutschland um 20:15 Uhr vor dem Fernseher sitzt und die gleiche TV-Show verfolgt, sind vorbei. Individualisierung à la Netflix heißt hier das Zauberwort. Und genau so werden in Zukunft auch die Erwartungen an Events sein. Was Sie dazu benötigen sind viele Daten und eine aussagekräftige Analyse dieser Daten!

Clever Floor - Besucher messbar machen



Wie steht es um Ihr Wissen bei intelligenten Matten? Hierbei handelt es sich um Matten, die messen, wie viele Besucher an bestimmten Stellen Ihres Events stehen und wie viel Zeit sie dort verbringen. Sie erhalten anonyme Daten, die Ihnen zeigen, welcher Sponsor und welche Werbeflächen besonders gut bei Ihren Gästen ankommen. Das macht es Ihnen leichter den Sponsoren den Wert Ihrer Werbefläche zu verdeutlichen und daran ausgerichtet gezielt Werbepartner zu platzieren.

Bilder, die es in sich haben! Anregungen für neue Profilfotos!



Au Quai Hamburg

Schöne Inszenierung der Außenräume aufgrund einer hohen Bildqualität.



**OutOfOffice
Frankfurt**

Gelungene Vermittlung von Raumgefühl. Hier kann sich jeder Kunde ideal in den Raum hineinversetzen.

Event Inc goes offline

Wir waren auf der Messe!



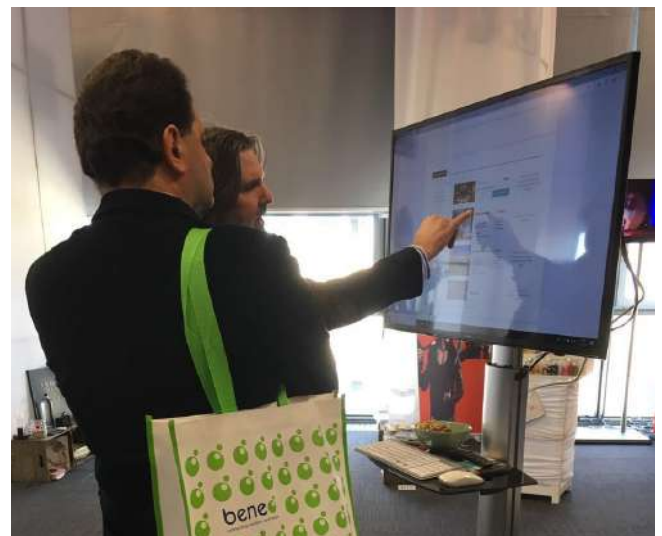
„Die Locations Messe eignet sich hervorragend, um sich als Dienstleister in der Veranstaltungsbranche im B2B-Bereich zu präsentieren und potenzielle Kontakte zu knüpfen.“ - Udo Somnitz

Von 10.00 bis 16.30 Uhr hatten die Fachbesucher Zeit und Raum, sich bei den 152 Ausstellern zu informieren. Die LOCATIONS bietet mit regionalem Schwerpunkt einen Querschnitt durch die MICE Branche und bündelt Angebote von Tagungshotels, Eventagenturen, Convention Bureaus, Eventlocations, Anbietern aus den Bereichen Veranstaltungstechnik und weiteren Eventdienstleistern. Für einen Besucher stellten auch die verschiedenen Praxisvorträge im Locations-Forum und Best-Practice-Forum einen Mehrwert dar.

Das Event Inc Messteam nutzte die Gelegenheit, sich mit den Fachbesuchern persönlich auszutauschen und über den neuen **B2B Professional Bereich** für Vielbucher und professionelle Veranstaltungsplaner zu informieren. Die Vorteile und

Jubiläum & Erstauftritt: 10 Jahre LOCATIONS Rhein-Neckar & Event Inc ist das erste Mal als Aussteller dabei.

Die LOCATIONS Rhein-Neckar präsentierte am 27. Februar im Congress Center Rosengarten in Mannheim bereits zum 10. Mal außergewöhnliche Veranstaltungshäuser und Eventdienstleister aus der Region. Das erste Mal als Aussteller und Kooperationspartner mit dabei: Event Inc. Und als Location Partner und Mitaussteller die Popup- Eventlocation:



Leistungsbestandteile wurden live auf dem Stand online demonstriert, damit sich die Veranstaltungsplaner vor Ort ein Bild machen konnten. Wir freuen uns auf die kommenden Messen und Gespräche.

About Event Inc

Event Inc setzt sich aus einem großartigen Team zusammen. Gemeinsam haben wir es geschafft, das führende Internetportal für Eventlocations in DACH aufzubauen und die Digitalisierung innerhalb der MICE-Branche voranzutreiben. Unsere Mission besteht darin, die beste, schnellste und transparenteste Eventplanung anzubieten - durch Service, Exzellenz und Technologie.

