

LIVECOM ALLIANCE

Europäische Stimme in Sachen Live-Marketing

Gemeinsam stark: Zehn nationale Event- & Livecom-Verbände haben sich zur LiveCom Alliance formiert. Ihr Ziel ist klar – gemeinsam mit die Stimme der europäischen Livemarketer stärken. Ivo Franschitz sitzt für den österreichischen Verband EMBA im Board of Directors. Er hat uns mehr Ziel und Aufgaben der LiveCom Alliance erzählt.

Interview: Christoph Berndl



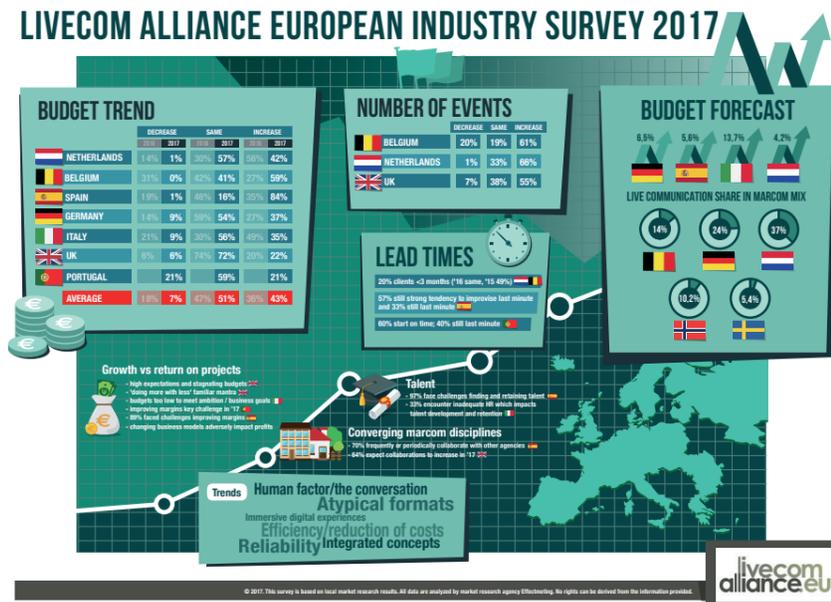
Messe & Event: Sie sitzen als Vertreter des Event Marketing Board Austria (EMBA) in der LiveCom Alliance. Was genau ist die Aufgabe dieses europäischen Dachverbandes?

Ivo Franschitz: Die LiveCom Alliance sieht sich als paneuropäisches Dach über die einzelnen, nationalen Event- & Livecom-Verbände. Nach dem Motto „Gemeinsam anstatt einsam“ dient sie als verbindende Kommunikationsplattform für die nationalen Verbände, deren Aktivitäten und Ziele. Das heißt, es geht darum, intern voneinander zu lernen und extern miteinander eine stärkere Stimme für unsere Business-Events- und Live-Kommunikationsbranche zu sein oder auf englisch: „Showing relevance & demonstrating competence.“

Wie setzt sich der Dachverband zusammen?
In nur knapp 1,5 Jahren ist die Zahl der Mitglieder in der LiveCom Alliance bereits auf zehn nationale Verbände gewachsen. Derzeit dabei sind: ACC (Belgien), AEVEA (Spanien), APECATE (Portugal), Club degli Eventi (Italien), EMBA (Österreich), EV-COM (UK), expo event (Schweiz), FAMAB (Deutschland), IDEA (Niederlande) und LEVENEMENT (Frankreich). Geführt wird der Verband von Maarten Schram, Ideengeber und Gründer der LiveCom Alliance. Unterstützt wird er von einem dreiköpfigen Board of Directors mit Jan Kalbfleisch (FAMAB), Jaime Sánchez (AEVEA) und mir als Vertreter der EMBA.

Welche Ziele verfolgen die heimischen Live-Marketing-Spezialisten auf europäischer Ebene?

Es ist ein bewusstes über den „geografischen Tellerrand“ hinausschauen, mit



dem Ziel, die österreichische Branche in ein europäisches Gesamtbild einzubringen und die einzelnen Agenturen auf Europa-Ebene zu vernetzen.

Wie stark ist Österreichs Stimme im Konzert der europäischen Live-Marketer?

Unabhängig von den einzelnen Strukturen und Größen der europäischen Verbände ist jede Stimme gleichwertig und wichtiger Bestandteil des europäischen „Branchen-Chors“.

Gibt es bereits konkrete Kooperationsprojekte zwischen der EMBA und anderen europäischen Verbänden?

Gemeinsame Projekte waren bzw. sind unter anderem eine jährliche, europäische Branchenstudie, die Schaffung eines einheitlichen, europäischen „Code of contact/ethics“ für die Branche sowie europaweite, vereinheitlichte „Pitch guidelines“.

Was sind aus Ihrer Sicht die wichtigsten strategischen Ziele zur Weiterentwicklung der österreichischen Live-Marketing-Branche auf Europa-Ebene?

Einem europäischen Denken muss ein europäisches Handeln folgen. Unsere österreichische Branche hat diesbezüglich auch schon die ersten Schritte gesetzt. Durch die LiveCom Alliance gibt es nun eine Plattform dafür und es entstehen Strukturen, die diesen Prozess unterstützen, beschleunigen und professionalisieren werden.

Vielen Dank für das Gespräch.

JETZT WIRD WIEDER EINGEREICHT:

Wann holen Sie sich Ihren Award?

Freilich, begeisterte Kunden und Gäste einer Veranstaltung sind für alle in der Branche das eigentliche Salz in der Suppe. Aber so ein schmucker Award im Regal macht sich auch nicht schlecht. Hier drei Möglichkeiten für das Benchmarking in der Livekommunikationsbranche.

Redaktion: Christoph Berndl



Global Event Awards 2019

Die Global Event Awards werden zum 9. Mal verliehen. Ausgezeichnet werden Kreativität, Innovation und Effektivität in der Branche. Insgesamt gibt es mehr als 100 Kategorien in sieben Hauptgruppen. Wer bis zum 31. Juli einreicht, profitiert von der reduzierten Nenngebühr. Danach steigt die Teilnahmegebühr.

Besonderheit: Die Zeremonie der Eventex Awards 2019 soll laut Veranstalter noch größer und besser werden. Gleich bleibt aber, dass sie, wie auch schon 2018, zu 100 Prozent online stattfindet! Zuvor gab es jedes Jahr eine elegante Gala. Die Entscheidung, die Zeremonie gänzlich in die digitale Welt zu verlagern, hat sich jedenfalls bezahlt gemacht. 2018 konnten mehr als 15.000 Event-Profis erreicht werden. Außerdem gab es jede Menge Social-Media-Buzz.

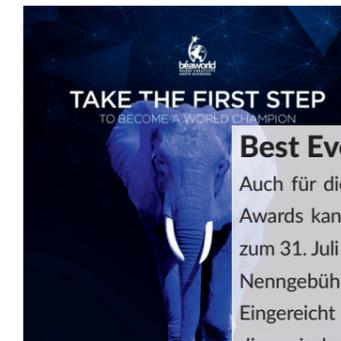
www.eventex.co/register



Seit 22 Jahren gehört der Austrian Event Award zum Fixtermin für die österreichischen Live-Marketer. Eingereicht werden können Events, die zwischen dem 1. Jänner 2017 und dem 31. August 2018 in Österreich stattgefunden bzw. begonnen haben oder von einer österreichischen Agentur im Ausland veranstaltet wurden.

Heuer neu: Award für die Best Event Location
Die Verleihungsgala findet Anfang Dezember in Wien statt.

www.eventaward.at/award



Best Event Awards 2018

Auch für die 13., jährlich vergebenen, Best Event Awards kann bereits eingereicht werden. Wer bis zum 31. Juli einreicht, profitiert von der reduzierten Nenngebühr. Danach steigt die Teilnahmegebühr. Eingereicht werden können internationale Events, die zwischen 1. August 2017 und 31. Juli 2018 stattgefunden haben. Bei Roadshows muss zumindest ein Tourstopp in den oben genannten Zeitraum fallen.

Heuer neu: die Best Location Awards
Verliehen werden die Awards im Rahmen des Bea World Festival – The International Festival of Events and Live Communication – von 21. bis 24. November in Coimbra, im Zentrum Portugals.

www.beaworldfestival.com/event-call-entries

ÖMG-Marketing-Buch Nr. 14 Audience Development

Die beiden haben es wieder getan: Dr. Bernhard G. Förg und Christian Spath haben sich erneut als Autoren für die Österreichische Marketing-Gesellschaft (ÖMG) zusammengesetzt. 2005 griffen sie erstmals im deutschen Sprachraum das Thema Storytelling als Marketing-Instrument auf. Damit waren sie richtungsweisend für die gesamte Kommunikationsbranche. Jetzt verfassten sie gemeinsam den jüngsten, 14. Band der ÖMG-Buchreihe. Auch diesmal setzen sie dabei auf einen Bereich im Marketing, der hierzulande noch recht unbekannt ist. Unter dem Titel „Audience Development – Vergiss Zielgruppen, höre auf dein Publikum“ beleuchten Förg und Spath die, durch das Internet bedingte, notwendige Weiterentwicklung der kommunikativen Beziehungsarbeit zu Kunden, Interessenten und Mitarbeitern. Zur Präsentation des neuen Buchs lud die Österreichische Marketing-Gesellschaft ihre Mitglieder und ausgewählte Marketing-Fachleute ins Vienna Ballhouse. Gemeinsam mit Gabriele Standek, Vizepräsidentin der ÖMG, Mastermind der gesamten Buchreihe und Moderatorin der Präsentation, diskutierte eine prominente Runde zum Thema. Auf dem Podium waren neben den Autoren Förg und Spath auch Partner, die im Buch ihren persönlichen Zugang zu dem Thema beschrieben hatten: Roswitha Handl, Teil der cinnamon GF Österreich – einer der größten und erfolgreichsten Personaldienstleister im deutschsprachigen Raum –, Michael Hackl, im Bereich des Qualitätsmanagements und der Produktentwicklung in der pharmazeutischen Forschung tätig und auch als Zirkusdirektor der Schmiede Hallein, und last but not least Michael Volpe, einer der bekanntesten Verkaufserfolgs- und Motivationstrainer dieses Landes.



„Audience Development – Vergiss Zielgruppen, höre auf dein Publikum“
echomedia Buchverlag, 192 Seiten, € 19,80
ISBN: 978-3903113398

Erschienen ist das Buch übrigens im echomedia Buchverlag. Dessen Leiterin, Ilse Helmreich, freute sich über ein weiteres Marketing-Buch, das „federführend mit einem neuen Thema auf dem Markt aufpoppt“. Claudia Schabata, Marketing-Leiterin der IP Österreich, freute sich darüber, dass der Medienvermarkter von RTL von Beginn an als Sponsor diese Content-Initiative der Marketing-Gesellschaft unterstützt.