

CINTELLIC GmbH
Remigiusstraße 16
53111 Bonn

Pressekontakt:
Stephan Klein
presse@cintelllic.com
Telefon: +49 228 92 65 18 20

CINTELLIC Consulting Group

Bonn, 24.04.2018

Texas Disruption: Was deutsche Veranstalter von der Konferenz South-by- Southwest lernen können

Die Digitalisierung stellt neue Anforderungen an Veranstaltungen: Wo weit über den Horizont hinaus gedacht werden soll, dürfen Veranstaltungsformate den Horizont nicht begrenzen.

Der fachliche Austausch und das persönliche Netzwerken standen bisher im Vordergrund, wenn wir unsere kostbare Zeit in Reisen und Events steckten. Die Digital-Konferenz South-by-Southwest (Austin/Texas, USA) im März diesen Jahres hat uns jedoch gezeigt, dass viel mehr möglich und nötig ist: Irritation, Perspektivwechsel und Inspiration. Muss man sich dafür auf den Weg nach Texas machen oder geht das auch in Deutschland? Und warum ist das wichtig?

Was kann die SXSW, was wir in Deutschland nicht können?

Die zwanzigköpfige Reisegruppe, allesamt Fachleute aus dem digitalen Kundenmanagement, war sich einig: Die South-by-Southwest war eine der inspirierendsten Veranstaltungen, die man je erlebt hatte.

Das Fazit: Diesen hohen Grad der Inspiration kann man sich in Deutschland nur wünschen. Denn er wird dringend gebraucht. Die Digitalisierung stellt auch an uns Fachleute neue Anforderungen, zum Beispiel an die Fähigkeit der Einordnung neuer Entwicklungen, an unser Antizipationsvermögen, unsere Phantasie und an unsere Agilität. Der rein fachliche und persönliche Austausch, den wir in Deutschland von Veranstaltungen gewohnt sind, reicht nicht mehr. Wir wünschen uns Events, die größer gedacht sind, die überraschen und entführen.

3 Dinge, welche die SXSW so erfolgreich machen und von denen wir uns mehr für unsere eigenen Branchenveranstaltungen wünschen

1. Themen weiter fassen: Die South-by-Southwest bringt die Themen Musik, Film und Digitales an einen Ort. Entsprechend bunt ist das Programm. Neben fokussierten Fachvorträgen gibt es auch Sessions, bei denen die Themen verknüpft wurden. So ließ sich beispielsweise Tesla-Gründer Elon Musk vom britischen Drehbuchautor Jonathan Nolan interviewen. So könnte das auch in Deutschland gelingen: Veranstalter von Kultur und Wirtschaft finden eine Interessenschnittmenge und entwickeln ein neues Kongressformat. Das ist denkbar, weil die Digitalisierung jeden angeht.

2. Teilnehmer-Mix als Teil der Veranstalter-Leistung: Während wir auf unseren Veranstaltungen meist nur die uns längst bekannten Kollegen treffen, sorgte die Kombination aus Kultur- und Digital-Events für ein entsprechend breites und vielfältiges Publikum. Diese erfrischende, bereichernde Vermischung verschiedener Business-Kulturen ermöglichte erwartete Kontakte und Perspektivwechsel.

3. Die Location als Zugpferd und Programmbestandteil: Die ganze Stadt Austin war Austragungsort für verschiedene Events unter dem Dach der SXSW. Unternehmen hatten Häuser in der Innenstadt angemietet, in denen Präsentationen stattfanden. Wenn man sich von einer Eventlocation zur anderen bewegte, lernte man zwangsläufig die Stadt und ihre Bewohner kennen.

Es hatte den Anschein, dass sich die gesamte Stadt einschließlich Gastronomie und Kulturstätten auf die SXSW eingelassen hatte. Freie Drinks, Sitzgelegenheiten, freies WLAN und Austausch mit anderen Menschen – immer und überall. Ein Event, das in die DNA der Stadt gewachsen ist. Was wir als Wunsch an Veranstaltungen in Deutschland mitgenommen haben: Wenn sich Menschen geistig öffnen sollen – und das ist eine zentrale Anforderung im Zusammenhang mit der Digitalisierung – muss auch die Location Offenheit ermöglichen. Wo weit über den Horizont hinaus gedacht werden soll, darf der Horizont nicht durch die Location begrenzt werden.

Zeichen (nur Artikel) inkl. Leerzeichen: 3.578

CINTELLIC GmbH

Remigiusstraße 16
53111 Bonn
www.cintelllic.com
Telefon: +49 228 92 65 18 20

V.i.S.d.P.g.: Dr. Jörg Reinhardt

Hintergrund

Die 2010 gegründete CINTELLIC Consulting Group ist eine auf digitales Kundenmanagement spezialisierte Unternehmensberatung, die ihre Klienten vom ersten Konzept bis zur Umsetzung in der Praxis ganzheitlich begleitet. An den Standorten in Bonn, Frankfurt am Main und München arbeiten rund 50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Klienten zählen DAX-Konzerne, führende mittelständische Unternehmen und insbesondere zahlreiche sogenannte „Hidden Champions“ mit den Branchenschwerpunkten Banken und Versicherungen, Telekommunikation, IT, Medien, Unterhaltung, Handel, E-Commerce, Versorger und Logistik. www.cintelllic.com