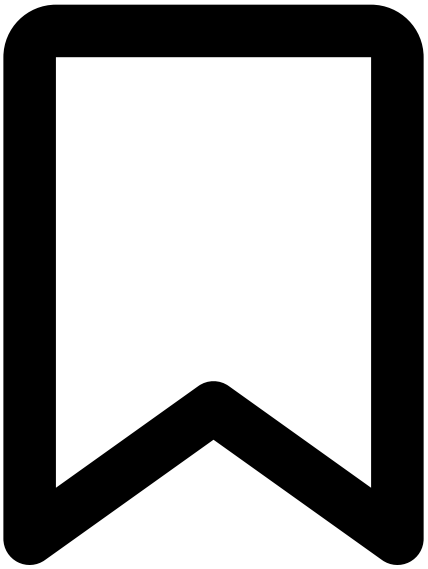
NRWZ.de
"Mike Wutta von der Trendfactory setzt auf digital – aber nur als Ergänzung", Veröffentlicht: Samstag, 28. März 2020, 9.03 Uhr



Mike Wutta von der Trendfactory setzt auf digital – aber nur als Ergänzung

Sonja Rajsp-Lauer (sra)
Live-Events werden durch digital ersetzt? Nein, das werden sie nicht, glaubt Mike Wutta, Geschäftsführer der Trendfactory Marketing- und Veranstaltungsagentur in Rottweil.

„Die Eventbranche hat die Corona-Krise als Erstes getroffen, und das mit voller Wucht: Hundert Prozent Absagen und Stornos“, erzählt Wutta. Sonst, in der Euro-, der Banken-, der Finanzkrise, habe man immer nur Auswirkungen gespürt. Trotzdem: Man habe ruhig und besonnen reagiert. „Die Krise ist jetzt wohl überall angekommen. Jeder hat sich akklimatisiert mit der Situation“, glaubt Wutta. Momentan sei das Team beschäftigt: mit dem Kraftwerk, mit Equipment reparieren, mit baulichen Sachen. Aber: „Keiner weiß, was ist der Ausblick – die Planungssicherheit fehlt.“

Und nicht
nur dass die Veranstaltungsbranche als erstes getroffen wurde – „wir werden’s
auch am längsten merken“, prophezeit Wutta. „Andere Maßnahmen werden gelockert
werden – Restaurants, Schulen, Einzelhandel. Aber Konzerte und Fußball – bis da wieder alles normal ist, das wird
dauern.“

Zum Glück
kann die Trendfactory auch digital. Man mache viel für Mobilcom Debitel, Telefonica, SAP und sei daher sehr digitalaffin. Nach dem sozialen Entzug wird's anders werden. Digital wird wichtiger sein. Blogger, Streams, Events kommentieren… werde sicher noch einen größeren Umfang einnehmen und manches ersetzen, aber „das Zusammenkommen von Personen ist nicht ersetzbar", ist sich Wutta sicher, denn „da entsteht Vertrauen und kreative Ideen. Virtuell ist ergänzend."

Was die Trendfactory derzeit beschäftigt

Wie bringt
man live Plattformen rüber, damit es snackable content ist? Wie lange bleiben die Leute bei einer digitalen Geschichte dran, wann sind sie weg?

„Einfach
live streamen wird nicht funktionieren, weil beim Wegklicken die Hemmschwelle viel geringer ist als bei einer Veranstaltung aus dem Raum zu gehen."
Aufmerksamkeit digital zu halten sei viel schwieriger.

Es braucht neue Formate

Letzte Woche
habe man eine 3.500-Teilnehmer-Veranstaltung kurzfristig von live auf virtuell umgelenkt. Dafür habe man ein spezielles Format entwickelt: Talk statt Keynote, danach verschiedene Online-Seminare und Möglichkeiten zum Interagieren über Voting. Dazu komme die Möglichkeit, das on demand zur Verfügung zu stellen. „Der Content muss halt super sein", sagt Wutta, denn „Streams im Internet gibt's genug. Die Qualität wird entscheidend sein."

Trendfactory digital only?

„Rein digital
– nein. Unser Kern war immer, die Plattformen zu bilden, wo sich Menschen

treffen“, so Wutta. 25 Jahre strahlende Augen bei Live-Events vergisst er nicht – nur digital ist nix für Wutta. „Es ist kein entweder-oder, es ist ein und“, so sein Fazit.