



NEXTLIVE.FESTIVAL auf Auftraggeber:innen von Events

Die Corporate Marketing- und Event-Community trifft sich erstmalig in Wiesbaden

Das NEXTLIVE.FESTIVAL für die Corporate-Marketing- und Event-Community feierte am 21.11.2023 seine erfolgreiche Premiere mit internationalen Expert:innen und spannenden Zukunftsthemen im RMCC Wiesbaden.

Am 21. November 2023 fand das erste NEXTLIVE.FESTIVAL für Auftraggeber:innen von Events im RMCC in Wiesbaden statt. An diesem Tag drehte sich alles um die Top-Themen **Nachhaltigkeit, Event-ROI und Digitalisierung**. Die Teilnehmenden erlebten einen Tag voll mit Wissenstransfer, neuen Impulsen und Kontakten. Insgesamt wurde die Veranstaltung von 170 Gästen besucht, mit dabei waren namhafte Marken wie z.B. Aareal Bank, die Deutsche Bahn AG, die Grohe AG, Bierbrauer KNÄRZJE, die Nassauer Sparkasse, NIO Deutschland, Lebensmittelkette Penny Markt, die R+V Allgemeine Versicherung AG, RX Global, Samsung, Siemens, T-Systems, die Volkswagen AG und viele andere Marken und Unternehmen, die Live-Events fest in ihrem Marketing- und Kommunikationsmix verankert haben.

Die Veranstaltung richtete sich an Marketing- und Event-Entscheider:innen aus Wirtschaft und Industrie, sowie aus öffentlichen Einrichtungen und anderen (Non-Profit) Organisationen. Außerdem kamen Mitarbeitende aus Unternehmensbereichen, wie HR, Vertrieb, Marketing, CRM und Brand-Experiences nach Wiesbaden, die im Kontext zu ihren Tätigkeitsbereichen mit Veranstaltungsplanung befasst sind. Zu den ausgewählten Themengebieten gingen Expert:innen in den Austausch.

„Die Relevanz von Markenerlebnissen hat extrem zugekommen“

Den Veranstaltungsauftritt bildete das Grußwort der Stadt Wiesbaden: „Die Idee von NEXTLIVE, eine eigene Veranstaltung mit Schwerpunkt auf Wissenstransfer zu kreieren hat uns von Anfang an überzeugt. Business Festivals wie das NEXTLIVE.FESTIVAL sind Formate, die Themen erlebbar machen, den Austausch fördern und Produkte greifbarer machen. Die letzten Jahre, auch verstärkt durch die Pandemie, haben gezeigt, dass es uns Menschen nicht nur um bloße Wissensvermittlung geht. Wir überlegen uns mehr denn je, wie wir unsere Zeit einsetzen und mit wem und was wir diese verbringen wollen. Teilnehmende wählen heute unter Veranstaltungen gezielter aus, wollen inspiriert und emotionalisiert werden. Die Relevanz von Markenerlebnissen hat extrem zugenommen. Daher sind wir besonders stolz mit einem Partner wie NEXTLIVE, der Live-Kommunikation und Experience-Marketing lebt, zusammen zu arbeiten“, sagt Christiane Seelgen, Prokuristin für Digitalisierung im RMCC, Partnerlocation des Festivals.



MasterKeynote ‚The Circle of Live‘ mit Internationalen Expert:innen

Im Anschluss an die Grußworte startete das Business-Festival mit der einstündigen MasterKeynote ‚The Circle of Live‘. NEXTLIVE Mitbegründer Sjoerd Weikamp führte dabei zunächst durch die ‚Evolution von Live-Kommunikation und Experience-Marketing‘. Diesen Exkurs gestaltete er gemeinsam mit einem der führenden Live-Marketing-Experten: Colja M. Dams, CEO der Agentur VOK DAMS worldwide, die unter anderem für und mit Marken und Unternehmen, wie BMW, IBM oder Porsche arbeitet. Der international renommierte Agenturchef beleuchtete innerhalb der MasterKeynote die Trends und Entwicklung von Live-Events und wagte dabei einen Ausblick auf die Markenerlebnisse von morgen. Ein weiteres Highlight der MasterKeynote bildeten zwei internationale Koryphäen. Buchautor und Fortune Top-500 Berater Joe Pine erläuterte den Übergang von der Experience-Economy zur Transformation-Economy und der international renommierte Event-Tech-Experte Julius Solaris zeigte u.a. auf, wie KI, Web3 und immersive Tools die Markenerlebnisse im Rahmen von Live-Events zukünftig verstärken werden. Ein weiterer Schwerpunkt der MasterKeynote war der Themenbereich Nachhaltigkeit: 2bdifferent steht für Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft und stellte im Rahmen der Keynote vor, wie sie NEXTLIVE in den nächsten Jahren zu einer nachhaltigen Plattform für die Corporate-Marketing- und Event-Community machen will. Sabine Böhling, Buchautorin und Dozentin für Nachhaltigkeit an der Hochschule Fresenius sprach in dem Zusammenhang über die 17 SDGs. Abgerundet wurde die MasterKeynote von Georgina Treen, Marketing Events Spezialist bei NIO Deutschland. Nach dem deutschen Marktstart hat der Hersteller von KI-gesteuerten Elektroautomobilen im vergangenen Jahr seine ersten Stores eröffnet. Der Theorie von Joe Pine folgend - Menschen investieren heute lieber in das (Marken-) Erlebnis als in Produkte selbst - setzt NIO in seiner Customer-Journey vor allem auf Community-Building. Das NIO HOUSE ist ein offener, einladender Raum für die User der Marke sowie deren Community: eine Eventlocation, ein Co-Working-Space und ein Raum für Begegnung und das gemeinsame Erlebnis.

Internationale Nachhaltigkeitsdebatte ‚On our way to Net Zero Carbon Events‘

‚How to create brand experiences with impact‘: Das Leitthema beim ersten NEXTLIVE.FESTIVAL für Marketing- und Event-Budgetentscheider:innen aus Wirtschaft und Industrie widmete sich drei Themenschwerpunkten, einer davon war das Thema Nachhaltigkeit. „NEXTLIVE hat sich das Ziel gesetzt, in den nächsten Jahren zu einer nachhaltigen Community-Plattform für Marketing- und Event-Budgetentscheider:innen zu werden. Unser Startpunkt ist das diesjährige Festival. Und wir sind in diesem Kontext ganz besonders froh, dass wir das RMCC Wiesbaden als Locationpartner für unsere jährliche Veranstaltung gewinnen konnten. Denn hier befinden wir uns in einem den nachhaltigsten Gebäuden der Bundesrepublik Deutschland. Außerdem konnten wir 2bdifferent als strategischen Nachhaltigkeitspartner für NEXTLIVE gewinnen. 2bdifferent steht für Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft“, sagt Hans Schriever, Gründer von NEXTLIVE.



Wie ernst NEXTLIVE es mit seinen Nachhaltigkeitsplänen meint, wurde auch bei der inhaltlichen Gestaltung des Festivals klar. Neben zahlreichen Keynotes, MasterClasses, Impulsvorträgen und Expert-Breakouts bildete die große Nachhaltigkeitsdebatte einen thematischen Schwerpunkt des Festivalprogramms. Zahlreiche Expert:innen aus unterschiedlichsten Wirtschaftsbereichen diskutierten eines der relevantesten Themen der Veranstaltungswirtschaft in einer 1,5-stündigen Debatte.

Corporate Brands diskutieren mit Event-Expert:innen

„Auf unserem Weg zu 'Net Zero Carbon Events' haben uns viele Partner:innen und Expert:innen unterstützt und das Thema Nachhaltigkeit aus sehr heterogenen Perspektiven betrachtet“, sagte NEXTLIVE Mitbegründer Robin van Leeuwen.

DRPG unterstützte das NEXTLIVE.FESTIVAL mit einer eigens entwickelten Nachhaltigkeits-App, die Dagmar Mackett innerhalb der Debatte vorstellte. Claudia Köhler Dams, Corporate Vice President beim VOK DAMS worldwide, beleuchtete Diversität, Gleichheit und Inklusion im Rahmen von Live-Events. Der österreichische Event-Experte Ivo Franschitz ergänzte den Inklusionsgedanken am Fallbeispiel des Vienna City Marathons, Österreichs größtes Sport-Event. Ein weiterer Schwerpunkt innerhalb der Debatte lag auf dem Thema ‚New Mobility & Events‘. Mit dabei waren Philipp Kühn, Leiter Marketingstrategie & Kommunikation bei der Deutschen Bahn, Lisa Rupprecht von traffiQ, die einen Einblick in die Pläne rund um den #ÖPNV in der Wirtschafts- und Eventmetropole Frankfurt am Main gewährte, Buchautorin und Dozentin Sabine Böhling, die kürzlich erst gemeinsam mit Colja Dams das Buch ‚Nachhaltige Events agil umgesetzt‘ veröffentlichte, Georgina Treen von NIO Deutschland, einer ‚Community driven brand‘ für KI-basierte Elektromobilität.

Ein weiteres Highlight in der großen Nachhaltigkeitsdebatte war das Thema ‚Foodwaste‘. Dan Anthes ist selbsternannter ‚Sustainable Ninja‘ und ‚Chief Food Lover‘, vor allem aber ist er der Gründer des innovativen Getränke Start-ups Knärzje. Er erklärte innerhalb der Debatte, wie man aus altem Brot frisches Bier braut, um den Durst von Eventteilnehmenden nachhaltig zu löschen. Vorweg gegangen war eine aktuelle Studie der Universität von Wageningen, die besagt, dass die Hälfte aller Lebensmittel bei Events mit Buffets im Abfall landet. Gorazd Čad aus Slowenien inspirierte die Teilnehmenden der Nachhaltigkeitsdebatte mit der Conventa Experience, die beim BEA World Festival als nachhaltigstes Event der Welt ausgezeichnet wurde. Neuroforscher Martin de Munnik vom Institut Neurensics Amsterdam zeigte uns, was Nachhaltigkeit im Gehirn von Veranstaltungsteilnehmenden auslöst. Jörn Busch, Managing Partner der satis&fy AG, erklärte in der Debatte, wie er über Nachhaltigkeit als gelebte Unternehmenskultur den Weg zu ‚Net Zero Carbon Events‘ gestaltet. Und Jorg Zeissig, Fachvorstand beim fwd - Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft zeigte auf, was der sechstgrößte Wirtschaftszweig in der Bundesrepublik alles tut, um sich nachhaltig für die Zukunft aufzustellen.



Event-ROI: From Experience- to Transformation-Economy

Ein weiterer Themenschwerpunkt des Festivals lag auf der Experience- und Transformation World. Hier stand der Event-ROI im Fokus. Eines der Themen-Highlights dort: Die MasterClass ‚ROI lessons learned from the automotive industry‘. Rolf Schumann, bei Škoda Auto über 20 Jahre lang verantwortlich für die globale Markenkommunikation, stellte dabei die Frage in den Raum, ob wir uns tatsächlich noch mehr auf den harten Return on Invest konzentrieren sollten oder ob es nicht doch um ganz andere ‚Event-KPIs‘ geht. Die Teilnehmenden erhielten dabei Einblicke in inspirierende High-Impact Events und erlangten darüber hinaus eine ganz andere Perspektive auf den ROI von Events. In seiner Keynote ‚Event-ROI zwischen Performance und Purpose‘ ermöglichte Jörg Taubitz vom Schweizer ESB-Marketing-Netzwerk Einblicke in das Experience-Marketing Barometer 2023. Dabei wurde deutlich, dass der Spagat zwischen messbaren Marketing-Ergebnissen und Purpose-Kommunikation zunehmend auch in der Live-Kommunikation und im Experience-Marketing angekommen ist. Der niederländische Neuroforscher Martin de Munnik gab Einblicke in die erste Studie, die wissenschaftlich belegte, dass Live-Kommunikation den größten Impact im Kommunikationsmix von Marken und Unternehmen hat und Live-Events in einer zunehmend digitalisierten Gesellschaft somit an Relevanz gewinnen.

So verstärken KI, Web3 und immersive Tools die Brand-Experience

Der dritte thematische Schwerpunkt beim NEXTLIVE.FESTIVAL war die Digitalisierung mit dem Fokus auf KI, Web3 und immersive Markenerlebnisse. In der MasterClass ‚Big Data, KI und Events‘ zeigte Prof. Dr. Dirk Hagen von der Dualen Hochschule Baden-Württemberg die wissenschaftliche Perspektive der zunehmenden Digitalisierung der Veranstaltungswirtschaft auf und beleuchtete dabei, wie sich Business-Events effizienter und effektiver nutzen lassen. Die MasterClass ‚Artificial Intelligence for Marketing‘ gab Aufschluss darüber, wie Marketing-Kampagnen mit ChatGPT und Midjourney miteinander verknüpft werden können, um kreative Prozesse im Marketing und Produktdesign effizienter zu gestalten. Diese MasterClass stieg dann im Rahmen des Expert-Beakouts ‚How to implement AI‘ tiefer in die Materie ein und zeigte welche Schritte Marketing- und Event-Expert:innen je nach Unternehmensgröße für den Einsatz von KI gehen müssen, um den bestmöglichen Erfolg für ihre Marke und ihr Unternehmen zu erzielen. Am Fallbeispiel der Universal Music Group skizzierte Frank Hahn in seiner MasterClass ‚Die Zukunft ist 3D‘, wie die Teilnehmenden die evolutionäre Veränderung des Internets hin zum Metaverse verstehen und gestalten können. Und Tom Inden-Lohmar erläuterte in seiner MasterClass, wie digitale Bildung für Erwachsene als Benefit gedacht werden können. Wie KI-basierte Performance Analysen von den ROI von Live-Events steigern kann, zeigte der Beitrag von Martin Jerulank von Live-Matters.

Experten Breakouts, u.a. mit Cases von Bosch, Deutsche Bahn und Haspa

Über den ganzen Tag verteilt fanden sogenannte Expert-Breakouts statt. „Dabei gehen Marketing- und Event-Expert:innen aus ganz unterschiedlichen Wirtschaftszweigen in den 1:1 Austausch mit den Teilnehmenden unserer Veranstaltung“, erklärt NEXTLIVE Chef-Redakteur Sjoerd Weikamp. Eines der Highlights: ‚How to change behavior with Mindset-Events‘. Hier erläuterten die Hamburger Expertinnen Mirja Dajani und Vaya Wieser-Weber von den Impulspiloten den Teilnehmenden an Cases von Bosch, Deutsche Bahn und HASPA, wie sie mit Events Verhaltensänderungen bei internen und externen Zielgruppen herbeiführen und dabei deinen Event-ROI optimieren.

Die ‚Experience Area‘ voller Inspirationen für Future Events

Innovative Marken, wie TINY SPACE, NERDISTAN, CARTOSEAT und KNÄRZJE gaben wichtige Impulse und Inspirationen für die Events von morgen.

Wie Marken und Unternehmen unterschiedliche Zielgruppen möglichst authentisch ansprechen, zeigte der Case ‚Mercedes-Benz – Brand Awareness 2.0‘ von Markus Zwilling. Wenn Kreativität auf Impact trifft, dann sind nicht selten niederländische Event-Expert:innen im Boot. ‚Events the Dutch way‘ zeigte, wie Kreativität zum Gamechanger für Events und Brand-Experiences wird. Im Expert-Breakout ‚LOLA goes Green‘ beleuchteten die Expert:innen von 2bdifferent die Antworten auf die drängenden Klimafragen unserer Zeit beim Deutschen Filmpreis. Und der Chef-Redakteur des slowenischen ‚Konges Magazine‘ Gorazd Čad zeigte am international prämierten Event ‚Conventa Experience‘, welche Rolle die Aufklärung der wichtigsten Interessengruppen sowie die Messung des CO2-Fußabdrucks für nachhaltige Weiterentwicklung des Events spielten. Zahlreiche Brand-Experiences, zum Beispiel von NIO, TINY SPACE, CARTOSEAT oder NERDISTAN inspirierten die Festival Teilnehmer:innen und lieferten Ideen für zukünftige Live-Events und Markenerlebnisse.

Teamspirit und Performance: Starke Partnerschaften

Für die erste Ausgabe des Festivals setzte NEXTLIVE auf Teamspirit und Performance. So entstanden starke Partnerschaften. Die Wiesbaden Congress & Marketing GmbH wurde zum Destination-Partner, das RMCC zum Location-Partner. 2bdifferent und DRPG begleiteten die erste Ausgabe des neuen Formats als Sustainable Partner, während die Deutsche Bahn sowie Automobilhersteller NIO sich als Mobility-Partner beim NEXTLIVE.FESTIVAL einbrachten. Die Brauerei Knärzje, die Hotelkette Dorint und Gauls Catering begleiteten die Veranstaltung in ihrer Rolle als Hospitality Partner. Sinus Event-Technik überzeugte als Technology-Partner mit einer reibungslos funktionierenden Veranstaltungstechnik. Van der Maarel Eventstyling, Bas De Boer Eventstyling, Cartoseat und die Party Rent Group verwandelten das RMCC in eine individuelle Eventlocation für Netzwerk, Inspiration und Wissensaustausch. Der Baltic Event Industry Club, das Schweizer ESB Marketing-Netzwerk, die slowenische Conventa Experience, die niederländische Plattform Eventbranche.nl und Let’s get Digital waren leistungsstarke Netzwerkpartner beim ersten NEXTLIVE.FESTIVAL für die Corporate Marketing- und Event-Community.



Stimmen zum NEXTLIVE.FESTIVAL

Das NEXTLIVE.FESTIVAL für Marketing- und Event-Budgetentscheider:innen zog eine sehr heterogene Zielgruppe in die Landeshauptstadt Wiesbaden. Marken und Konzerne kamen ebenso wie mittelständische Unternehmen, führende Agenturen, Verbände und Expert:innen aus der Wissenschaft sowie von Bildungs- und Forschungsinstitutionen. Was alle einte, war die Tatsache, dass sie im Rahmen ihrer Tätigkeiten mit der strategischen Veranstaltungsplanung zu tun haben. „Mit dem erstem NEXTLIVE.FESTIVAL für Auftraggeber:innen von Events haben wir eine solide Basis für die weitere Entwicklung dieses Formats geschaffen. Das positive Feedback vieler Teilnehmer:innen bestärkt uns darin, dass wir mit unserem Ansatz, eine Plattform für die Corporate Marketing- und Event-Community zu schaffen, auf der führende Expert:innen der Veranstaltungswirtschaft sich enger mit Auftraggeber:innen von Events verzahnen, absolut richtig liegen“, sagt Hans Schriever.

Robert Sarcevic, Vice President Communication Services, Siemens

„Eine wirklich gelungene Veranstaltung mit vielen interessanten Vorträgen, Präsentationen und Gesprächen mit brillanten und inspirierenden Menschen. Herzlichen Glückwunsch zu einer großartigen Erstveranstaltung.“

Rolf Schumann, Brand Booster Manager, Škoda Auto

„Top Content. Top Set Design. Top Team. Ergo: das war eine Top Veranstaltung. Und das alles aus dem Stand. Ich habe mich sehr wohlgefühlt. Der Termin 2024 ist schon in meinem Kalender.“

Christian Schaalo, Marktstrategie und Branchenkommunikation, Deutsche Bahn AG

„Super, was hier auf die Beine gestellt wurde: Das erste NEXTLIVE.FESTIVAL war ein gelungener Auftakt. Mir hat die Vielfältigkeit der Themen gefallen und ich konnte wichtige Impulse für anstehenden Projekte mitnehmen.“

Colja M. Dams, CEO, Vok Dams worldwide

„Es gehört Mut dazu, eine neue Konferenz für die Eventbranche zu schaffen. Der Auftakt ist NEXTLIVE gelungen: 170 der führenden Event Entscheider aus Unternehmen sind in Wiesbaden zusammengekommen. Wir haben uns sehr über den spannenden Austausch zu den bewegenden Themen unserer Zeit gefreut: Nachhaltigkeit und Digitalisierung. Nächstes Jahr ist VOK DAMS wieder dabei.“

Kolja Wiese, Geschäftsführer, NerdistanTV Berlin

„Es war ein wirklicher warmer und offener Austausch in Wiesbaden zu spüren. Durch viele andere Sicht- und Herangehensweisen wurde beim #DCP23 ein Nährboden für neue Ideen geschaffen.“



Sabine Böhling, Lehrbeauftragte, Hochschule Fresenius

„Das NEXTLIVE.FESTIVAL im RMCC Wiesbaden war für mich eine wunderbare Erfahrung. Ich habe dort viele Netzwerkpartner getroffen und konnte neue Kontakte knüpfen.“

Dagmar Mackett, Global Development Director, DRP Group

„Das NEXTLIVE.FESTIVAL im RMCC Wiesbaden war eine absolut erfrischende Veranstaltung für die Eventbranche, die ein Gefühl von Positivität und Inspiration vermittelte. Es gab eine gute Mischung an relevanten Themen, informativen Sessions und viel Möglichkeit zum Erfahrungs- und Meinungsaustausch. Zudem gingen die Organisatoren mit gutem Beispiel voran und zeigten, dass man Events absolut nachhaltig gestalten kann.“

Frank Hahn, CEO, RAVE.SPACE GmbH

„Das NEXTLIVE.FESTIVAL hat mir frische Impulse gegeben und war für mich eine fantastische Plattform für Networking und Wissensaustausch. Ich habe einige ausgezeichnete Kontakte mit Corporates geknüpft. Das Setup der Veranstaltung bot Raum für beides, Learning und Networking. Inhaltlich verknüpfte die Veranstaltung innovative Erkenntnisse mit praktischen Lösungen für Eventplanung und Markenerlebnisse. Ich bin 2024 auf jeden Fall wieder dabei.“

Christiane Seelgen, Prokuristin, RMCC – RheinMain CongressCenter

„An amazing event, great team and lots of important topics. Glückwunsch, liebes NEXTLIVE Team. Das Ambiente, die tolle Dekoration und das abwechslungsreiche Programm mit vielen Zukunftsthemen der Veranstaltungswirtschaft haben mich überzeugt. Wichtige Branchenkenner und Startups zu treffen war dabei mein persönliches Highlight. Das RMCC ist Partnerlocation und ich kann sagen, dass wir mit der Auftaktveranstaltung sehr zufrieden waren. Ich freue mich heute schon das NEXTLIVE.FESTIVAL 2024.“

Simon Rist, Senior Projektleiter, Sinus Event-Technik GmbH

„Wir sind beeindruckt von dem neuen Format und freuen uns sehr, das NEXTLIVE.FESTIVAL als Partner der ersten Stunde in der Planung und Umsetzung unterstützen zu dürfen. Die Zusammenarbeit war äußerst produktiv und hat uns große Freude bereitet, wir freuen uns schon jetzt auf die Fortführung der Partnerschaft im nächsten Jahr!“

Thorben Steenmanns, Leiter Serious Gaming & Business Development, OEGD GmbH & Co. KG

„Das Team um NEXTLIVE Gründer Hans Schriever bringt nicht nur Erfahrung aus ähnlichen Formaten in den Niederlanden mit, sondern vor allem Herzblut, Tatendrang und ein offenes Ohr für die Gäste. Da war viel Dynamik im Programm, gut zusammengestellte Speaker und Referenten und eine wirklich tolle Location. Sauberer erster Wurf im deutschen Raum! Das verspricht einiges für die #DCP24.“



Kerstin Feleki, Studentin, Hochschule Fresenius

„Das NEXTLIVE.FESTIVAL war für mich als Studierende unglaublich bereichernd. Ich erhielt wichtige Einblicke in die innovative Nutzung digitaler Tools für nachhaltige Veranstaltungen. Die Vorträge und Diskussionen über die Reduzierung des ökologischen Fußabdrucks von Events und die Integration von Technologie, um gleichzeitig eine großartiges Erlebnis zu bieten, waren äußerst interessant und aufschlussreich.“

Sarah Lange, Junior-Projektleiterin, DSM Olympia Leipzig

„Beim NEXTLIVE.FESTIVAL können sich motivierte Einsteiger:innen mit erfahrenen Größen der Marketing- und Eventszene die Hände reichen. Es kombiniert nicht nur Networking mit Wissen in Form von spannenden, zukunftsrelevanten Vorträgen, sondern kreiert einen Ort, an dem man gerne ist und gern wiederkommt.“

Prof. Dr. Dirk Hagen, Duale Hochschule Baden-Württemberg

„Das NEXTLIVE.FESTIVAL im RMCC Wiesbaden setzt neue Maßstäbe für die Branchen-Sektoren Event, Marketing und Brand Experience: Ein gelungener Mix aus anspruchsvollen Inhalten, erfolgreichen Networking-Möglichkeiten bis spät in den Abend - und das alles in einer wirklich innovativen, atmosphärischen Raumgestaltung. Ich bin gespannt und freue mich schon auf zweite Ausgabe!“

Martin de Munnik, Neuroforscher und CEO, Institut Neurensics Amsterdam

„Das NEXTLIVE.FESTIVAL war eine sehr gut organisierte Konferenz. Bei einer Erstveranstaltung gibt es natürlich immer auch ein bisschen Luft nach oben, das ist normal. Aber auch bei der ersten Ausgabe konnte ich schon wertvolle Kontakte knüpfen, und Networking ist eines der wichtigsten Elemente eines Kongresses.“

Daniel Anthes, Chief Food Lover und Geschäftsführer, Brauerei Knärzje GmbH

„Es freut mich sehr, dass sich das NEXTLIVE.FESTIVAL als Impulsgeber für die Events von morgen neben den Hype-Themen Digitalisierung & KI auch der großen gesellschaftlichen Herausforderung Nachhaltigkeit angenommen hat und hier speziell dem Thema ‚Zero Waste‘ eine Bühne geboten hat. Denn klar ist: Veranstaltungen sind ein großer Hebel zur Förderung der Soziologie-ökologischen Transformation.“

Oliver Breucker, CEO, Roover GmbH Metaverse Consulting

„Das NEXTLIVE.FESTIVAL war ein rundum inspirierendes Event. Spannende Masterclasses, innovative Location und vielseitige Möglichkeiten zum Networking. Mit unserer KI-Masterclass konnten wir die Begeisterung für KI bei den Zuhörern wecken und die Ideen in den Köpfen ankurbeln. Ein super Startschuss für das erste Festival dieser Art“.



Bedeutung und Schlüsselfunktion der Veranstaltungswirtschaft

Die Veranstaltungswirtschaft ist laut R.I.F.E.L. Studie mit rund 130 Mrd. Umsatz der sechstgrößte Wirtschaftszweig. 88,5% aller Events sind sogenannte wirtschaftsbezogene Veranstaltungen. Dabei kommt diesem Wirtschaftszweig eine Schlüsselfunktion zu. „Corona hat uns gezeigt, dass die Veranstaltungswirtschaft direkten Einfluss auf sagt Hans Schriever und ergänzt: „Mit der Plattform NEXTLIVE haben wir es uns zum Ziel gemacht, Auftraggeber:innen von Events künftig noch stärker mit den Expert:innen der Veranstaltungswirtschaft zu verzahnen, um diesen so relevanten Wirtschaftszweig im Schulterschluss in eine sichere Zukunft zu führen und dabei Herausforderungen, wie Nachhaltigkeit in der Veranstaltungswirtschaft und die Digitalisierung von Business-Events gemeinsam zu meistern. Gemeinsam mit der Wiesbaden Congress & Marketing GmbH und den zahlreichen anderen Partner:innen wollen wir das NEXTLIVE.FESTIVAL in den kommenden Jahren zu der führenden Plattform für Marketing- und Event-Budgetentscheider aus Wirtschaft und Industrie, aus öffentlichen Einrichtungen sowie anderen (Non-Profit) Organisationen machen. Wir freuen uns auf das NEXTLIVE.FESTIVAL 2024 im RMCC Wiesbaden.“

SAVE THE DATE: Das NEXTLIVE.FESTIVAL 2024

Das nächste NEXTLIVE.FESTIVAL findet am 21.11.2024 im RMCC Wiesbaden statt.

Über NEXTLIVE

Content, Events und Education: über diese drei Pfeiler versorgt NEXTLIVE Marketing- und Event-Budgetentscheider:innen mit relevanten Nutzwertinformationen aus Live-Kommunikation und Experience-Marketing. Das NEXTLIVE.FESTIVAL bildet einmal jährlich den Hotspot für die Corporate-Community der Auftraggeber:innen von Events.

Über die Wiesbaden Congress & Marketing GmbH

Die Wiesbaden Congress & Marketing GmbH (WICM GmbH) bietet Veranstaltungsplanenden mit dem RMCC eins der modernsten und nachhaltigsten Kongresshäuser in Deutschland, mit einer Kapazität für bis zu 12.500 Personen. Das Kurhaus Wiesbaden sowie das Jagdschloss Platte ergänzen mit Kapazitäten zwischen 500 bis 2.500 Personen das Produktportfolio um zwei Veranstaltungshäuser mit viel Geschichte. Die drei Häuser sind die idealen Locations für Veranstaltungen aller Art - von Messen über Kongresse bis hin zu Unterhaltungsveranstaltungen - und das in einem jeweils ganz besonderen Ambiente, mit exzellentem Service und dem Blick auf Nachhaltigkeit - unter anderem Green Globe Zertifizierungen.