"TECHNOLOGIEN BESSER VERSTEHEN"



Johannes Kleske ist Stratege und Geschäftsführer der Unternehmensberatung Third Wave. Er spricht regelmäßig auf Konferenzen und Events über die Digitalisierung und die Zukunft der Arbeit. Vor ein paar Jahren hat er Cognitive Cities, eine der ersten Konferenzen zum Thema Smart Cities in Deutschland mit organisiert.

Johannes Kleske is a strategist and **managing director** of the consulting firm Third Wave. He regularly speaks about digitalisation and the future of work at conferences and events. A few years ago he coorganised Cognitive Cities, one of the first conferences on the topic of Smart Cities in Germany.

http://tautoko.info/

■ CIM: Wie wirkt sich die Digitalisierung auf die Arbeitswelt aus und welche Probleme bringt das mit sich?

Johannes Kleske: Es wird derzeit viel über die Frage diskutiert, ob durch Automatisierung und digitale Technologien mehr Jobs zerstört als neue geschaffen werden. Dabei übersehen wir, dass es gerade in der Startup-Welt und der sogenannten oder Sharing Economy nicht um Automatisierung, sondern um Ausbeutung geht. Durch die Automatisierung und Datendienste ist bereits eine neue Arbeitsform entstanden: "der di-

gitale Hausmeister". Facebook oder Google sind nach wie vor auf die Hilfe von Menschen angewiesen, um ihre Datensätze "sauber zu halten". Bei Facebook z.B. sortieren Menschen die schlimmsten Inhalte aus. Diese Arbeit ist weitgehend unsichtbar, schlecht bezahlt und ohne jegliche Rechte. Es wird dringend Zeit, unsere Naivität im Umgang mit digitalen Technologien abzulegen und die dahinter liegenden Mechanismen besser zu verstehen.

Glauben Sie, dass die Automatisierung und Digitalisierung

"Better understanding of technologies"

Johannes Kleske explores the impacts of digitalisation on human behaviour. He warns against being naïve about digital technologies.

■ CIM: What impact is digitalisation having on the world of work and what problems does it imply?

Johannes Kleske: At present, the question is being much discussed whether automation and digital technologies are rather destroying jobs than creating new ones. But we tend to forget that especially in the world of start-ups and the so-called "gig economy" or sharing economy the issue is not automation but exploitation. Automation and data services have already created a new type of job: "the digital caretaker". Facebook or Google still need human assistance to

16 CIM 3/2016

Johannes Kleske setzt sich mit den Auswirkungen der Digitalisierung auf menschliches Verhalten auseinander. Er warnt vor Naivität im Umgang mit digitalen Technologien.

in der Kongresswirtschaft einen ähnlichen Effekt haben kann?

Ich glaube, dass auch die Kongresswirtschaft vor der Frage steht, wie sie die digitalen Möglichkeiten einsetzen will. Nutzt man sie, um sich kurzfristig finanzielle Vorteile zu schaffen, auch auf Kosten von anderen? Oder denkt man grundlegender über den Einsatz von Technologie nach, und was die längerfristigen Konsequenzen sind.

Mein größtes Problem in unserem Umgang mit dem Digitalen ist eine fast schon arrogante Naivität. Wir weigern uns, uns mit der Funktionsweise unserer Tools und Plattformen auseinander zu setzen. Wir freuen uns darüber, dass Google so passende Suchergebnisse liefert, sehen aber nicht, dass dafür jeden Tag die sogenannten Quality Raters für Hungerlöhne den Google Algorithmus trainieren und Spam aussortieren.

Für die Kongresswirtschaft stellt sich insbesondere die Frage, ob man in Zukunft von externen Technologieanbietern abhängig sein möchte oder ob man sich nicht selbst das Knowhow aufbauen möchte, um langfristig mehr Einfluss auf die Entwicklung zu haben. Übrigens: wo viel automatisiert und "entmenschlicht" wird, entsteht Nachfrage für die Gegenbewegung. Ich sehe auch in der Eventorganisation Marktpotenzial für serviceorientierte, individuelle Angebote, die bewusst den entgegengesetzten Weg gehen.

Teilen Sie die Auffassung, dass digitale Elemente wie Livestreams, Augmen-

keep their data sets "clean". At Facebook, for example, it is people who weed out the worst content. This work is largely invisible, underpaid and without any rights. It's high time we stop being naïve about digital technologies and try to better understand the mechanisms behind them.

Do you believe that automation and digitalisation will have a similar impact on the meetings industry?

I believe that the meetings industry is also faced by the question of how to use the digital possibilities. Should they be used for short-term financial gain, perhaps to the detriment of others? Or should one carefully consider the use of technology and its longterm impacts?

For me, the big problem about how we deal with all things digital is our almost arrogant naivety. We refuse to learn how our tools and platforms work. We are happy that Google delivers matching search results, but fail to realise that so-called "quality raters", working for a meagre pay, refine Google's algorithm and filter out spam for this purpose every day.

The question for the meetings industry, in particular, is whether it wants to be dependent on external technology providers in future or to build its own know-how and have more influence on the development in the long run. By the way: whenever things are automated and "dehumanised" so much, demand emerges for a counter-move-























































"Better understanding of technologies"

ment. In event organisation I also see market potential for serviceorientated individual offers that consciously go in the opposite direction.

Do you agree that digital elements like mobile devices, live streams, augmented reality etc. boost communication at events?

Like all other elements at a conference. digital elements are tools that can upgrade an event if used correctly. But using digital elements does not automatically make an event better.

What tools would you recommend to organisers and which would you rather advise against?

I would advise organisers to carefully consider what goals they want to achieve with their event and the different ele-

ments. All too often tools and digital elements are used simply because they are trendy at that moment.

But in my experience, conference attendees definitely appreciate digital services that offer a real added value for the event and don't just make the organiser look good.

You attend a lot of events, are often invited as a speaker. How much technology can meetings and conferences deal with in your

The most important thing for me as a speaker is that the basics work. Today, I have to ask what format the projector has at virtually

every conference. But it's not the technology that is the problem. It is merely a tool. The question is how well the organisers master this tool. So, I appeal to you, please make sure that the basics work first. A booth with virtual reality headsets cannot compensate for poor food. And annoyingly sluggish wi-fi all day won't make up for an e-voting tool.

> Will conferences and events become even more digital in future? I believe that events will offer a lot more

variety both in terms of organisation and business models in future. There will be conferences whose main goal is to produce content for the organiser. From live streams through lecture videos to interviews with the speaker and a lot more. The focus of the business model for this kind of event will be less on ticket sales and more on marke-

ting such contents. And attendees will take a back seat as a target group.

Simultaneously, there will also be more events that put a focus on face-to-face again. No live streams, no videos. Probably even fewer lectures but instead joint discussions and workshop ween these extremes. They will simply go unnoticed amid the abundance of possibilities. Christian Funk

sessions to further explore topics instead of just reporting about them. They will not just be about networking but about collaborating. Hackathons are a recent example of this kind of event. What will no longer work are half-baked events that lie somewhere bet-

18 CIM 3/2016

"A booth with virtual

reality headsets

cannot compensate for

poor food "

ted Reality, Mobile Devices usw. die Kommunikation auf Veranstaltungen fördern?

Digitale Elemente sind wie alle anderen Elemente der Konferenzveranstaltung Werkzeuge, die, richtig eingesetzt, eine Veranstaltung aufwerten können. Eine Veranstaltung wird aber nicht automatisch besser, nur weil sie digitale Elemente verwendet.

Apropos digitale Elemente: Zu welchen Tools würden Sie Veranstaltern raten? Und von welchen Tools würden Sie vielleicht doch eher abraten?

Ich würde Veranstaltern raten, sich genau zu überlegen, welche Ziele sie mit ihrer Veranstaltung und den verschiedenen Elementen verfolgen. Viel zu häufig werden Tools und digitale Elemente eingesetzt, weil sie gerade angesagt sind.

Nach meiner Beobachtung wissen Konferenzbesucher es aber durchaus zu schätzen, wenn die digitalen Angebote einer Veranstaltung echten Mehrwert bieten und nicht nur den Veranstalter gut aussehen lassen sollen.

Sie besuchen selbst viele Veranstaltungen, treten als Speaker auf. Wie viel Technik können Konferenzen und Meetings aus Ihrer Sicht vertragen?

Als Sprecher ist für mich in erster Linie wichtig, dass die Basics funktionieren. Ich muss heute noch bei fast jeder Konferenz nachfragen, welches Format der Beamer hat. Das Problem ist aber nicht die Technik. Sie ist nur ein Werkzeug. Die Frage ist, wie gut Organisatoren dieses Werkzeug beherrschen. Deswegen meine Bitte: erst sicherstellen, dass die grundlegenden Dinge funktionieren. Ein Stand mit Virtual-Reality-Brillen macht schlechtes Essen nicht wett. Und wer sich den ganzen Tag über das langsame WLAN ärgert, dem ist das digitale Voting-Tool recht egal.

Werden Events künftig noch digitaler?

Ich glaube, dass Veranstaltungen in Zukunft in ihrer Organisation und ihrem Geschäftsmodell noch deutlich vielfältiger werden. Da wird es Konferenzen geben, deren Hauptaufgabe es ist, Content für den Veranstalter zu produzieren. Vom Livestream über die Vortragsvideos bis zu Interviews mit den Sprecher und vieles mehr. Der Kern des Geschäftsmodells für diese Art von Veranstaltung wird weniger im Ticketverkauf und mehr in der Vermarktung dieser Inhalte liegen. Die Besucher treten dabei als Zielgruppe in den Hintergrund. Gleichzeitig wird es aber auch mehr Veranstaltungen geben, bei denen die Präsenz vor Ort wieder in den Mittelpunkt rückt. Keine Livestreams, keine Videos. Wahrscheinlich sogar weniger Vorträge, dafür mehr gemeinsame Diskussionsrunden und Workshop-Sessions, um Themen weiterzuentwickeln statt nur zu berichten. Hier wird nicht nur genetzwerkt, sondern kollaboriert. Hackathons sind ein aktuelles Beispiel für diese Art von Veranstaltungen. Was nicht mehr funktionieren wird, sind halbgare Events irgendwo in der Mitte zwischen diesen Extrembeispielen. Sie werden im Überangebot der Möglichkeiten einfach nicht mehr wahrgenommen. Christian Funk



events die anziehen.

Seit über 30 Jahren sorgen wir dafür, dass Ihre Events mit der neuesten Technik an Licht und Sound, sowie einer großen Portion Leidenschaft erlebbar werden.

Ob Messen, Industriepräsentationen, Illuminationen, Bühnenbau, Fashion-Shows oder Tagungen – Wir haben immer eine klare Mission: Die Umsetzung erfolgreicher Events, die Ihre Kunden anziehen, und Sie ihre rechte Licht rücken.

DDS Veranstaltungslogistik GmbH // Wierlings Hook 21 // 48249 Dülmen T +49 (0) 25 94 – 78 310 6 // F +49 (0) 25 94 – 78 310 80 info@dds-showtechnik.de // www.dds-showtechnik.de

