

Eventblogging und Ausstellerphobien

Guten Tag, wir sind die neuen Medien

„Hello, we're the official press team of the XY-fair, responsible for the online-appearance of this fair. May you've got a few minutes for an interview?“ Die Antwort darauf, in 70 Prozent aller Fälle: „Ah, yes of course, you do...what?“ So zumindest die Erfahrungswerte der Event-Blogger von [jam&chips](#). Das Team ist seit nunmehr knapp zwei Jahren auf verschiedenen Messen und Kongressen deutschlandweit unterwegs, um mit Video, Voicerecorder, Kamera, Notebook und Notizblock (sic!) von Veranstaltungen zu berichten. Die Bilanz: Es lassen sich von regionalen Fachmessen für Verpackungstechnik genauso gute Geschichten erzählen wie von großen Publikumsmessen für Unterhaltungselektronik. Nur hat man anscheinend Angst davor. Ein Blogartikel übers Bloggerprobleme.

Danke, aber ich bin bloggophob

„Oh, Fernsehen? Da mach' ich mich nur noch schnell etwas frisch“ sagt die Designerin, verschwindet hüpfend im Séparée und erscheint 20 Minuten später perfekt gestylt und frisch umgezogen zum 5-Minuten-Vodcast. Dass es hier um etwas anderes als konventionelles Messe-TV geht, hat sie noch nicht verstanden. Als eine halbe Stunde später der amerikanische Star-Innenarchitekt lässig auf dem Sofa sitzt und zwanglos aus dem Nähkästchen plaudert, wird schnell klar, dass der Umgang mit neuen Medien dort ungleich besser, vor allem unproblematischer, praktiziert wird. Und das Umdenken im Kopf schon vor längerer Zeit stattgefunden haben muss.

Was am eben genannten Beispiel augenscheinlich wird, ist nicht nur der kulturelle Graben im Umgang mit Medien generell, sondern auch die Unkenntnis von der Eigenart neuer Darstellungsformen: Weg vom Gesetzten, hin zum Authentischen. Viele Aussteller, Referenten, Fachleute und Besucher auf Messen können mit der Spontaneität des Augenblicks (noch) nicht so richtig umgehen. Dabei ist es genau das, was einen Messeblog letztendlich ausmacht. Das Lebendige, das Gefühl absolut „nah dran zu sein“. Wenn man sich als Blogger auf Messen bewegt, sind die Artikel, wenn sie online für jedermann abrufbar sind, selten älter als maximal eine halbe Stunde. Man sucht sich teilweise direkt auf dem Gelände einen Sitzplatz, textet los währenddessen der Tech-

nikaner die eben geschossen Fotos onlinefähig macht und schon - WLAN sei Dank - kann jeder, den es interessiert, etwas über das Signing des ersten Joint Implementation-Deals in Deutschland erfahren. So beispielsweise geschehen auf der weltgrößten Messe für Emissionshandel. Blogs bieten demzufolge nicht nur, wie von einigen kritisiert, Unterhaltung und Kommunikation, sondern auch Nutzwert. Wer das erst einmal erkannt hat, reagiert plötzlich ganz anders.

Wellenfeldsynthese leicht gemacht

Ortswechsel: In einem gut klimatisierten Raum mit schicker Holzpaneelierung spricht der Diplom-Ingenieur aus Zürich über Prinzip und Anwendung von Huygensschen Wellen zur Schallübertragung. Die anwesenden Fachleute nicken zustimmend oder notieren sich Details zur Wellenfeldberechnung. Obwohl das Thema fachlich sehr komplex gehalten ist, wird eine große Zahl Konzert- oder Kinobesucher über kurz oder lang damit in Berührung kommen. Wie kommuniziert man aber so einen unhandlichen Brocken Ingenieurskunst? In einem 5-Minuten-Vodcast? Nichts besser als das! Und der Interviewpartner freut sich sichtlich über die neuartige Gelegenheit, kurz und komprimiert den Kern seiner Forschung verständlich weiterzugeben. Dazu brauch es keinen Pressetermin, keine Vertagungen auf unbestimmt. Der Blogger ist, damit das mal klar ist, der Unkomplizierteste aller Journalisten. Einer, mir dem man reden kann.

Vielleicht liegt da aber auch das ureigentliche Problem begraben: Blogger als Informationsdienstleister nicht richtig ernst zu nehmen. Durch die jüngste CeBit texteten sich nicht nur fachkundige Neumedianer. Zitat aus einem Blog: „Nette Gelegenheit dachte ich, fahr ich dann doch mal hin, mach ein paar nette Fotos und schreib ein wenig was dazu...“ So nicht. Blogger auf Messen sind und sollten in erster Instanz fachkundige Journalisten sein. Alles andere bringt (bis auf vielleicht paar lustige Grimassen am Cocktaillstand) niemandem wirklich etwas. Und fördert nicht unbedingt, die Hemmschwelle Bloggern gegenüber verschwinden zu lassen.

Links zum Artikel: www.event-blogger.de | blog.tuningworldbodensee.de
www.mediasystems-blog.de | zur Xing-Fachgruppe