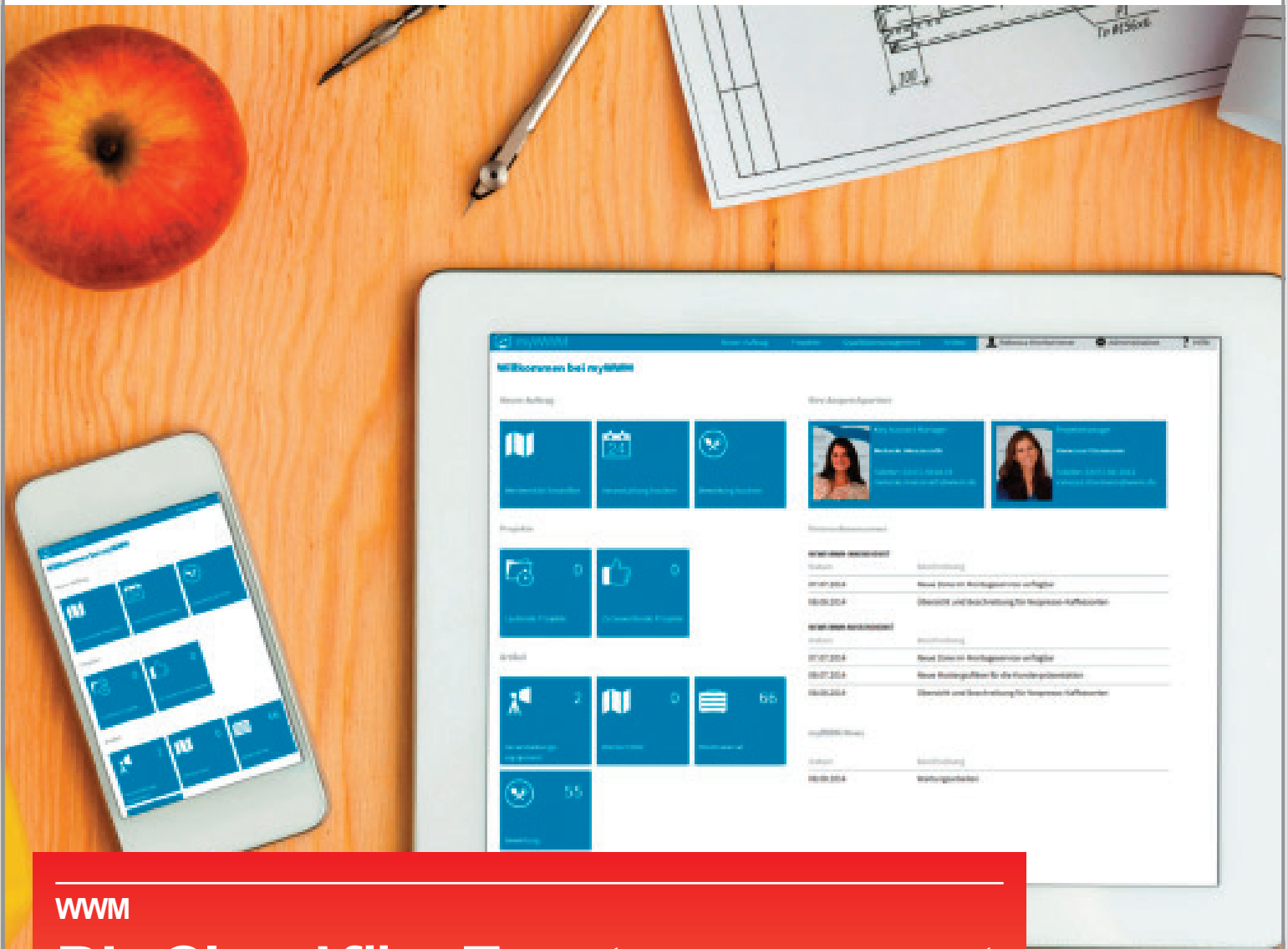


FACHMAGAZIN FÜR EVENT-MARKETING

# EVENT PARTNER



WWM

## Die Cloud fürs Eventmanagement

FACHMAGAZIN FÜR EVENT-MARKETING

# EVENT PARTNER

## INHALT

– Messen und Events online planen und Marketing-Equipment effizient verwalten – dafür stehen die WWMcloud sowie das Event Resource Management (ERM) System myWWM. Zeit- und Kostenersparnisse sprechen für sich und könnten nach Ansicht der Macher das Denken in der Messe- und Eventbranche revolutionieren.



Text: Jörg Küster Fotos: WWM

# Die Cloud fürs Eventmanagement

Messen und Events online planen und Marketing-Equipment effizient verwalten – dafür stehen die WWMcloud sowie das Event Resource Management (ERM) System myWWM. Zeit- und Kostenersparnisse sprechen für sich und könnten nach Ansicht der Macher das Denken in der Messe- und Eventbranche revolutionieren.

Was machen wir eigentlich? Mit einer rhetorischen Frage eröffnet Dr. Christian Coppeneur-Gülz das Gespräch und malt mit einem Filzstift einen Kreis in die Mitte eines weißen Blatts. Der Kunde steht im Mittelpunkt, was in den geübten Worten des WWM-Geschäftsführers „customer centric“ heißt. Um den Kunden herum wächst auf dem Papier ein Ring aus Beratern. Letztere sind bei der WWM inhaltlich auf unterschiedliche Themen und Branchen spezialisiert, darunter Recruiting, Healthcare sowie Food & Beverage. Projektteams werden je nach Bedarf und

Kunde dynamisch konfiguriert. „Wir sind eine Netzwerkorganisation“, sagt Christian Coppeneur-Gülz. „Mit unseren Kompetenzzentren Marketinglogistik, Messebau, mobile Präsentationssysteme, Druck & Grafiks-service sowie Software & Consulting bieten wir eine ganzheitliche Lösung für die Live-Kommunikation an: die WWMcloud!“

## Live-Marketing aus der Cloud

Zugang zur WWMcloud erhalten Kunden mit der webbasierten myWWM-Software. Die Basis hierfür wurde bereits 2007 in Koopera-

tion mit der renommierten WHU – Otto Beisheim School of Management geschaffen. Am Lehrstuhl für Wirtschaftsinformatik und Informationsmanagement wurden Prozesse des Eventmanagements und der Live-Kommunikation modelliert und optimiert. Diese wurden im Anschluss strukturiert und in die myWWM-Software übertragen, um Nutzern ein intelligentes Steuerungs-Tool für Live-Marketing-Aktivitäten an die Hand zu geben.

Das Besondere an der WWMcloud ist, dass es nicht bei einem reinen Software-Tool bleibt: In die Cloud-Lösung sind Services inte-



Immer mobil dabei: die myWWM-Software



griert, die die Kunden für ihr Eventmanagement benötigen. Im Klartext bedeutet das, dass der Kunde seine Live-Kommunikation online steuert und die WWM ausführt. Zehntausend Anwender greifen aktuell auf die WWMcloud sowie deren Services zu und werden in 130 kundenspezifischen myWWM-Portalen aktiv.

Jedes myWWM-Kundenportal ist individuell. Letzteres gilt von den verfügbaren Marketing-Ressourcen, die mit Fotos und Produktdetails abgebildet sind, bis zur Benutzeroberfläche im Corporate Design oder der nahtlosen Anbindung an gängige Geschäftsabwicklungsprogramme.

### **Rollenspiele auf der Autobahn**

Das User-Interface von myWWM verfolgt einen rollenbasierten Ansatz: Die Oberfläche ist für die mobile Nutzung optimiert und darüber hinaus an den Benutzer und seine jeweiligen Berechtigungen angepasst. So bekommt beispielsweise ein Außendienstler lediglich die für seine Arbeit relevanten Produkte und Services zu Gesicht, während ein Marketingleiter den Gesamtüberblick über alle Bereiche hat. Wie die Rahmenbedingungen konkret aussehen, legen die Marketingstrategie-Verantwortlichen des jeweiligen Unternehmens fest. Christian Coppeneur-Gülz verwendet das Bild einer Autobahn, auf der der Nutzer Fahrspur und Geschwindigkeit gemäß seiner eigenen Taktik frei wählen kann, die Fahrtrichtung sowie mögliche Abfahrten jedoch exakt definiert sind.



**Blick ins WWM Logistikcenter**

**Finishing der Messegrafiken**



FACHMAGAZIN FÜR EVENT-MARKETING

**EVENT**  
PARTNER

[www.event-partner.de](http://www.event-partner.de)



WWM-Geschäftsführer  
Dr. Christian Coppeneur-  
Gülz

Produktion der haus-  
eigenen Messesysteme

Testaufbau und System-  
kontrolle nach der  
Veranstaltung



Der WWM-CEO betont, dass sich ein Maßnahmenpaket für ein Event in extrem kurzer Zeit schnüren lässt: „Dank myWWM und vordefinierten Veranstaltungssets bzw. -formaten, können wir extrem schnell reagieren und einen Messeauftritt mit einer Vorlaufzeit von 48 Stunden umsetzen. In einer sich immer rasanter drehenden Welt ist eine schnelle Reaktionsfähigkeit entscheidend für eine er-

folgreiche Live-Kommunikation.“ Der konsequente Einsatz von myWWM bedingt dabei zwangsläufig das Aufweichen etablierter Hierarchien: „Erst eine Freigabe von einem Vorgesetzten einholen zu müssen, ist eine Verfahrensweise der alten Welt“, meint Coppeneur-Gülz. „Was wir für die neue Welt brauchen, ist eine blitzschnelle und agile Live-Kommunikation!“

Aller Digitalisierung zum Trotz wird in der WWMcloud auch auf den Menschen und seine Bedürfnisse Rücksicht genommen: Auf der Startseite jedes myWWM-Anwenders sind die persönlichen Portalmanager und Kundenberater mit Foto und Telefonnummer abgebildet. Ein Portalmanager kann auf Wunsch die Rolle des Anwenders einnehmen und ihn in Echtzeit bei seinen Bestellvorgängen unterstützen. Ein verantwortungsvoller Umgang mit den Daten der Kunden ist dabei natürlich eine Grundvoraussetzung.

### Mobile Messesysteme nach dem Baukastenprinzip

Innerhalb der WWMcloud-Lösung arbeitet das Unternehmen mit hauseigenen Systemen nach dem Baukastenprinzip. Diese werden vorrangig für Auftritte mit Standflächen bis 20 m<sup>2</sup> genutzt und WWMcloud-Kunden kostenfrei zur Verfügung gestellt. Geld verdient WWM in diesem Zusammenhang mit dem Lagermanagement, der Grafikproduktion, zu-

sätzlichem Mietmaterial sowie ergänzenden Dienstleistungen wie beispielsweise eventspezifischen Versicherungen.

Nach Aussage von Christian Coppeneur-Gülz wurden mit den hauseigenen Systemen im vergangenen Jahr mehr als 2.000 Auftritte der myWWM-Portalnutzer realisiert. Die Systemstände werden online konfiguriert, und die Software ermittelt im Hintergrund alle erforderlichen Bestandteile – mit iPads bewehrte Lageristen stellen das Material anhand von Artikelnummern zusammen. Geliefert wird europaweit zu Pauschalpreisen, die übersichtlich in einem Zonensystem gestaffelt sind. Den Aufbau übernehmen WWM-eigene Monteure, die das Equipment bis ins Detail kennen und entsprechend routiniert und somit schnell arbeiten. „Ein solches System funktioniert nur über Volumen!“, stellt Christian Coppeneur-Gülz fest und verweist in einem Nebensatz auf Einsparpotenziale bei den Prozesskosten.

### Marketinglogistik

Für Marketingressourcen benötigen die WWMcloud-Kunden kein eigenes Lager – alles wird zentral im Logistikcenter der WWM gelagert und steht dort für den Einsatz bereit. Das Center unterhält WWM seit Anfang 2012 im strategisch günstig gelegenen Alsdorf. Hier wird auf über 2.500 Palettenstellplätzen nicht nur das Mietequipment der WWM gelagert, sondern es werden auch kundeneigene

## Die WWMcloud erklärt in 90 Sekunden

Die eigene Live-Kommunikation selbst online steuern und die WWM führt aus? Ein Erklärvideo demonstriert in 90 Sekunden, wie die WWM arbeitet.



[www.event-partner.de/  
eventtechnik/die-cloud-fuers-  
eventmanagement-von-wwm](http://www.event-partner.de/eventtechnik/die-cloud-fuers-eventmanagement-von-wwm)





Kommissionierung  
und Versand

Werbemittel, Exponate und Zubehör untergebracht.

Seit dem 1. Januar 2015 ist in Alsdorf die Abteilung „Event Service“ von Nespresso Deutschland als Konsequenz aus einer erfolgreichen Kooperation eingegliedert – Maschinen, Kapseln und Zubehör lassen sich bei dem Implant mit einem simplen Mouseclick ordern. In Alsdorf unterhält WWM weiterhin

eine Print-on-Demand-Digitaldruckerei für kleine Formate, die ausschließlich für innerhalb von myWWM anfallende Aufgaben genutzt wird. Großformate werden umweltfreundlich in Monschau produziert.

Für den Transport zum Einsatzort ermittelt die Software auf Grundlage von Dimension und Gewicht die preisgünstigsten Offerten, wobei auch Sonderwünsche wie eine Zustellung an Sonn- und Feiertagen berücksichtigt werden. „Mehr als 80 % unserer Bestellungen haben inzwischen nicht mehr direkt etwas mit Messen zu tun. Das Feld der Live-Kommunikation ist wesentlich vielseitiger“, erklärt der WWM-Geschäftsführer.

### Big Data statt Kaffeesatz

„Die neue Welt benötigt Agilität!“, lautet das Credo von Christian Coppeneur-Gülz, und es klingt ein wenig wie eine Warnung an alle, die nicht auf den bereits fahrenden Big-Data-Zug aufspringen wollen. Der Doktor mit dem wohlklingenden Doppelnamen hat in Wirtschaftsinformatik promoviert und ist seit 2005 Geschäftsführer der WWM GmbH & Co. KG. Das Unternehmen wurde 1980 von Friedhelm Gülz gegründet und beschäftigt heute in Monschau und Alsdorf 64 festangestellte Mitarbeiter.

„Wenn wir unser Konzept bei Konzernen präsentieren, stoßen wir immer auf offene Ohren. Im Denken des Mittelstandes ist die Prozesskostenrechnung hingegen noch nicht fest verankert“, erläutert Coppeneur-Gülz. „Eine gewisse Menge von Veranstaltungen ist

erforderlich, damit sich die WWMcloud-Lösung für ein Unternehmen rechnet.“ Eine potenziell stets gefährliche Umsatzkonzentration auf bestimmte Auftraggeber gibt es bei WWM laut Christian Coppeneur-Gülz übrigens nicht – der Anteil des größten Kunden wird mit 4 % beziffert.

Der CEO spricht von „digitaler Transformation“ und bemüht damit ein aktuelles Buzzword. „Wir wollen nicht die Live-Kommunikation, sondern den Weg zur Maßnahme standardisieren“, betont er. „Dazu sind die Daten, über die wir dank myWWM verfügen, unersetzlich. Unsere Kunden profitieren von Analysen und Reports, die wir mit unserer Datenbasis individuell zusammenstellen können. Denn es lässt sich eben nur das verbessern, was sich auch messen lässt.“

Zur künftigen Entwicklung von WWM befragt, gibt Christian Coppeneur-Gülz eine überraschende Antwort: „Ich habe keine Ahnung“, sagt der Geschäftsführer mit einem Schmunzeln. „Wenn mir vor einem Jahr jemand gesagt hätte, dass ich etwas mit Kaffee zu tun haben würde, hätte ich ihm kein Wort geglaubt. Heute machen wir bei WWM einen Monatsumsatz von bis zu 30.000 Euro nur mit Kaffee.“ Es ist offenkundig von Vorteil, wenn man dank intelligenter Datenauswertung weiß, was Kunden für ihre Live-Kommunikation wollen – mitunter vielleicht schon früher als diese selbst. //

FACHMAGAZIN FÜR EVENT-MARKETING

**EVENT**  
PARTNER

[www.event-partner.de](http://www.event-partner.de)

Das führende Fachmagazin für Event-Marketing –  
einfach & bequem zu Ihnen nach Hause!  
Alle Informationen unter: [www.event-partner.de/abo](http://www.event-partner.de/abo)



Chefredakteur/Publisher:  
Dr. Walter Wehrhan (verantwortlich für den Inhalt)  
Fachmagazin Event Partner, MM-Musik-Media-Verlag GmbH & Co. KG  
Emil-Hoffmann-Straße 13, 50996 Köln  
Tel.: 02236/962170, Fax: 02236/962175  
eMail: [redaktion@event-partner.de](mailto:redaktion@event-partner.de)  
Internet: [www.event-partner.de](http://www.event-partner.de)  
News-Portal: [www.promedianews.de](http://www.promedianews.de)

Verlag:  
MM-Musik-Media-Verlag und Verwaltungsgesellschaft mbH  
Sitz Ulm, Registergericht HRB 2133  
Geschäftsführer: Gerrit Klein, Martin Metzger  
USt.IdNr. gem. § 27 a USt-Gesetz: DE127491614  
Internet: [www.musikmedia.de](http://www.musikmedia.de)

Copyright:  
Sämtliche Texte und Bilder unterliegen dem  
Schutz des Urhebers und dürfen ohne schriftliche  
Genehmigung der MM-Musik-Media GmbH & Co. KG  
nicht kopiert und verwendet werden.  
Stand: April 2014

FACHMAGAZIN FÜR EVENT-MARKETING  
**EVENT**  
PARTNER