

# *Events* **for all gens**

Was jede Generation von Events  
der Zukunft erwartet



**Gielissen**  
Interiors | Exhibitions | Events

# Events

## ***verändern sich***

Möchten Sie ein Event organisieren, das für alle funktioniert? Besucher werden jünger, digitaler und anspruchsvoller. Erfahrene Profis wünschen sich Klarheit und Ruhe.

Doch jede Generation erwartet die gleiche Grundlage: ein Event, das reibungslos abläuft, sich relevant anfühlt und die Anreise wert ist. Sie haben es mit unterschiedlichen Generationen zu tun. Wie halten Sie sie alle zufrieden?

Diese ***Trendübersicht*** zeigt, was Besucher heute erwarten und wie Sie ein Event gestalten können, das für alle Generationen funktioniert.



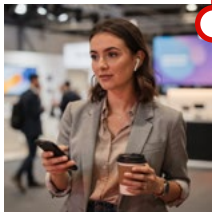
# Was ist Ihre *Generation?*

Eine Generation bezeichnet Menschen, die im selben Zeitraum geboren wurden und ähnliche gesellschaftliche Erfahrungen teilen.

Im Grunde bringen neue Generationen oft neue Ideen und Veränderungen in eine Kultur.



**Generation Z** (geboren 1997–2012)  
On-Demand, flexibel, transparente Kommunikation und Billie Eilish



**Millennials** (geboren 1981–1996)  
Selbstbewusst, an wettbewerbsorientiert gewöhnt und Beyoncé



**Generation X** (geboren 1965–1980)  
Bodenständig, unabhängig, ergebnisorientiert und Madonna



**Babyboomer** (geboren 1946–1964)  
Bürgerrechtsbewegung, Feminismus, Friedensbewegungen und The Beatles



# 1. **Physisch** ist zurück, **digital** ist der Sidekick

Die Welt wird zunehmend digitaler. Dennoch ziehen es Besucher vor, physisch zu einem Event zu kommen. Was sich verändert hat, sind ihre Erwartungen.

Jüngere Besucher wünschen sich einen nahtlosen digitalen Ablauf:

- ✔ Tickets mit einem Klick
- ✔ Eine App, die funktioniert
- ✔ Hilfreiche Push-Benachrichtigungen

Ältere Generationen suchen Ruhe und einen klaren Zugang. Ihr Event ist der Hauptact, digitale Tools sind die Komfortschicht, die dafür sorgt, dass alles reibungslos läuft. Denken Sie an:

- ✔ Eine App
- ✔ Ein Portal
- ✔ On-Demand-Inhalte
- ✔ Ein Follow-up, das den Besuch abrundet

Das ist kein Luxus, sondern ein Service, den Ihr Publikum inzwischen als selbstverständlich betrachtet. Positionieren Sie Ihr Event als physischen Treffpunkt, ergänzt durch digitale Services, die den Besuch einfacher und reibungslos machen.



## Wie Hyve auf Europas größtem Breakbulk-Event die Kontrolle gewann

Hyve entschied sich bei der Breakbulk Europe für einen operativen Partner. Dies verschaffte dem Team mehr Zeit für Inhalte und strategisches Wachstum.

Ein zentrales Portal und Vor-Ort-Support garantierten reibungslose Abläufe. Diese Kombination bot Hyve die nötige Ruhe und Übersicht für ein Event dieser Größe.



## 2. **Besuchermix wandelt sich,** das Grundbedürfnis bleibt

Das Publikum verändert sich rasant. Gen Z und Millennials machen inzwischen einen wachsenden Teil der Belegschaft aus. Auf der Messefläche zeigt sich das in interaktiven Formaten und starken Communities.

Während erfahrenere Besucher den Besuch oft durch die Brille von „What’s in it for the business?“ betrachtet, wird die jüngere Generation eher von „What’s in it for me?“ angetrieben. Dennoch möchte jede Generation wissen, warum sich ein Besuch lohnt. Ein erfolgreiches Event verbindet beides: Dynamik, wo sie passt, und Struktur, wo sie nötig ist.

### ***Balance zwischen Trubel und Ruhe***

Auf der TwitchCon lässt sich dieser Generationenmix deutlich beobachten. Jüngere Besucher suchen Energie, Farbe und Interaktion: Cosplay, Live-Demos und Meet & Greets. Gleichzeitig sorgt Twitch für Ruhebereiche, eine klare Wegführung und eine gut organisierte Fläche.

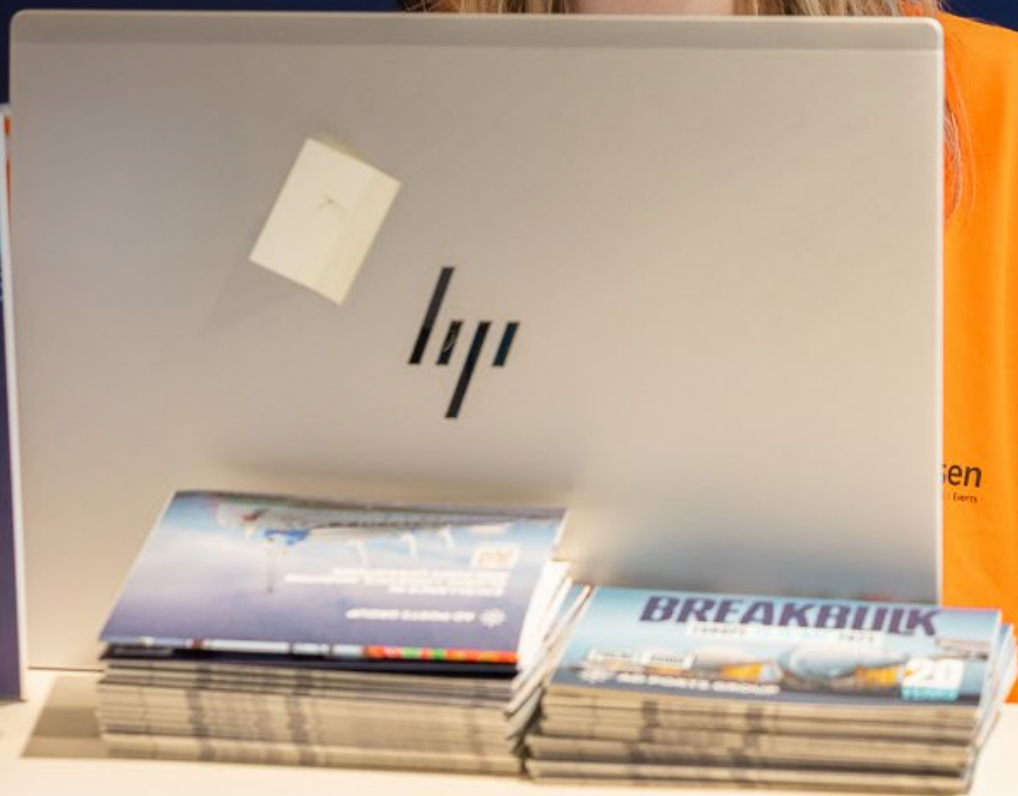
So fühlt sich das Event für jede Generation angenehm an, von Fans, die alles erleben wollen, bis zu Profis, die Übersicht und Struktur suchen.



# Events für *Robin*

„Ich suche nach einem Erlebnis, das mich inspiriert und das es wert ist, mit meinem Netzwerk geteilt zu werden.“

Robin ist Millennial.



# 3. Ihr Event als **Erlebnisplattform**

Besucher erwarten heute mehr als nur Stände und Banner. Jüngere Generationen suchen nach immersiven Erlebnissen und Interaktion, während erfahrene Besucher vor allem relevante Informationen und echte Gespräche schätzen.

Ein modernes Event verbindet beide Welten: Live-Demos, Storytelling im Raum und Sessions, in denen sich Inhalt und Erlebnis gegenseitig verstärken.

## **Ein 6-Meter-Statement**

Für die TwitchCon wollte man den Besuchern wirklich das „Twitch-Gefühl“ vermitteln. Etwas, das es wert ist, auf den eigenen Social-Media-Kanälen geteilt zu werden. So entstand eine physische Welt voller wiedererkennbarer Elemente zum Beispiel eine sechs Meter breite Graswand. Eine spielerische Übersetzung der Online-Kultur.

Das schafft ein Erlebnis, das nachklingt und zugleich professionell genug für Partner und Sponsoren ist. Und es ist ein Blickfang, den Besucher gerne online mit der Welt teilen.



„Go touch grass“ ist ein beliebter Gaming-Ausdruck und bedeutet so viel wie: eine Pause von der Konsole einlegen.



# Events für *Sidney*

„Ich möchte auf einem Event selbst entscheiden können, an welchen Sessions ich teilnehme.“

Sidney ist Gen X.



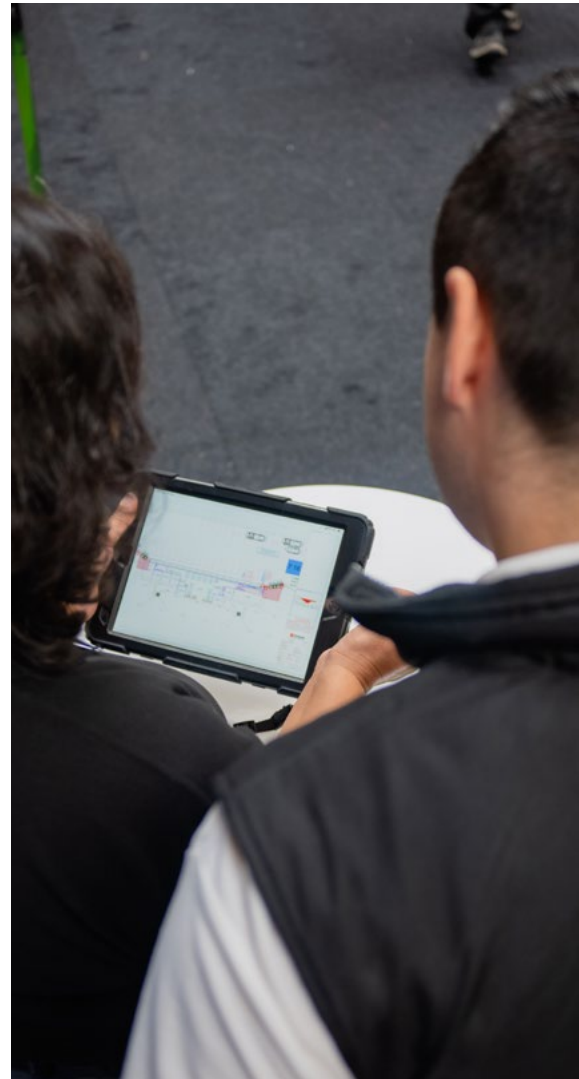
# 4. **Technologie** als stiller Motor

Technologie verändert Ihr Event nicht durch große Sprünge, sondern durch kleine, intelligente Verbesserungen, die Besuchern unbemerkt helfen. KI und Daten unterstützen Besucher und Aussteller dabei, sich mühelos über das Event zu bewegen.

Denken Sie an:

- ✓ Intelligentes Matchmaking: Mit wem sollten Sie wirklich sprechen?
- ✓ Personalisierte Agenden auf Basis von Interessen
- ✓ Prognosen, wo besonders viel los sein wird
- ✓ Übersichtliche Berichte für Aussteller und Sponsoren

Technologie ist keine zusätzliche Ebene mehr, sie ist das Rückgrat. Bei internationalen Messen entscheiden sich Veranstalter zunehmend für ein zentrales Ausstellerportal für Registrierungen, Bestellungen, Berichte und Kommunikation. So behalten sie den Überblick, auch wenn Teams kleiner werden und Aussteller mehr Service erwarten.



# Events für *Daphne*

„Ich mag kurze und  
'snackable' Momente.  
Eine zweistündige  
Keynote? Viel zu lang!“

Daphne ist Gen Z.



# 5. **Nachhaltigkeit** ist nicht **verhandelbar**

Nachhaltigkeit ist kein „Nice-to-have“ mehr, sondern eine Grundvoraussetzung. Der Druck kommt von vielen Seiten: Besuchern, Ausstellern, Veranstaltungsorten und europäischen Vorschriften. Jüngere Generationen achten genau auf Materialeinsatz und CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, während große Unternehmen mit verpflichtenden CSRD-Vorgaben und Scope-3-Berichterstattung konfrontiert sind.

Veranstalter entscheiden sich zunehmend für Partner, die Nachhaltigkeit von Anfang an integrieren. Tools wie **TRACE by Isla** messen CO<sub>2</sub>-Emissionen und überwachen Materialien, während modulare und wiederverwendbare Systeme die Auswirkungen sichtbar reduzieren.

Nachhaltige Entscheidungen erfüllen heute sowohl die Erwartungen der Besucher als auch regulatorische Anforderungen.



# Buchen Sie ein 30-minütiges **Strategiegespräch**

Events verändern sich schnell, aber eines bleibt gleich: Jede Generation wünscht sich ein Event, das reibungslos abläuft, sich relevant anfühlt und gut organisiert ist. Es läuft immer auf dieselben Grundlagen hinaus - Sicherheit hinter den Kulissen, ein starkes Erlebnis auf der Fläche und einen Partner, der alles nahtlos miteinander verbindet.

Buchen Sie ein 30-minütiges Strategiegespräch mit **Matthias** und finden Sie heraus, wie Ihre nächste Ausgabe aussehen könnte.

**E** [matthias.dudium@gielissen.de](mailto:matthias.dudium@gielissen.de)



building  
unforgettable  
*stories*



**Gielissen**  
Interiors | Exhibitions | Events