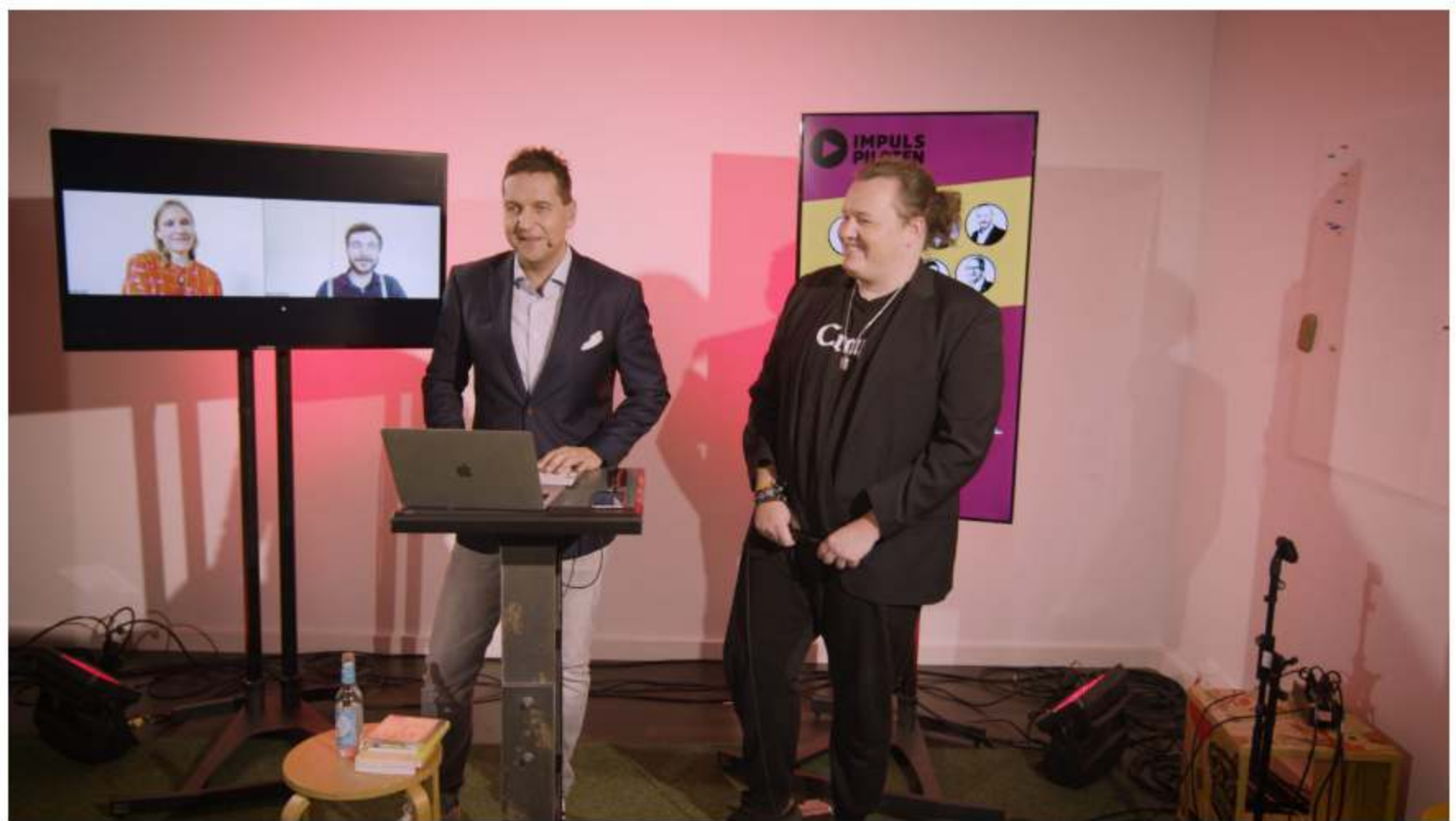


Ein digitales Event ist nicht gleich ein digitales Event – online oder hybrid?

15. Juni 2020 9:24 Service und Tipps

Events in Zeiten von Corona: digital, emotional und hybrid

Die anhaltenden Einschränkungen durch die Corona-Pandemie sorgen bei der Planung und Durchführung von Events weiterhin für Unsicherheit. Konzerte und Tagungen im Livestream oder Übertragungen von Geisterspielen sind ein erster, wichtiger Schritt zur Lösung des aktuellen Problems. Ob so jedoch längerfristig ein erfolgreiches und für die Teilnehmenden befriedigendes Event aussehen kann? Veranstalter müssen Wege finden, trotz der physischen Distanz für **Emotionalität und ein Wir-Gefühl** bei den Teilnehmenden zu sorgen. Dabei sehen sie sich mit technischen Anforderungen konfrontiert.



Online only oder hybrid? Ein feiner Unterschied!

Bei einem Ereignis, das ausschließlich **live an ein Online-Publikum gestreamt** wird, wie zum Beispiel Facebook Live-Videos, handelt es sich nicht um ein hybrides Event. Hier fehlen sowohl die Interaktion als auch die virtuelle Teilhabe der Online-Zuschauer, die entscheidend für eine erfolgreiche Online-Veranstaltung sind. Bei **hybriden Events** hingegen können Zuschauer am Bildschirm zu Hause ebenso wie Live-Teilnehmer vor Ort an der Veranstaltung teilhaben. Dazu können Veranstalter, Moderator und Künstler unterschiedliche Tools und Formate nutzen, um auch das Online-Publikum in das Veranstaltungserlebnis einzubeziehen. So erleben alle Teilnehmer das gleiche Ereignis, indem sie etwa gemeinsam an **Frage-und-Antwort-Sessions** teilnehmen, mit den Referenten interagieren oder mit anderen Teilnehmern in Kontakt zu treten.

Technik und Teamwork

Egal, welche Art von Veranstaltung zu planen ist – ob Kongress, Tagung oder Kundenevent – die Technik muss funktionieren. Leider ist das keine Selbstverständlichkeit. Für eine gute Bild- und Tonqualität sowie perfekt auf die Zielgruppe zugeschnittene Inhalte ist ein Zusammenspiel ganz unterschiedlicher Bereiche notwendig.

Ein gut aufgestelltes Projektteam beinhaltet:

- Technik- und Streaming-Dienstleister
- IT-Support
- Tontechniker
- Ablaufregie
- Produktionsleitung
- professionelle Moderation

Anbieter, Tools und der Datenschutz

Bei der Auswahl der einzusetzenden Plattformen und interaktiven Tools haben sich einige Anbieter wegen ihrer Anwenderfreundlichkeit und der einfachen Einbindung in ein Online-Event bewährt. Grundsätzlich ist bei jedem Anbieter oder Tool zu prüfen, ob der Einsatz den in Deutschland geltenden Datenschutzrichtlinien entspricht. Datensicherheit sollte oberste Priorität haben, um Teilnehmerdaten und gegebenenfalls sensible Inhalte der Veranstaltung zu schützen.

- **Zoom** – Videokonferenzsystem mit einfacher Bedienung. Zoom wird in vielen Unternehmen verwendet und ist einfach ausbaubar. **Breakout-Rooms** sind einfach angelegt, wiederkehrende Termine lassen sich leicht einrichten und das System ist DSGVO-konform nutzbar.
- Gebrandete **smile2-Plattformen** auf der Basis von **Adobe Connect** – eignen sich sehr gut zur Ausstrahlung einer Kombination aus Live- und aufgezeichneten Webinaren und sind DSGVO-konform nutzbar.
- **Padlet** – bietet eine sehr gute digitale Pinnwand, die mehreren Nutzern gleichzeitig zur Verfügung steht.
- **Vimeo** – stellt eine qualitativ hochwertige und stabile Streaming-Plattform zur Verfügung, die auch über den heimischen Fernseher empfangen werden kann.
- **Microsoft Office 365** – bietet mit seinem "Teams" seit Anfang 2020 auch die Möglichkeit, Meetings in Deutschland zu hosten und ist daher auch DSGVO-konform nutzbar. Ebenfalls zu Microsoft gehört Skype als klassisches Online Call- und Videokonferenz-Programm. Mit zusätzlichen Tools sind auch Aufzeichnungen möglich.

Erfolgreiche Online-Events müssen emotionalisieren

Funktionierende Technik allein garantiert noch nicht die Aufmerksamkeit der Teilnehmenden. Gerade bei einer Online-Konferenz, bei der die Vortragsredner einer nach dem anderen live geschaltet werden, wird schnell klar: Online gelten andere Regeln als offline.

Wer seine Zielgruppe nicht begeistert und emotional einbindet, riskiert es, die Teilnehmenden auf halber Strecke zu verlieren. Interaktion, Abwechslung und auf das digitale Medium abgestimmte Inhalte sind wichtige Faktoren, welche die Aufmerksamkeit bei den Teilnehmenden wecken und über einen längeren Zeitraum halten. Um ein Wir-Gefühl zu erreichen, gibt es vielfältige Möglichkeiten: virtuelle Meetingräume, Stimmungs-Abfragen in Echtzeit, eine Quizfunktion, die kreative Einbindung von Showacts oder sogar gemeinsames Kochen am Bildschirm.

95 Prozent fragen nach Online-Events

Bei einem erfolgreichen Online-Event – gerade, wenn es hybrid angelegt ist –, greifen harte und weiche Faktoren ineinander. **„Um bei der technischen und inhaltlichen Koordination unnötige Reibungsverluste zu minimieren, sollten sich Veranstalter für die Planung und Durchführung ihres Events möglichst eine Fullservice-Projektleitung mit Expertise auf dem Gebiet suchen“**, erklärt Ralf Schmitt, Geschäftsführer der Veranstaltungsagentur Impulspiloten.

Sie hat sich neben Business-Events auf die Konzeption und Durchführung von digitalen/hybriden Events spezialisiert. Schmitt moderiert seit 20 Jahren Firmenevents, tritt als Sprecher zum Thema „Flexibles Mindset“ auf und hat mehrere Bücher zu dem Thema geschrieben.

Die **Impulspiloten** bieten seit Jahren digitale und hybride Elemente für Live-Veranstaltungen an. Bisher wurde von den Kunden nicht die Notwendigkeit gesehen, Veranstaltungen komplett online, also ohne Live-Publikum, zu veranstalten. Doch seit Corona fragen Kunden zu 95 Prozent nach Online-Events. Die restlichen 5 Prozent sind Anfragen für langfristig geplante Events, die 2021 stattfinden sollen.



Ralf Schmitt, Geschäftsführer
Impulspiloten

Helge Denker, Berlin



Redakteur

Hier schreibt die Redaktion von digitaldaily.de