

**LIVE  
STREAMS &  
HYBRIDE  
EVENTS**

# WOZU BRAUCHT ES HYBRIDE VERANSTALTUNGEN?

Spätestens mit der Corona-Pandemie kam die digitale Transformation, welche auch vor der Veranstaltungsbranche und dem Produktmarketing keinen Halt macht und zu Beginn noch als ferne Zukunft schien, zum Durchbruch. Viele Unternehmen weichen seitdem in den digitalen Raum aus, um ihre Produkte und Dienstleistungen bekannter zu machen und entsprechend für sie zu werben. Bei den allermeisten Digialevents blieb allerdings die Qualität auf der Strecke – angesichts des brachialen Veränderungstempos. Jeder der in dieser Zeit eine Online-Veranstaltung besucht oder an einem Online-Meeting teilgenommen hat, dem dürften ruckelnde Übertragungen, ein minderwertiger Ton oder schlecht vorbereitete Webinare ohne echtes Storytelling begegnet sein. Heute ist es klarer denn je: Nur wenn solche Events entsprechend vorbereitet werden, können Kunden auch beeindruckt werden.

Vielen Unternehmen wird bewusst, dass sie, seitdem sich die Wirtschaft auf dem Wege der Besserung befindet und sich viele an die Umstände der Pandemie gewöhnt haben, nicht auf Veranstaltungen mit persönlichem Kundenkontakt verzichten wollen. Daher geht der Trend in Richtung hybrider Veranstaltungen, sprich Events, die digitale Bausteine mit analogen Elementen kombinieren.

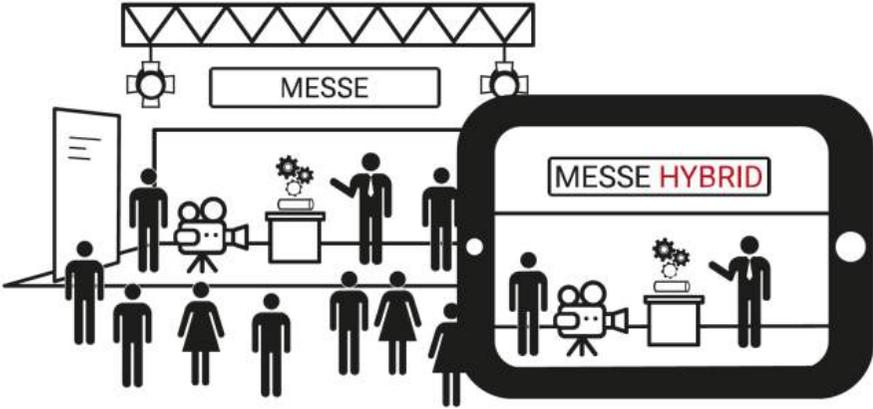
Allerdings fällt es Unternehmen nach wie vor schwer, hybride Veranstaltungen umzusetzen, auch wenn sie die Potentiale mittlerweile erkannt haben. Aus diesem Grund befasst sich das E-Book näher mit der Thematik. Zunächst werden mögliche Veranstaltungsformate skizziert, danach werden die wichtigsten Vorteile benannt und im Anschluss werden Tipps und Hinweise für Hybridevents gegeben, damit die genannten Vorteile umfassend abgeschöpft werden können. Außerdem wird zum Ende noch gesondert erklärt, auf was es einerseits bei der richtigen Technologie ankommt und wie Live-Kommunikation auch mit Hybridevents gewährleistet werden kann.





Der Trend zu hybriden Veranstaltungen hat durch Corona, laut einer GCB-Studie, dramatisch zugenommen:

- ✓ 27 Prozent der Befragten haben bis zum 9. März 2020 solche Veranstaltungen als zukunftsweisend beurteilt, 56 Prozent schätzen sie immer hin als ausbaufähig ein.
- ✓ Nach dem 9. März 2020 wurden Hybridevents von 60 Prozent als zukunftsweisend und von 27 Prozent als ausbaufähig eingestuft. Keiner der Befragten war der Ansicht, dass solche Eventformate nicht zukunftsfähig seien.



# HYBRIDE VERANSTALTUNGSFORMATE

Elemente konventioneller Veranstaltungen werden bei Hybridevents mit digitalen Lösungen kombiniert. Zum Beispiel kann sich ein Teil der Gäste vor Ort in einem Veranstaltungsraum befinden, während die verbleibenden Teilnehmer das Geschehen von überall aus der Welt online verfolgen können. Wichtig ist nur, dass die Interaktion bzw. der Austausch untereinander und mit den Referenten bestehen bleibt, da es sonst ein reines Webinar oder ein Vortrag wäre.

Für Hybridevents eignen sich besonders **Produktpräsentationen** oder **Verkaufsshows**. Mit der passenden Technologie können Produkte dabei perfekt inszeniert werden und der Präsentierende kann die digitalen Möglichkeiten entsprechend nutzen, um sich mit den Gästen vor Ort oder virtuell über das Produkt auszutauschen.

Dasselbe gilt für **Messen** oder **Ausstellungen**. Mittlerweile lassen sich Showrooms ausgezeichnet virtuell gestalten, dass auf diese Weise auch die Live-Kommunikation einen hohen Stellenwert erhält.

Soweit es der rechtliche Rahmen gestattet, lassen sich selbst **Hauptversammlungen**, **Tagungen** oder **Konferenzen** problemlos als Hybridevent durchführen. Auch Umfragen oder Abstimmungen können mit entsprechender Software digital und ganz ohne Wahlurne und Stimmzettel durchgeführt werden.

Bei **Geschäftsterminen** oder **kleineren Meetings** müssen längst nicht mehr alle Teilnehmenden vor Ort sein – dank hybrider Veranstaltungen. Die Mitarbeiter können sich vor Ort in ihrem Unternehmen versammeln und sich online vernetzen. Gleiches gilt auch für **kulturelle Veranstaltungen** wie z.B. kirchliche Events, Musik oder Theater – diese können ebenfalls als hybrides Event durchgeführt werden.



# VORTEILE FÜR TEILNEHMER

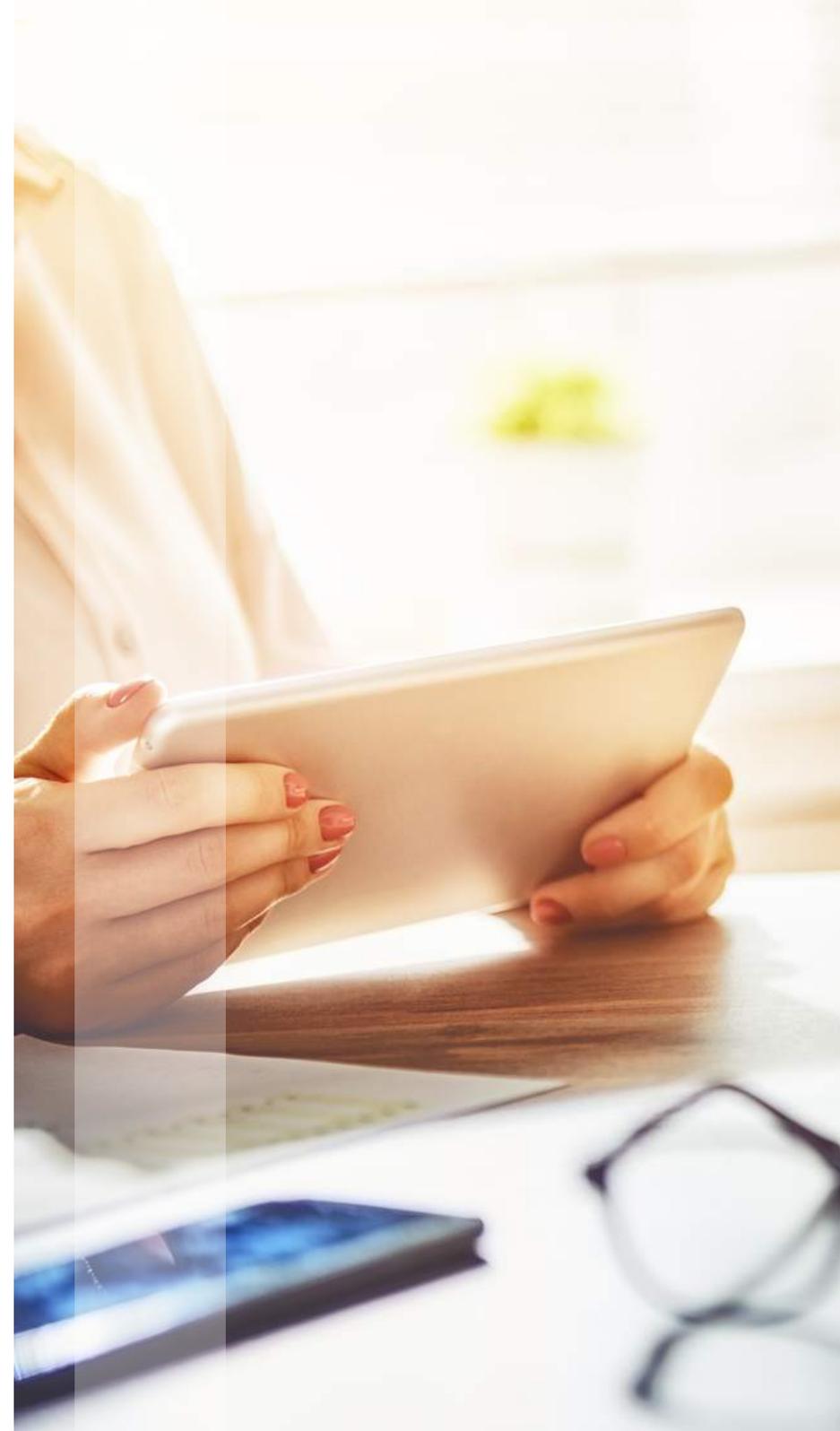
Für Unternehmen sowie für Teilnehmende bringen Hybridevents jede Menge Mehrwert mit sich. Um nur einige wichtige Vorteile zu nennen:

- ✓ Anstatt die gesamte Veranstaltung besuchen zu müssen, können Teilnehmer unter Berücksichtigung ihres Terminkalenders an einzelnen Blöcken teilnehmen.
- ✓ Mit Hilfe digitaler Lösungen wird ein zielgruppengerechtes Design von Veranstaltungen ermöglicht.
- ✓ Mittels interaktiver Bausteine werden aus Zuhörern echte Teilnehmer. Dadurch erleben sie die Veranstaltung intensiver, fühlen sich wertgeschätzt und profitieren von höherer Customer Experience.
- ✓ Die Hemmschwelle für sonst kontaktscheue oder zurückhaltende Menschen kann durch den digitalen Austausch gesenkt werden.
- ✓ Digitale Elemente können eine außergewöhnliche Reichweite ermöglichen. Dafür muss die Teilnehmerzahl nicht begrenzt werden.



# VORTEILE FÜR UNTERNEHMEN

- ✓ Im Nachgang können Hybridevents als Content auf der eigenen Website verwendet werden, die als Teil eines Webinars eingestellt und über Social Media gesteuert werden. Damit ist die Nachhaltigkeit solcher Veranstaltungen deutlich höher im Vergleich zu klassischen Firmenevents.
- ✓ An unterschiedlichen Orten können verschiedene Referenten integriert werden.
- ✓ Der Lead Manager profitiert von datenschutzkonformen Kontaktdaten, die über digitale Tools gesammelt werden. So können unter anderem Analysen über die intensive Nutzung der Tools und Optimierungen für die nächste Veranstaltung erstellt werden.
- ✓ Das erste Hybridevent ist zwar immer mit einem gewissen Aufwand verbunden, jedoch profitieren Unternehmen bei folgenden Veranstaltungen von ihrer Erfahrung und können bereits eingesetzte Technologie wiederverwenden.



# VORTEILE FÜR ALLE

Durch die vielen Vorteile von Hybridevents, erleben Teilnehmer eine äußerst hoher Customer Experience. Die Veranstaltungen tragen dazu bei, aus Interessenten und Kunden echte Teilnehmer und Fans zu machen. Die Grundlage dafür ist jedoch eine angemessene Vorbereitung.

- ✓ Hybridevents können deutlich stärker eine Live-Atmosphäre über das Netz transportieren als rein virtuelle Veranstaltungen.
- ✓ Für die Keynote-Speaker ist der größte Vorteil von Hybridevents eine drastisch gesteigerte Reichweite. Die Zahl der Zuhörer kann dank der digitalen Möglichkeiten ohne großen Aufwand vervielfacht werden.
- ✓ Es werden kleinere Lokalitäten benötigt, da für die virtuell teilnehmenden Gäste die Reise-, Hotel- und Bewirtungskosten entfallen. So trägt eine geringere Teilnehmerzahl vor Ort auch zu einer höheren Nachhaltigkeit bei.



# AUF WAS ES BEI EINEM HYBRID-EVENT ANKOMMT

Hybride Events werden mit einem durchdachten Veranstaltungsmanagement zu einem großen Erfolg. Die digitalen Teilnehmer müssen lediglich über eine stabile Internetverbindung verfügen und für ein ruhiges Umfeld sorgen. Eine zielführende Einladung mit Zu- und Absagefunktion sowie ein Anmeldeprozess mit integrierter Anmeldemaske zwecks Registrierung ist ein wichtiger Bestandteil der **Vorbereitung**.

Die richtige Technik bzw. Technologie sollte für das Event rechtzeitig ausgewählt und auch getestet werden. Besonders für Anwendungsgebiete wie Online-Streaming oder AR- bzw. VR-Integration ist dies von besonderer Bedeutung. Für die Teilnehmenden kann dazu ein Merkblatt mit wichtigen Hinweisen sinnvoll sein. Von den Gästen können im Vorfeld spezielle Wünsche abgefragt werden. Die Kommunikation sollte für das Event der Zielgruppe angemessen sein.

Halten Sie während der **Durchführung eines hybriden Events** (und auch schon bei der Vorbereitung) die Dramaturgie aufrecht und setzen Sie auf Storytelling. Um für eine lebendige Atmosphäre zu sorgen, sollten wiederkehrende interaktive Elemente integriert werden wie z.B. Abstimmungen oder Umfragen mit Echtzeit-Auswertungen. Nicht zuletzt sollten Möglichkeiten für den persönlichen Austausch geboten werden.

Bieten Sie allen Teilnehmer einen roten Faden für die Veranstaltung. Hierfür eignet sich hervorragend eine analoge und digitale Agenda. Vor Ort (z.B. gedruckt auf Infomaterial) können QR-Codes sowohl digital als auch analog eingesetzt werden, um Wege zu Zusatzinformationen oder Websites zu bieten. Für Fragen während der Veranstaltung sollte ein Ansprechpartner genannt werden – sei es der Vortragende selbst oder eine andere Person.



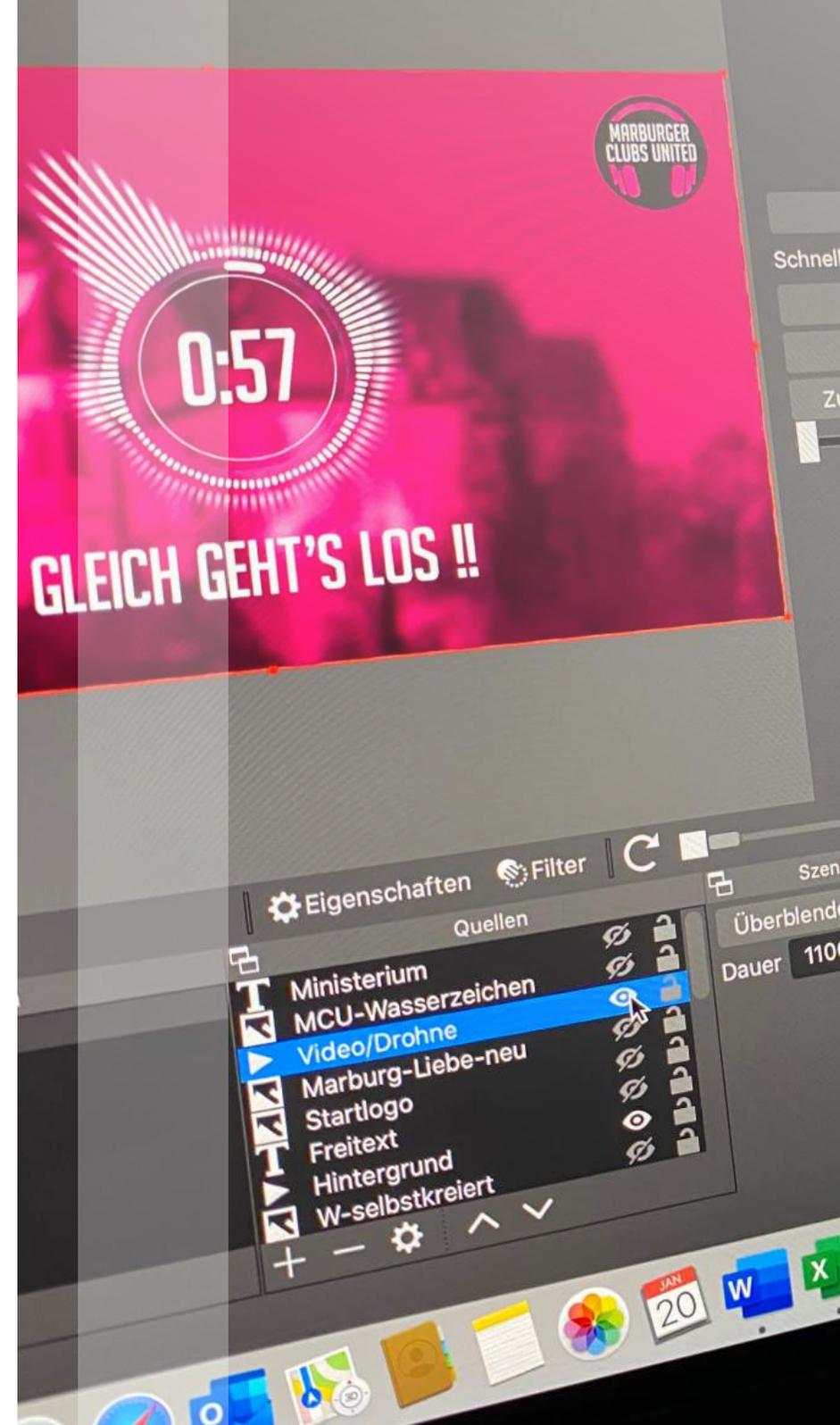
# NICHT OHNE PASSENDE TECHNOLOGIE

Bei hybriden Events kommt es besonders auf die Verwendung geeigneter Technik und Technologien an, damit sie zu einem vollen Erfolg werden. Denn wer keine holprige Veranstaltung und eine reduzierte Customer Experience riskieren möchte, sollte großen Wert darauf legen.

Mit hochwertigen Mikrofonen wird eine hohe Soundqualität erreicht. Gleiches gilt für die Beleuchtung – hier sollte ebenfalls professionelles Equipment zum Einsatz kommen. Es ist empfehlenswert, vorab ein Testdurchlauf bei der Sound- als auch bei der Lichttechnik durchzuführen, um Überraschungen während des Hybridevents zu vermeiden.

Auch bei Kameratechnik sollte Wert auf eine gute Qualität gelegt werden. Um während des Events die Perspektive wechseln zu können, um so für mehr Abwechslung zu sorgen, bietet es sich an, zwei oder mehr Kameras zu verwenden.

Natürlich ist es noch besser, auf professionelles Streaming Knowhow zu setzen. Hierfür eignen sich spezielle Studios, die einem Fernsehstudio gleichen oder Popupstudios, die direkt bei einem Unternehmen vor Ort aufgebaut werden können. Für direktes streamen auf YouTube oder ähnliches, eignen sich solche Streaming-Lösungen besonders gut.



Ganz wichtig:

## WIE SIE INTERAKTION UND LIVE-KOMMUNIKATION AUF HYBRIDEVENTS REALISIEREN

Für die Produktpräsentation auf Messen und vergleichbaren Veranstaltungen ist die persönliche Nähe und Live-Kommunikation ein großer Vorteil. Deshalb kommt es bei hybriden Events auch auf interaktive Elemente an, nicht nur auf die Technologie.

- ✓ Um sich unkompliziert und in aller Stille austauschen zu können, bieten sich **Live-Chats** an. Schon lange haben sich Chats als Kommunikationsform bewährt, da ihre Protokolle gespeichert und wichtige Antworten auf bestimmte Fragen einfach archiviert werden können, was besonders nützlich ist.
- ✓ Persönliche Gespräche können problemlos mit **Audio-Video-Lösungen** durchgeführt werden. Dank der Bildübertragung sieht man seinen Ansprechpartner live, wodurch das persönliche Gespräch deutlich aufgewertet wird. Somit bietet diese Variante weit mehr als ein reines Telefonat.
- ✓ **Digitale Abstimmungen** oder **Umfragen** eignen sich besonders gut bei Hybridevents, um die Zuhörer bei Laune zu halten und zur aktiven Teilnahme zu motivieren. In Webinaren ist die Sofortware bereits gängig und hat sich entsprechend bewährt.
- ✓ Auch können für hybride Events besondere **Conferencing-Softwares** eingesetzt werden, die diverse Funktionen für solche Veranstaltungen auf einer einzigen Plattform integrieren.



# FAZIT

Auch nach der Corona-Pandemie werden Hybride Veranstaltungen ein essenzieller Bestandteil des Produktmarketings bleiben.

Wie gezeigt, bieten solche Veranstaltungen einige Vorteile für Unternehmen als auch für Teilnehmende und es wird im digitalen Zeitalter weiterhin digitale Formate geben. Wer auf Hybride Events setzt, zeigt damit auch, dass er die Zeichen der Zeit verstanden hat. Wenn Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung zielorientiert geplant werden, haben Hybride Events die Chance, zu einem großen Erfolg zu werden. Ist die Basis erst einmal geschaffen, steht der Generierung von hochwertigen Geschäftskontakten und der Begeisterung potenzieller Kunden nichts mehr im Wege.

## **Dabei sollten aber immer zwei Aspekte berücksichtigt werden:**

1. Es kommt auf eine hochwertige Technik und eine professionelle Technologie an.
2. Bei der Konzeption solcher Veranstaltungsformate sollte immer die Live-Kommunikation, sprich der persönliche Austausch mit den Interessenten im Vordergrund stehen.

Denn am Ende wird die Basis für eine Geschäftsbeziehung immer die Interaktion mit den Teilnehmern sein.





**advanced:media**  
aktiengesellschaft

Biegenstraße 4  
Lahncenter  
35037 Marburg

tel 06421 17 68 26 6  
fax 06421 17 68 26 7  
info@advanced-media.de

[www.advanced-media.de](http://www.advanced-media.de)

Die **Advanced Media AG** aus der Universitätsstadt Marburg ist ein Unternehmen für die Konzeption, Planung und Durchführung von medialen Dienstleitungen. Als Gesellschaft setzen wir dabei auf individuell zugeschnittene Lösungen, um Produkte und Dienstleistungen von Unternehmen auf Veranstaltungen aller Art bestmöglich zu präsentieren sowie etwaiger nötiger Miettechnologie.

Unser Unternehmen hat sich auf sämtliche Segmente der Sozialen Medien in Verbindung zu den klassischen Bereichen und den entsprechenden Schnittstellen zu diesen wie Beleuchtung, Sound und Streamingtechnologie für digitale und hybride Events spezialisiert. Als vornehmlich in den DACH-

Regionen agierende Gesellschaft besitzen wir zudem weitreichende Erfahrungen in allen denkbaren Veranstaltungsformaten.

Ob Kultur-Event, Musik-Festival, Ausstellung, Kongress, Messe, Roadshow, Pressekonferenz oder sonstiges Live-Formate: Mit der Advanced Media AG wird jede Veranstaltung zu einem großen Erfolg. Bei allen Anwendungen legen wir zudem größten Wert auf Interaktion zwischen den Teilnehmenden sowie unmittelbarer Live-Kommunikation. Präsentieren Sie sich real & digital, nachhaltig und vernetzt gegenüber & mit Ihrer entsprechenden Zielgruppe!

**Ihre Advanced Media AG**