



Offizieller Lieferant
großer Ereignisse

hirschfeld.de
TOURISTIK · EVENT



WHITEPAPER

ONLINE EVENTS



Das Hirschfeld-Whitepaper zur Transformation
analoger Events in digitale Dimensionen



Kontakt:
Hirschfeld Touristik Event GmbH & Co.KG
Sascha Heide, Senior Projektleiter & Gesellschafter
Tel.: +49 361 – 5581180
Mobil: +49 170 – 8143836
E-Mail: sascha.heide@hirschfeld.de

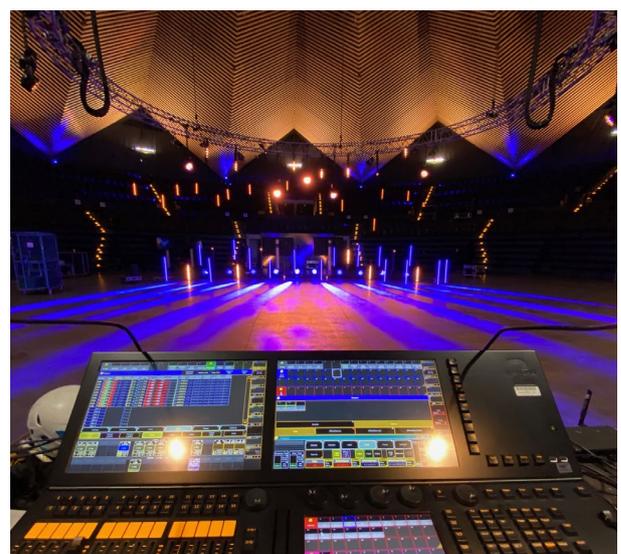
Die Veranstaltungsbranche steht Kopf! Seit der Corona-Krise sind traditionelle Eventformate wie Tagungen, Incentives oder auch internationale Meetings schier undenkbar.

Eine digitale Transformation ist die Chance der Stunde.

Der Erfolg Ihres Online-Events hängt nicht nur von der Technik ab, sondern vor allem von dem Konzept, der Dramaturgie, der Moderation und einigen anderen wichtigen Faktoren. Auf den folgenden Seiten möchten wir Ihnen einige wichtige Überblicke und Tipps mit auf den Weg geben.

Hirschfeld Touristik Event bietet Ihnen als renommierte Fullservice-Agentur maßge-

schneiderte Online-Events aus einer Hand und stellt Ihnen, entsprechend Ihrer Zielsetzungen und Wünsche, die passenden Partner für Ihr Projekt zur Seite.



ONLINE-EVENTS IM 3-SÄULEN MODELL

Säule A - Inhalt & Konzept

Konzept | Speaker und/oder Moderator Einladungsmanagement | Grafik

Konzept

Die inhaltliche Gestaltung Ihres Events obliegt natürlich Ihnen und wird von den Zielen Ihrer Veranstaltung bestimmt. Wie Sie jedoch Ihre Themen an die Gäste bzw. Konsumenten des Online-Events kommunizieren ist oft entscheidend! Je spannender, origineller und außergewöhnlicher das Konzept Ihres Events ist, desto höher ist die Teilnehmerquote und je länger bleibt Ihr Event auch anschließend im Kopf! Wir entwickeln für Sie und gerne auch mit Ihnen gemeinsam ein individuelles und maßgeschneidertes Konzept für Ihr Online-Event.

Speaker und/oder Moderator

Die Einleitung sowie die Durchführung durch das Event ist ausschlaggebend für den Erfolg. Von Beginn der Veranstaltung bis zum Ende führt ein Moderator oder ein Speaker die Teilnehmer durch das Programm. Um das Interesse der Teilnehmer hoch zu halten, müssen die Programmpunkte prägnant, spannend und interaktiv präsentiert werden. Dies gelingt Ihnen mit einem Speaker oder auch Moderator. Unser Tipp: bekannte

Moderatoren aus Funk & Fernsehen erhöhen das Interesse Ihrer Teilnehmer!

Einladungsmanagement

Von der ersten „Save the Date“-Mail, der Programmierung einer eigenen App für Ihre Agenda, weiterführende Veranstaltungsinformationen vor und während dem Event sowie einer eigenen Webseite in Ihrem Corporate Design bis hin zum umfangreichen Teilnehmermanagement – alle Prozesse sind bei uns in professionellen Händen.



Grafik

Das i-Tüpfelchen jedes Events! Ob eigene Pressewand mit Ihrem Firmenlogo (vor dem Moderator spricht) oder auch gebrandete Give-Aways oder Programmflyer, die vorab oder anschließend versandt werden - passend zu Ihrem Firmen-Event gestalten wir Ihnen Drucksachen im CI Ihrer Firma.

ONLINE-EVENTS IM 3-SÄULEN MODELL

Säule B - Location

Bei Ihnen im Unternehmen Externe Location

Ein großer Vorteil ist, dass virtuelle Events fast überall verwirklicht werden können. Ob in einer angesagten oder außergewöhnlichen Location oder bei Ihnen direkt in der Firma, wir machen alles möglich, um Ihr Event stattfinden zu lassen. Eingerahmt vom besonderen Ambiente stehen Sie, Ihr Unternehmen und Ihre Botschaft im Mittelpunkt.

Externe Location am Beispiel des Tempodrom in Berlin

Das Tempodrom – der Verwandlungskünstler unter den Berliner Event-Locations. Die Location bietet Ihnen heute eine kaum zu übertreffende Vielfalt an Nutzungs- und Gestaltungsmöglichkeiten, ob für öffentliche Veranstaltungen oder auch für modernste Events, wie zum Beispiel ein Livestreaming von Produktpräsentationen, Tagungen und Konferenzen mit weltweiter Anbindung an Rechenzentren oder Konzernzentralen. Ein multifunktionales Raumkonzept in Verbindung mit ästhetisch beeindruckender Architektur und ökologisch durchdachter Infrastruktur schafft ideale Voraussetzungen für Veranstaltungen jeglicher Art.

Im Tempodrom sind der Kommunikation keine Grenzen gesetzt.

Überzeugen Sie sich selbst – wir haben es bereits für Sie ausführlich in den letzten Wochen im Rahmen der Branchen-Interviews MICTetens ungeschminkt getestet: <https://youtu.be/-cW90hYldnM>

25 Interviews - produziert im Streaming-Studio für Online-Events unter: <https://www.event-partner.de/news/event-partner-chefredakteurin-martina-courth-on-air-bei-micetens-ungeschminkt/>

Virtuelle Events Bei Ihnen im Unternehmen

Auch in Ihrer Firma können wir ein virtuelles Event organisieren. Dazu benötigen wir Ihren internen Meeting-Raum oder eine Fläche, die für das gewünschte Set-Up ausreichend ist. So bauen wir Ihnen ein eigenes Studio auf! In Kooperation mit unseren Technik- und Mobilpartnern wird Ihr virtuelles Event ganz nach Ihrem Wunsch hergerichtet! Der Raum benötigt lediglich einen stabilen Internetzugang, sodass die Durchführung des Streamings ein Erfolg wird.

ONLINE-EVENTS IM 3-SÄULEN MODELL

Säule C - Technik

Unsere Technik-Partner liefern Ihnen:

- Soft- und Hardware für Videokonferenzen
- Ton- und Lichttechnik
- Betreuung vor Ort durch einen Techniker
- Ambiente-Beleuchtung
- Drahtloses Headset oder Ansteckmikrofon
- Rückwandbeleuchtung
- Vorschaumonitor für Referent
- Hochwertige Kameratechnik
- Repräsentatives Bühnen Set Up

Unsere Mobiliar-Partner liefern Ihnen:

- Lounges | Rednerpult
- Sessel | Beistelltische | Teppiche

Technische Voraussetzungen:

1. Kameratechnik: Eine Kamera ist für ein virtuelles Event entscheidend, da eine zeitgemäße Bildqualität für den Stream mit einer Auflösung von 720p (HD) auch bei nicht optimalen Lichtverhältnissen sehr gute Bilder liefert.

2. Tontechnik: Die Tonqualität hat einen unmittelbaren Einfluss auf das Zuschauererlebnis. Ob dumpfer Klang, Rauschen oder Schwankungen: Ein Stream mit mangelnder Tonqualität führt mit hoher Wahrscheinlichkeit zu einem schnellen Verlust der Event-Teilnehmer, da es für sie zu anstrengend ist, dem

Speaker zu folgen. Vor dem Stream werden die Einstellungen vom Mikrofon überprüft, sodass der Ton weder zu leise noch übersteuert ist. Für ein hochwertiges Klangerlebnis sorgt unsere Technikfirma und stellt sich entsprechend auf die Location und Gegebenheiten ein.

3. Live Streams auf öffentlichen Plattformen oder eigenem Server: Zu guter Letzt sollte der richtige Kanal für den Live-Stream gewählt werden. Hier stehen wir Ihnen gern für die Beratung zur Verfügung und empfehlen Ihnen je nach Veranstaltung / Event die optimale Variante.

Technische Eventformate Ihres Online-Events

- Individuelle Streaming-Lösungen für alle Teilnehmer
- Einbindung des Publikums durch Live-Abstimmung oder Online-Voting
- Einbindung von Online-Plattformen (Teams, Zoom und eigene Stand-Alone-Lösung mit eigenen Servern)
- Live Interaktion mit dem Moderator

Entsprechend Ihrer Zielsetzungen beraten wir Sie gerne zu den passenden Event-Formaten.

WAS ES GRUNDSÄTZLICH ZU BEACHTEN GILT – EIN KURZER ÜBERBLICK

1. TECHNIK

Vor allem die Bild- und Tonqualität ist entscheidend, damit das Zuschauererlebnis zum Einschalten und Dranbleiben einlädt. Dabei darf nicht vergessen werden, dass Online-Events potenziell mit Netflix, YouTube und anderen etablierten Online-Formaten in Konkurrenz treten und die Konsumenten dadurch an eine hohe Qualität gewöhnt haben. Es ist daher besonders wichtig, diesem Qualitätsanspruch gerecht zu werden. Denn ein Online-Event sollte in jedem Fall ebenbürtig sein oder mit besserer Qualität überraschen. Deshalb ist es ratsam, sich je nach Veranstaltung für das Grund-Setup eine fachkundige Unterstützung einzuholen, denn eine professionelle technische Vorbereitung macht den Unterschied und direkten Einfluss auf den Erfolg eines Online-Events aus.

2. WENIGER IST MEHR!

Konsumenten von Online-Events sind jederzeit einer großen Gefahr ausgesetzt: Ablenkung! Das Surfen oder Mails checken nebenbei, denn man sitzt ja sowieso schon

am Rechner oder Handy, ist bei jeglichen angebotenen Inhalten online unvermeidbar. Durch die zumeist entspannte Umgebung zu Hause und die Anonymität des Internets im Allgemeinen, ist die Fokussierung oftmals schwierig.

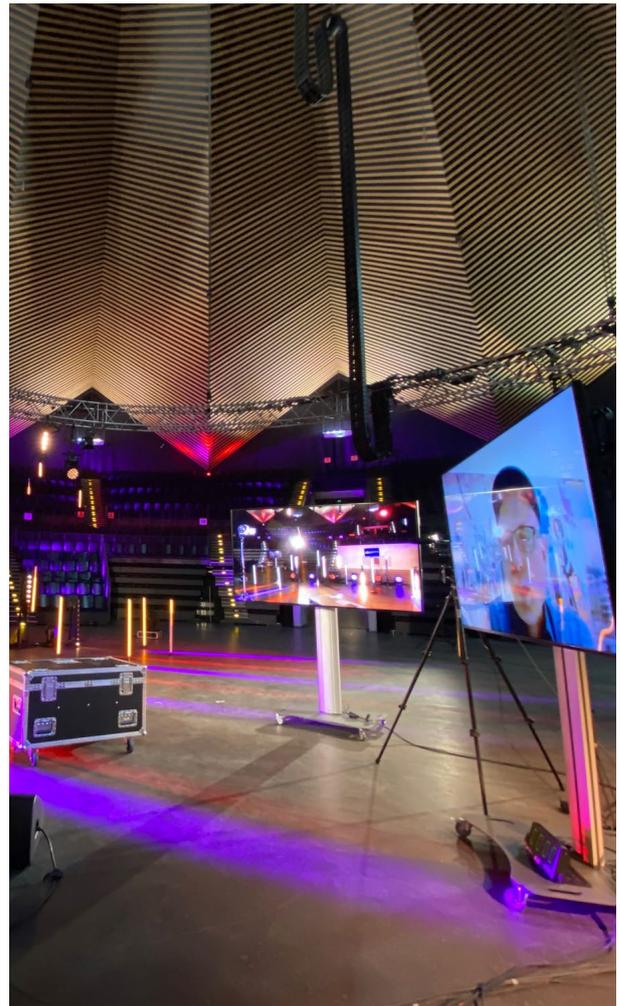


Daher ist es meist eine große Herausforderung die Aufmerksamkeit des Konsumenten zu fokussieren. Je nach Publikumsgruppe liegt die Aufmerksamkeitsspanne im Schnitt zwischen 15 Minuten und 2 Stunden. Längere Online-Events erfordern ein überaus fesselndes Thema als auch ein überdurchschnittlich interessiertes Publikum. Ein Vorteil für Inhalte, welche sich nicht in 2 Stunden abhandeln lassen, soll-

ten daher in verschiedene Teile aufgeteilt werden. So kann der Konsument auch ganz individuell entscheiden welches Thema für ihn von Interesse ist und sich das jeweilige Teilstück anschauen.

3. DYNAMIK GEGEN LANGEWEILE

Um bei dem Konsumenten für eine möglichst hohe Aufmerksamkeit zu sorgen empfiehlt es sich visuell besonders auf abwechslungsreiche Szenen zu setzen. Das heißt, dass während des Live-Stream zwischen mehreren Kameraperspektiven gewechselt wird oder gar einen oder mehrere aus der Bewegung filmenden Kameramänner zu engagieren, welche das Event begleiten. Hierzu mischt eine Live-Regie den jeweils besten Content abwechslungs- und facettenreich zusammen, so dass der Konsument stets das Gefühl hat vor Ort zu sein. Auch in der Gestaltung des jeweiligen Events sollte man auf Abwechslung setzen, so sollte eine Mischung aus verschiedenen, für das Event geeignete, Instrumente (Vortrag, Interaktion - Q & A, Talkrunden, Interviews, Webinare etc.) zurückgegriffen werden. Nichts ist tödlicher für die Aufmerksamkeit der Konsumenten als eine auf einem Stativ gedrehte Show!



4. ALLES ONLINE?!

Sicher ist das Online-Event eine perfekte Bühne für eine Vielzahl an Formaten. Allerdings lässt sich nicht alles so einfach und problemlos in die virtuelle Welt übertragen. Emotionen, Face-to-Face Interaktion oder gar ein spürbares Miteinander und das Erzeugen eines einmaligen „Wir-Gefühls“ lassen sich trotz technischen Fortschritt kaum bis gar nicht in die virtuelle Welt transferieren. Daher lassen sich in der Regel nur informative Konzepte problemlos virtuell umsetzen. Emotionsgebundene Events wie Teambuildings, Incentives oder Kundenbindungsevents werden auch zukünftig einem geselligen Get-together bedürfen.

GOOD TO KNOW - FAQ'S FÜR IHRE ONLINE-EVENTS

Welche Art von Events lassen sich als Online-Event inszenieren?

Sicher lassen sich nicht alle Eventformate eins zu eins in die virtuelle Welt übertragen. Jedoch bietet sich für Produktpräsentationen, Expertenvorträge, Workshops, Tagungen, Ansprachen und visuelle Informationsverbreitung im „World Wide Web“ oder im Intranet ein idealer Platz.

Wie viele Teilnehmer können das Online-Event verfolgen?

Jeder der einen Internetzugang hat, kann an einem solchen Event teilnehmen. Es gibt keine technische Begrenzung.

Wie interaktiv ist ein Online-Event?

Das hängt ganz von dem jeweilig gewünschten Nutzen ab. Dabei gibt es unterschiedlichste Möglichkeiten: Kommentarfunktion wie z. B. bei YouTube, diese sollten dann von einer Person gelesen, moderiert oder ggf. an die Akteure auf der Bühne weitergeleitet werden. Auch eine Integration in die Show mittels einer Einblendung ist dabei möglich. Der zusätzliche Einsatz einer Event-App für

Abstimmungen usw. ist innerhalb eines Konferenz-Tools möglich. Zum direkten Kontakt mit einzelnen ausgewählten Teilnehmer kann dieser bei Bedarf direkt über eine Live-Schaltung zugeschaltet werden. Um vor allem Emotionen und persönliche Erlebnisse der Konsumenten greifbar zu machen eignet sich die Initiierung von Event bezogenen Hash-tags (#). Somit können alle Teilnehmer Fotos, Kommentare oder Videos über Instagram o.ä. teilen. Besondere Inhalte können dann auch zeitgleich in das Event eingebunden werden.

Benötige ich gesondertes Equipment oder reicht ein Smartphone?

Als Teilnehmer und Konsument des Online-Events ist die Teilnahme über ein Smartphone oder Tablet ohne weiteres einfach und unkompliziert möglich. Für die Produktion eines Online-Events sollte jedoch auf professionelles Equipment zurückgegriffen werden, um qualitativ hochwertigen Content zu produzieren. Unabdingbar ist dabei beispielsweise eine Auflösung von mindestens 720p (HD), um eine zeitgemäße Bildqualität zu erreichen. Des Weiteren, sollte auch auf den

Ton besonderes Augenmerk gelegt werden. Denn mangelnde Tonqualität führt schnell zu großen Zuschauerverlust, da es zu anstrengend für den Konsumenten ist. Auch die Location und Akteure sollten jederzeit gut ausgeleuchtet sein. Die Beauftragung einer spezialisierten Technikfirma ist daher empfehlenswert für den Erfolg Ihres Online-Events.

Welche Locations eignen sich für die Produktion eines Online-Events?

Prinzipiell ist jede Location denkbar. Allerdings sollte man darauf achten, dass beispielsweise für ausreichende Schallabsorbierung gesorgt ist, um Echos von glatten Wänden zu vermeiden. Mit einer professionellen Technik lässt sich jedoch nahezu jede Location zu einem Online-Event Studio herrichten. Jedoch sollte immer auf eine hervorragende Internetverbindung geachtet werden, um ein qualitativ hochwertiges Online-Event auch problemlos streamen zu können. Nichts wirkt unprofessioneller als abgehackte Bilder und Tonsequenzen.

Über welche Kanäle kann ein Online-Event stattfinden?

Populäre Plattformen wie YouTube oder Facebook vs. eigener Streaming-Server: die Entscheidung über die Wahl des richtigen Kanals ist an viele Faktoren geknüpft und bedarf daher einer genauen Nutzen-Analyse. Soll eine möglichst hohe Aufmerksamkeit und ein gewisser Verbreitungseffekt erzielt werden, so empfiehlt sich eine der populären Plattformen. Soll jedoch lediglich ein ausgewählter Personenkreis angesprochen werden und hohe Aufmerksamkeit des

Konsumenten gewünscht sein, so empfiehlt sich ein eigener Streaming-Server, um das Online-Event ohne Ablenkung von weiteren YouTube Videos o.ä. anzubieten. Diese verringert in der Regel die Abbrecherquote der Konsumenten.

Benötigt der Konsument einen gesonderten Account oder muss er sich gar eine App o.ä. herunterladen?

Prinzipiell ist eine Teilnahme aufwandsarm für den Konsumenten. Es liegt ganz in der Hand des Organisators ob sein Online-Event Passwort geschützt werden soll oder freizugänglich über einen Link abrufbar sein soll. Auch ob beispielsweise eine Event-App für Abstimmungen o.ä. heruntergeladen werden muss, ist je nach Konzept individuell abstimmbaar.

Datenschutz, was muss beachtet werden?

Greift man auf einen eigenen Streaming-Server zurück, so kann man für eine „End-to-End“-Verschlüsselung, Zugang via Meeting-ID & Passwort sowie Verschlüsselung der Daten gemäß den Richtlinien der DSGVO sorgen. Entscheidet man sich für die Nutzung von YouTube oder Facebook so gelten deren Datenschutzbestimmungen und sollten mit den firmeneigenen verglichen werden.

Wie viel Vorbereitungszeit bedarf ein Online-Event?

Sobald ein Konzept und der gewünschte Nutzen des Online-Events feststehen, ist solch ein Event recht kurzfristig umsetzbar. Einige Tage Vorlauf sind völlig ausreichend. Das ist ein großer Vorteil für diese Formate.

Was kostet mich ein Online-Event?

Diese sind je nach Aufwand und gewünschtem Umfang schwer zu definieren. Komplettpakete für einen einmaligen Live-Stream gibt es bereits ab ca. 5.000 € netto inkl. Technik und professioneller Betreuung. Je nach gewünschter Teilnehmerzahl lässt sich ein Online-Event jedoch kostenmäßig, verglichen mit einer regulären Tagung o.ä., um ein vielfaches günstiger realisieren.

Ist ein Online-Event mehrsprachig umsetzbar?

Ja, aber nicht unbegrenzt. Die Ausführung in zwei Sprachen, beispielsweise gesprochener deutscher Sprache und untertitelter englischer Sprache ist durch einen Simultanübersetzer realisierbar. Auch das Einblenden eines Gebärdendolmetschers ist zu jeder Zeit während des Events möglich. Bedarf es einer mehr als zweisprachigen Realisierung ist dies jeweils individuell abzuklären.

Ist das Online-Event zeitlich festzulegen?

Um einen tatsächlichen Event-Charakter zu erzeugen ist die Terminierung zu einem festgelegten Zeitpunkt empfehlenswert. Ist jedoch keine Interaktion der Konsumenten erforderlich ist auch eine zeitlich ungebundene Umsetzung denkbar. Hierbei bekommen die Konsumenten einen Link zu einem vorher offline produzierten Event-Clip, welchen Sie sich zu einem individuellen Zeitpunkt ansehen können. Eine Bereitstellung eines verpassten Live-Stream Events zur Ansicht für Konsumenten ist selbstverständlich auch problemlos möglich.

Die 3 „W’s“ und Hirschfeld Touristik Event

Warum ist Hirschfeld der richtige Partner?

Wir bieten über 20 Jahre Event-Erfahrung am Markt und besitzen ein breites Portfolio an Kooperationspartnern. Hirschfeld ist eine Full-Service-Event-agentur für Ihre anspruchsvollsten Projekte und bieten alles aus einer Hand.

Wie hilft mir Hirschfeld dabei?

Mit unserem breit aufgestellten Netzwerk sorgen wir dafür, dass Ihr digitales Event langfristig im Kopf bleibt. Wir unterstützen bei der Suche und Buchung von Speakern und Moderatoren, Technikfirmen und Locationauswahl.

Was müssen Sie tun?

Setzen Sie sich mit uns in Verbindung, nennen Sie uns Ihre Rahmendaten für Ihr kommendes digitales Event und Ihre Anforderungen. Wir erstellen Ihnen ein aussagekräftiges Konzept inklusive Location, Technik, Moderator, Speaker, interaktive Teamaktionen und Allem, was dazu gehört.

Haben wir Sie neugierig gemacht?

Dann nehmen Sie gleich Kontakt zu uns auf: Hirschfeld Touristik Event GmbH & Co.KG, **Sascha Heide**, Senior Projektleiter & Gesellschafter

Tel.: +49 361 – 5581180

Mobil: +49 170 – 8143836

E-Mail: sascha.heide@hirschfeld.de