

Serie

Digitale Events gestalten

Digitale Lagerfeuermomente

Teil 1: So erzeugen Sie ein virtuelles Gemeinschaftsgefühl

von Melanie Eschle, Thorsten Jekel und Ralf Schmitt

Foto: © .shock - stock.adobe.com

Zur Zeit boomen digitale Events und ihre Anbieter schießen wie Pilze aus dem Boden. Doch perfekte Streamingtechnik ist noch keine Garantie für ein gutes Event. Dafür braucht es Emotionen und ein Gefühl von Gemeinschaft und es muss authentisch sein. Ebenso trägt eine gelungene Interaktion zum Erfolg bei. Wie Sie mit Ihren digitalen Events Begeisterung wecken können, erfahren Sie in dieser dreiteiligen Serie.

Der größte Vorteil von digitalen Events liegt in ihrer dezentralen Durchführung. Genau das stellt aber auch die größte Herausforderung dar: Schließlich soll ein gutes Event emotionalisieren und den persönlichen Austausch untereinander anregen. Doch wie funktioniert das digital, wenn jeder alleine am Bildschirm sitzt und das Event im Live-Stream verfolgt?

In Zeiten von Social Distancing bieten digitale Events mit ihrer standortunabhängigen Durchführung eine große Flexibilität und damit Planungssicherheit. Die Veranstaltung kann komplett digital oder aber in kleiner Runde in einem Pop-Up Studio stattfinden. Eine fast unbegrenzte Zahl an Zuschauern schaltet sich dann überregional

oder sogar weltweit in den Internet-Stream dazu. So weit, so gut – so langweilig. Jeder, der schon einmal ein Geisterspiel aus dem Fußballstadion angesehen oder sich in den Live-Stream eines Konzertes in einer leeren Halle reingeklickt hat, kennt das schale Gefühl, das danach bleibt. Das Programm findet zwar statt, aber es fehlt die Teilhabe am Event, die Emotionalität und vor allem das Gemeinschaftsgefühl.

Die Dramaturgie ist entscheidend

Um bei einem digitalen Event die Teilnehmer wirklich zu erreichen, ist es nicht genug, ein klassisches, analoges Veranstaltungskonzept einfach abzufilmen. Es muss inhaltlich und dramaturgisch an das neue Medium angepasst werden. Daher

ist neben der ersten Säule, einer einwandfreien Technik, eine zweite Säule mit einer guten, digitalen Veranstaltungsdramaturgie unerlässlich. Nur so gelingt es, die verbindenden "Lagerfeuermomente" zu schaffen, die ein Event emotional und damit für die Teilnehmer einzigartig machen. Nicht ganz einfach über die Distanz zum Geschehen und alleine am Bildschirm sitzend.

Nähe über die Distanz herstellen

Vor allem gemeinsame Aktionen rufen das Gefühl hervor, Teil einer großen Gemeinschaft zu sein. Damit sorgen besonders interaktive Programmpunkte eines digitalen Events dafür, sich aktiv am Geschehen zu beteiligen und so eine höhere Verbundenheit aufzubauen. Sie sollten ganz

bewusst in die Veranstaltungs-dramaturgie eingebunden werden.

Möglichkeiten zur gemeinsamen digitalen Interaktion

Interaktion ist auch im digitalen Raum möglich. Sie muss nur neu gedacht, gezielt eingesetzt und vor allem bewusst gefördert werden. Es gibt einige technisch einfach umsetzbare Möglichkeiten, die Teilnehmer aktiv einzubinden:

Chat

Bei den meisten Streaming-Anbietern ist eine Chatfunktion bereits integriert. Diese sollte unbedingt genutzt werden, denn sie bietet dem Veranstalter eine Standleitung direkt zu den Teilnehmern. So lassen sich zum Beispiel Fragen stellen und Reaktionen auf Redebeiträge erhalten. Es empfiehlt sich, einen eigenen Redakteur für den Teilnehmer-Chat einzusetzen, um schnell auf die eingehenden Kommentare und Fragen reagieren zu können.

Gute Webmoderation

Der ganz praktische Umgang mit einem Teilnehmer-Chat zeigt es schnell: Eine gute Webmoderation ist für die direkte Ansprache unerlässlich. Sie sollte die Teilnehmer nicht nur gut durch das Programm führen, sondern sie auch für die Interaktionsmöglichkeiten aktivieren und gegebenenfalls anleiten. Natürlich muss der Input am besten sofort in die Gespräche des Events eingebunden werden. Die Teilnehmer sollten sich tatsächlich wahrgenommen fühlen und spüren, dass sie echten Einfluss ausüben können. Ein echter Pluspunkt ist es, wenn der Webmoderator auch bei kleineren technischen Problemen direkt behilflich sein kann. Dies sorgt dafür, dass die Bedürfnisse der Teilnehmer nicht in der anonymen Masse verloren gehen.

Stimmungsabfragen / Wordclouds

Über den Chat hinaus gibt es eine Vielzahl an digitalen Tools, die für Stimmungsab-



Kreative Ideen zur gemeinsamen Interaktion schaffen einen Mehrwert bei digitalen Events.

fragen oder Wordclouds eingesetzt werden können. Diese Tools sollten so bedienerfreundlich wie möglich ausgewählt werden und nach Möglichkeit ohne weitere Installationen einfach browserbasiert laufen. Um Interaktionen optimal mit den Teilnehmern durchführen zu können empfiehlt es sich, mit einem Two-Device-Konzept zu arbeiten. Hier schauen die Teilnehmer den Live-Stream auf einem Device – meist dem Computerbildschirm, Tablet oder Smart-TV, und nehmen parallel mit ihrem Smartphone an den Interaktionsmöglichkeiten teil. Auf diese Weise kann unkompliziert über einen eingblendeten QR-Code zu den Interaktionstools geleitet werden.

Quiz

Um die online präsentierten Inhalte nachhaltiger zu verankern, bietet sich ein Quiz mit den Teilnehmern an. Ähnlich wie bei der Stimmungsabfrage können bei verschiedenen Tool-Anbietern individuelle Wissensspiele erstellt werden, an denen sich die Teilnehmer einzeln oder auch in Teams beteiligen können. Die Auswertung erfolgt in Echtzeit und kann im Live-Stream ansprechend visualisiert werden.

Event-Pakete

Um die Teilnehmer auch möglichst multisensorisch in das digitale Event einzube-

ziehen, können vorab Pakete verschickt werden. Der Inhalt ist auf die jeweilige Veranstaltung angepasst und stimmt auf das gewünschte Thema ein. Bei einer Tagung könnte der Inhalt aus Kaffeebecher, Instantkaffee, Tagungssnack oder gebrannten Give-Aways bestehen. Zu einem Produktlaunch werden vielleicht Proben oder ein Modell des Prototypen verschickt. Oder das Paket enthält von Glühwein über gebrannte Mandeln, Wichtelmütze und einem kleinen Präsent alles, was eine digitale Weihnachtsfeier braucht. Der Kreativität sind hier fast keine Grenzen gesetzt.

Gemeinsame analoge Aktionen

Das Event-Paket kann auch als Startschuss für gemeinsame, analoge Aktionen genutzt werden. Wie wäre es mit einem Kochevent, für das vorab die Zutaten direkt nach Hause geschickt werden? Das gemeinsame Kochen wird dann über den Stream angeleitet. Dasselbe Konzept eignet sich auch für einen gemeinsamen Kurs zum Cocktail mixen oder ein Gin-Tasting ... Vielleicht backen die Mitarbeiter bei der Weihnachtsfeier gemeinsam Kekse mit einer Backmischung aus dem Event-Paket?

Gemeinsam digital sichtbar

Eine wunderbare Möglichkeit, den Teilnehmern ein Gesicht zu verleihen, sind zum

Beispiel Mediawalls. Hier kann jeder seine Ideen oder Fotos zu einem bestimmten Thema hochladen, die dann in Echtzeit von den anderen angesehen werden können. Bleiben wir beim Keksbeispiel, könnte etwa

– angeleitet vom Webmoderator – ein Preis für die kreativste Backdekoration ausgelobt werden. Oder die Mitarbeiter machen Selfies von sich vor dem Bildschirm, lichten einen Gegenstand zum Veranstaltungsthema ab etc. Sich aktiv einzubringen macht Spaß und sorgt für Sichtbarkeit.

Eine besonders wirksame Variante ist ein gemeinsamer Unternehmensfilm: Die Mitarbeiter reichen jeweils kleine Handyvideo-Sequenzen zu einem vorgegebenen Thema ein. Aus diesen Schnipseln kann recht unkompliziert und schnell ein kurzes Video erstellt werden, das noch lange nachwirkt – und an dem alle beteiligt waren.

Events vorhanden, lassen sich Nähe und Mitwirkung an vielen Stellen und auf vielfältige Weise in ein Streaming-Event integrieren. Je emotionaler das Event wirken soll, desto hybrider muss bereits bei der Konzeption gedacht werden, um die digitale mit der analogen Welt zu verschmelzen. Dabei sorgen vor allem die zwischenmenschlichen Töne dafür, dass ein auf den ersten Blick sehr technisches Veranstaltungsformat authentisch und persönlich bei den Teilnehmern ankommt. ■



Weitere Tipps und Tricks finden Sie in dem Buch "Digitale Events" aus der Reihe "30 Minuten" erschienen bei GABAL

Je emotionaler – desto hybrider

Ist erst einmal ein Bewusstsein für die Bedürfnisse der Teilnehmer eines digitalen

Autorenkontakt

Ralf Schmitt

Buchautor und Geschäftsführer bei Impulspiloten GmbH
info@impulspiloten.de



ANZEIGE

SCHALLENKAMMER® MAGNETSYSTEME

Ideen, die sich lösen lassen.

Nichts gibt Ihnen so viel Orientierung wie Magnetismus.
Außer vielleicht eine gute Idee.

Bedruckte Magnete und Magnetschilder sind überall dort unentbehrlich, wo es um schnell anwendbare und einfach austauschbare Informationen geht.

Sie unterstützen die Visualisierung in Lean- und KAIZEN-Prozessen, sie leiten und organisieren, sie präsentieren und dekorieren. In der Logistik werden sie zur Kennzeichnung von Regal- und Lagerplätzen eingesetzt, in der Produktion dienen sie zum Beispiel als Warntafeln an



Entdecken Sie unsere neue Homepage!

Maschinen oder als magnethaftende Überschriften und Logos für Informations- und Visualisierungstafeln. Das Management nutzt sie zur Visualisierung von Wertströmen.

Lassen Sie Ihre Fantasie spielen, und nutzen Sie die Möglichkeiten unserer unverzichtbaren Helfer. Farblich bedruckt, mit beschreibbarer Oberfläche, in unterschiedlichen Formen sind sie so vielfältig einsetzbar, wie Sie es sich nur vorstellen können. Wir freuen uns auf Ihre Anfrage...



Magnetsysteme | Magnetgummi | Magnetfolie | Bedruckte Magnete | Magnethaftflächen
Tel +49 9367/98977-0 | Mail info@schallenkammer.de | Web www.schallenkammer.de