

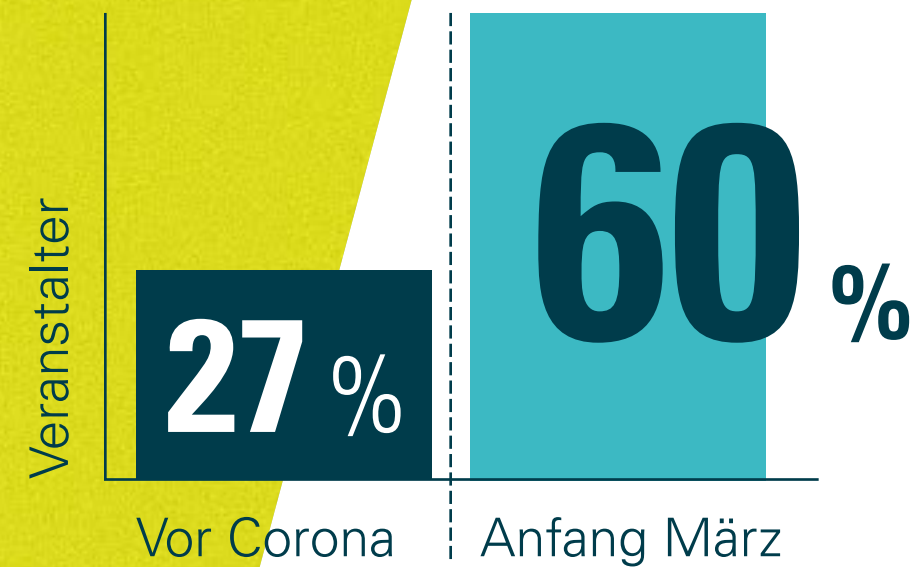
BEYOND EVENT HORIZON

BUSINESS EVENTS IM NEUEN NORMAL

HERBST 2020

RADIKAL DIGITAL

EIN WANDEL AUF FAST FORWARD



Vor Corona hielten 27 % der Veranstalter hybride Events für die Zukunft. Und Anfang März? Mit 60 % mehr als doppelt so viele.

(Quelle: Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.)

Seit März wurden 620 Messen abgesagt oder verschoben – allein in Deutschland.

(Quelle: Statista)



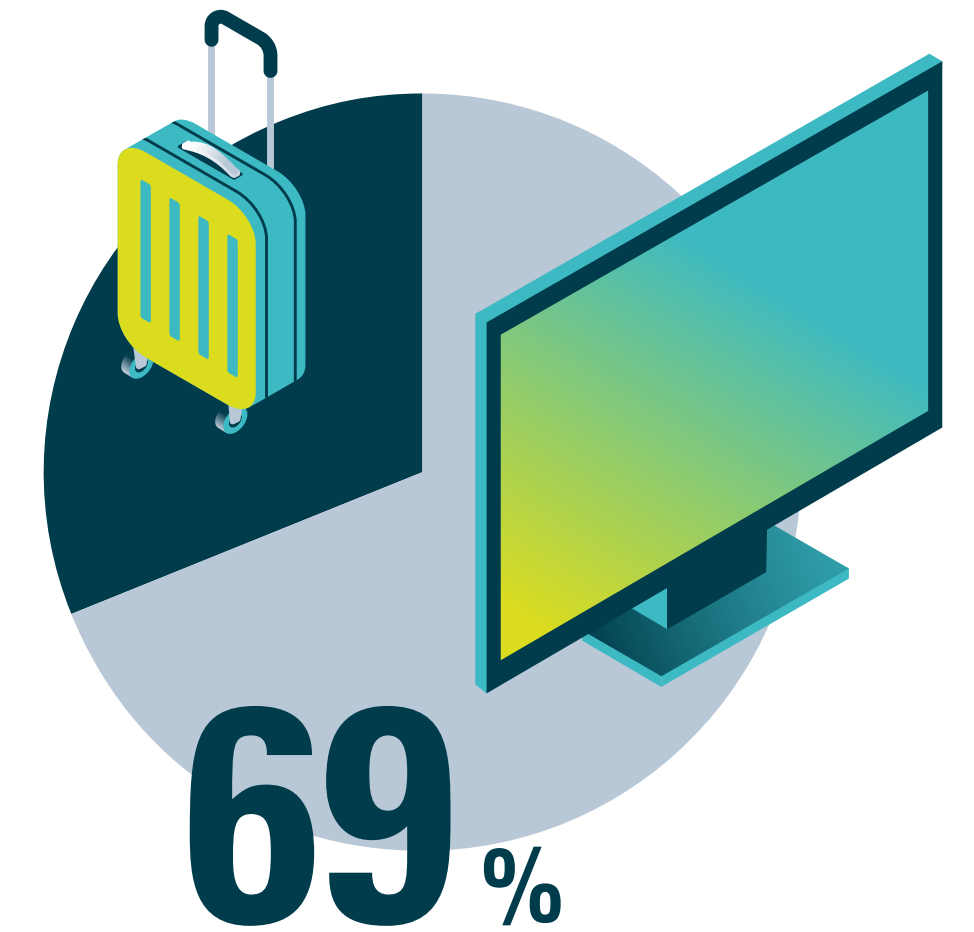
12 MIO. neue Nutzer gewann MS Teams im März in **7** TAGEN.

(Quelle: zdnet.de vom 20.03.2020)

1/3

1/3 aller Konferenzen wurden erstmals virtuell durchgeführt.

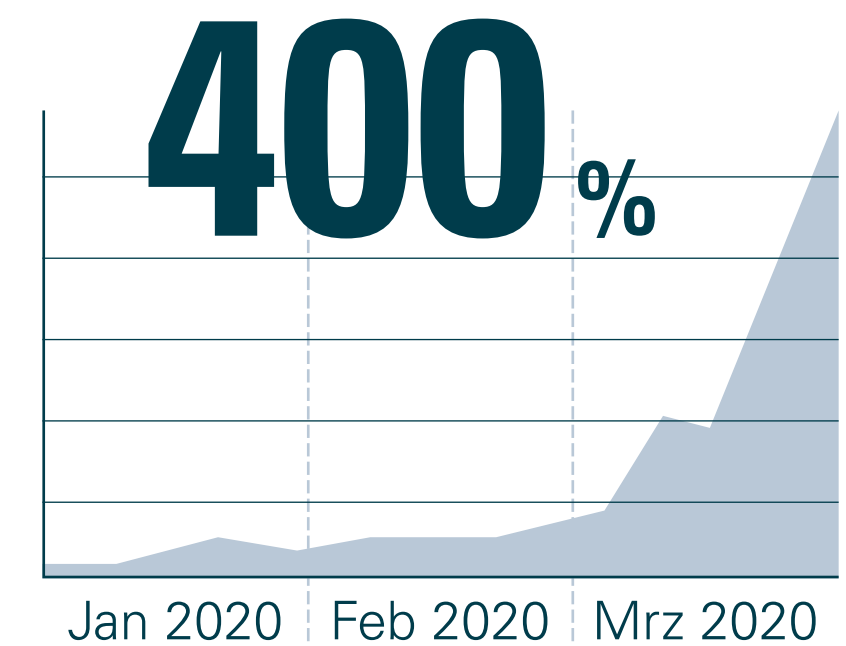
(Quelle: ibusiness.de vom 25.06.2020)



69 % der Geschäftsreisen wurden seit März durch virtuelle Meetings ersetzt.

(Quelle: wiwo.de vom 21.06.2020)

Der Wert der „Zoom“-Aktie ist in der ersten Jahreshälfte 2020 um 400 % gestiegen.



NUR JETZT?

DIE VORTEILE VON DIGITALEN EVENTS SIND ZEITLOS.

**Wesentlich höhere
Reichweiten – bei
gleichzeitig höherer
Flexibilität**

**Neue
Networking-
Möglichkeiten**

**Digitale Events
sind nachhal-
tiger (Klima-
Fußabdruck,
Müllmenge)**

**Ihr Erfolg lässt
sich objektiver
messen**

**Oft günstiger:
Kosten steigen
nicht proportional
zur Teilnehmerzahl**

**Bessere
Personalisierbarkeit,
viel Raum für
Überraschungen**

**Keine
Abhängigkeit
von einem
konkreten Ort**

The background image shows a wooden desk with two laptops. The laptop on the left has a skull sticker and 'ST. PAULI' text. The laptop on the right has various tech stickers including 'CORKCICLE', 'DIGITAL PIONEERS', and 'aws'. A dark blue diagonal overlay covers the center of the image, containing yellow text.

Ist die Digitalisierung der Business-Events eine vorübergehende Erscheinung? Nein. Denn die Erfahrungen mit digitalen Events sind überwiegend positiv. Persönlicher Austausch auf Live-Veranstaltungen bleibt auch im „neuen Normal“ wichtig, findet jedoch im Vergleich zu früher in stark reduziertem Umfang statt.

EVENTTYPEN

IM „NEUEN NORMAL“

„DIGITAL, VIRTUELL – IST DAS DASSELBE?“

Virtuelle Events sind eine Form digitaler Events. Teilnehmer treffen sich dabei in einer quasi-räumlichen digitalen Umgebung. Umgekehrt gilt das nicht: Ein Video-meeting ist zwar ein digitales, aber ohne digitale Räumlichkeit kein virtuelles Event.



DIGITAL UND VIRTUELL

Kostenneutral skalierbar

- Gastgeber und Teilnehmer: an unterschiedlichen Orten
- Event nur digital erfahrbar, meist exklusiv
- **V1:** kein physischer Raum (nur Webcam-Bilder oder präsentierte Inhalte)
- **V2:** physischer Raum (Bühne, Lounge, Studio)
- **V3:** virtueller Raum (Greenscreen, 3D-Rendering, virtuelles Publikum/Avatar-Upload)
- **V4:** Kombination aus verschiedenen Szenarien (z. B. AR-Elemente auf reale Szene gesetzt)
- Uni- oder bidirektional ausgerichtet



PHYSISCH

Preis skaliert mit Teilnehmern

- Gastgeber und Teilnehmer: am gleichen Ort
- Physisch begrenzt, exklusiv oder im Verbund (Messen, Kongresse)
- Meist grds. bidirektional ausgerichtet



HYBRID

Preis flexibel steuerbar über Verhältnis Präsenz/online

- Gastgeber und Teilnehmer: am gleichen Ort und digital
- Physisch begrenzt, digital flexibel, exklusiv oder im Verbund
- Uni- oder bidirektional ausgerichtet

DIE GESAMTE WERTSCHÖPFUNGSKETTE **DIGITALISIEREN**

Neue Event-Horizonte

Digitalisierte Events bieten ganz neue Wege für die Auseinandersetzung mit den Zielgruppen – und stärken so die Integration des kommunikativen Ökosystems.

1

EINLADUNG

- Einladungen via E-Mails (Teil eines Marketing Automation Workflows) und Social Media (organic und paid)
- Nutzung interaktiver Ad-Formate wie LinkedIn Conversation Ad oder Lead Gen Forms
- Analoge Erlebnisbegleitung zum digitalen Event
- Digitale Previews/ Keyholes als Teaser
- Eindrucksvolle Effekte (wie persönliche Hologramm-Einladung)

2

EVENT

- Event zusätzlich streamen (öffentlich oder privat)
- Interaktion für zusätzliche Insights/ Daten (Umfragen)
- Neue Tools, neue Möglichkeiten (digitale Whiteboards, Live-Umfragen, digitale Arbeitsräume)
- Verschiedene Level mit verschiedenen Leistungen (Voll-, Teilzahler)

3

FOLLOW-UP

- Automatisierte Danke-Mailings mit Material-Download (Marketing Automation zum Lead-Nurturing)
- Kurze Meinungserhebung zum Event (SurveyMonkey u. a.)
- Infos zu ähnlichen Events, passenden Inhalten (Newsletter/Blog) und Social Media

4

KEEP-IN-TOUCH

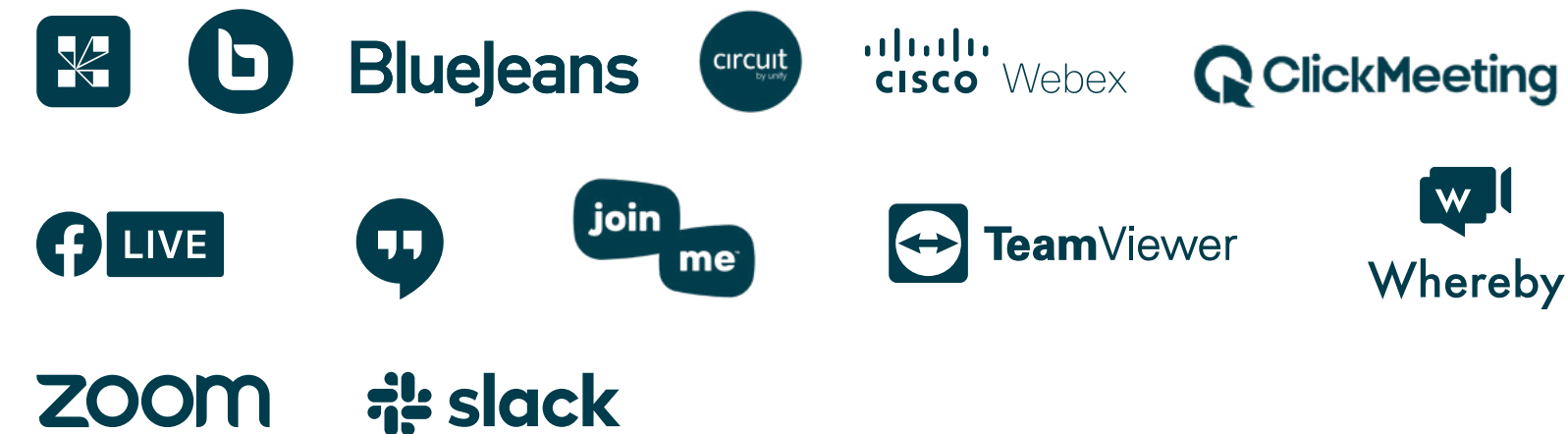
- Ankündigung von Anschluss-Events
- Aufforderung zum Folgen auf sozialen Kanälen („keine News verpassen“)
- Thematisch passende weitere Anlässe bewerben (Webinar, Blogbeitrag etc.)
- Retargeting der Eventbesucher über Social Media

DIE QUAL DER TOOL-WAHL

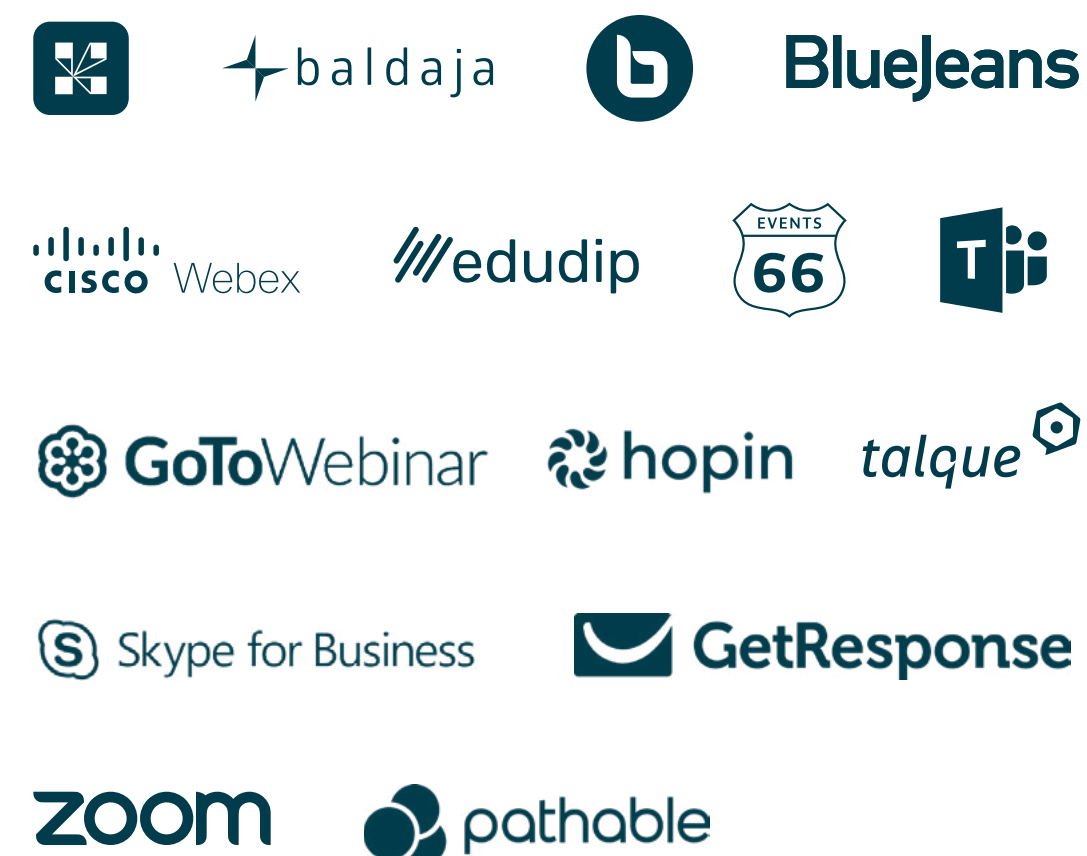
Live-Streaming (1:n):



Meetings (kleine Gruppen):



Digitale Konferenzen und Webinare (viele der oben genannten Tools bieten Erweiterungen an):



Virtuelle Messen/Räume:



Kommunikationsanbindung Marketing/Vertrieb:



Es gibt genauso viele Tools wie Anforderungen. Diese Vielfalt kann eine Herausforderung sein. Am Anfang steht daher immer eine möglichst genaue Anforderungsanalyse. Denn für jedes Budget, jeden Anspruch und jeden Maßstab kommen andere Lösungen in Betracht. Die Erreichbarkeit von Kommunikationszielen, die bestehende Marketing- und Systemlandschaft sowie die zur Verfügung stehenden Ressourcen bilden meist das ausschlaggebende Kriterien-Set.



BEKANNTES FORMAT NEUE UMSETZUNG

- › WORKSHOPS & SEMINARE
- › PRESSEKONFERENZEN
- › MITARBEITER-EVENTS
- › UNTERNEHMENS-EVENTS

**BEKANNTES FORMAT –
NEUE UMSETZUNG:**

WORKSHOPS & SEMINARE

Mit der richtigen Kombination verschiedener Tools steigern Sie Motivation und Partizipation Ihrer Teilnehmer.

AUDIENCE INTERACTION STEIGERN MIT MENTI- METER ODER SLI.DO

- Teilnehmer*innen wählen sich über ihren Browser in die Live-Umfrage ein.
- Die Moderation löst die Anzeige der Ergebnisse selbst aus.
- Das Publikum wird so aktiv und sinnvoll eingebunden.

ARBEITEN AM WHITE- BOARD MIT MIRO, SAME- PAGE ODER BLUESCAPE

- Teilnehmer*innen bearbeiten das Board und sehen Änderungen in Echtzeit.
- Es entsteht kein Gefühl isolierter Arbeit, sondern starker Kollaboration.
- Die Moderation geschieht ohne Bruch direkt im Whiteboard.

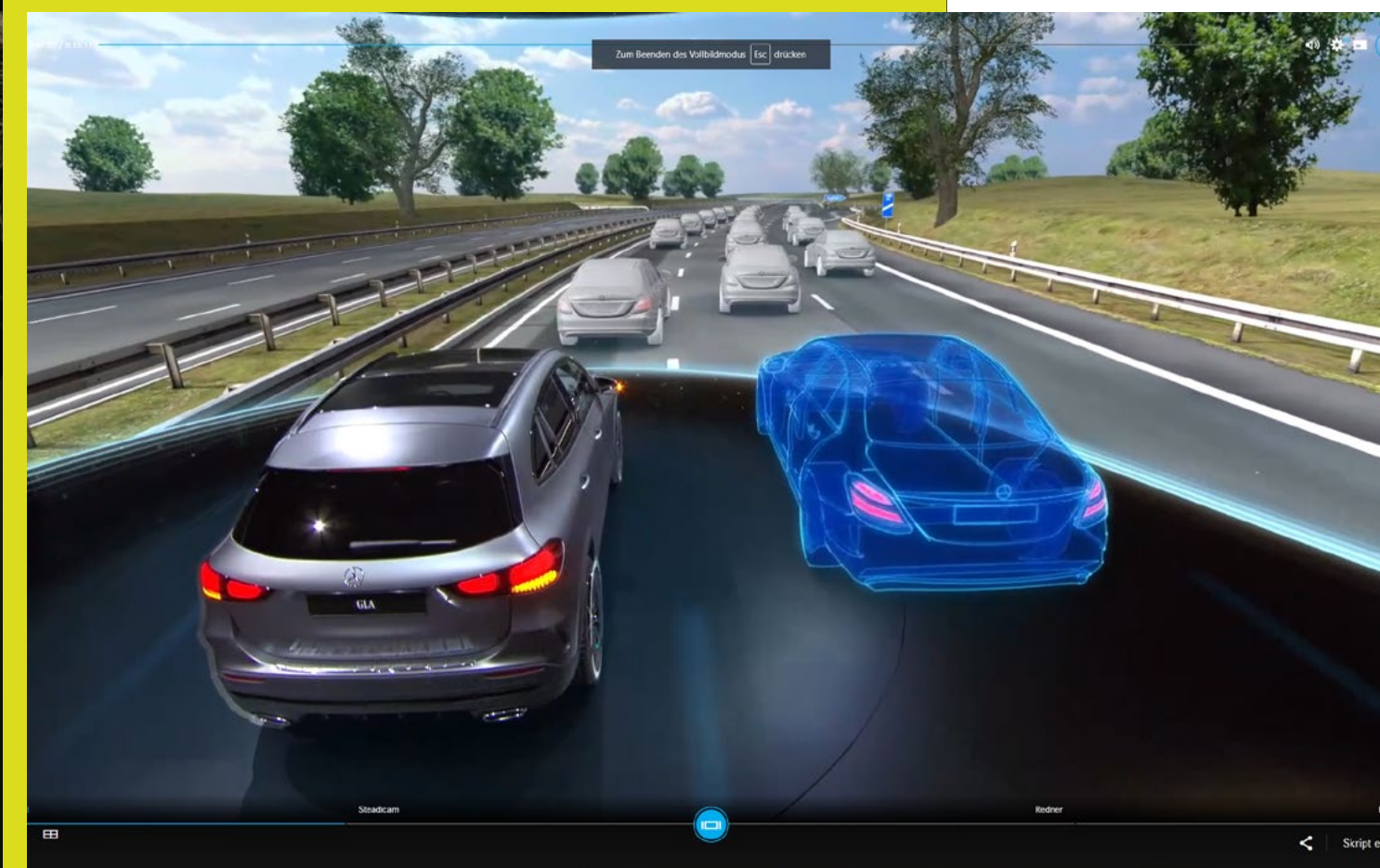
TEAMZUSAMMENARBEIT IN BREAKOUT-RÄUMEN

- Teilnehmer*innen eines virtuellen Vortrags können in Einzelräume wechseln.
- Beispiele: Teilaufgaben, Gruppenarbeit, Einzelgespräche
- Nach getaner Arbeit kehren die Teilnehmer*innen zurück in das große Meeting.



**BEKANNTES FORMAT –
NEUE UMSETZUNG:**

PRESSE- KONFERENZEN



Die digitale Pressekonferenz offeriert viele neue Möglichkeiten. Die Kombination aus Real- und virtuellen Elementen kann viel Mehrwert bieten. Ebenso wie die Darreichung von Info-Snippets in verschiedenen Formaten in Echtzeit.

BEISPIEL:

VORSTELLUNG MERCEDES-BENZ GLA

- Mercedes-Benz enthüllt auf einer digitalen Pressekonferenz den neuen GLA.
- Set-up: Bühne mit Greenscreen, automatische Kameras, 3D-Motion-Tracking.
- Ola Kalänius steht mit dem Wagen auf einer Drehscheibe im „echten“ Studio.
- 3D-Elemente erscheinen wie Hologramme über einer der Perspektiven.
- Zuschauer wählen ihre favorisierte Ansicht selbst.
- Aus dem Livestream lassen sich jederzeit native Screenshots exportieren.

VERGLEICHBARE BEISPIELE:
Vorstellung Porsche Taycan, Nissan Ariya,
BMW iX, Samsung Galaxy Unpacked



**BEKANNTES FORMAT –
NEUE UMSETZUNG:**

MITARBEITER- EVENTS

Mit einem kreativen Event-Kit können Sie Mitarbeiter schnell und effektiv einbinden. Auch hier ist digitale Partizipation ein besonderer Faktor: Live-Umfragen oder das gemeinsame Arbeiten am digitalen Whiteboard steigern Motivation und Partizipation.

BEISPIEL:

DIGITALE TOWNHALLS

- Ecke im Foyer in festes Studio verwandeln (und grundsätzlich für digitale interne Kommunikation nutzen)
- Übers Internet streamen (mit Anmeldung), wenn die Unternehmens-IT nicht geeignet ist
- Aufzeichnung im Intranet zur Verfügung stellen
- Interaktionen integrieren, etwa kurze Mitarbeiter-Umfragen (z. B. Mentimeter)
- Nach Möglichkeit immer Chat als Rückkanal integrieren (meist höheres Engagement als live)

BEKANNTES FORMAT – NEUE UMSETZUNG:

UNTERNEHMENS- EVENTS

The stage is yours! Hier sind der Fantasie keine Grenzen gesetzt. Ob digitale Hausmesse, Keynote-Liveschalt über den ganzen Globus oder integrierte Sales- und CRM-Aktivitäten mit Tools wie Hubspot, um Teilnehmer langfristig zu binden: Die Event-Zukunft ist jetzt.

BEISPIEL:

DIGITAL X DIGITAL EDITION

- Das sonst physische Event DIGITAL X der Digitalisierungsinitiative der Deutschen Telekom wurde 2020 virtuell ausgetragen.
- Das Set-up: Mix aus Vorträgen und Talkrunden auf virtuellen Bühnen, Studiobeiträge mit Moderation und Liveschaltungen.
- Aussteller können in einer virtuellen Messehalle über einen Chatroom mit „Standgästen“ virtuell in Verbindung treten.



VERGLEICHBARE BEISPIELE:
IMEX Frankfurt / Planet IMEX, HP Creators of Tomorrow, DMG Mori Digital Event Seite

FÜR JEDE ANFORDERUNG DAS RICHTIGE EVENT

DIE WICHTIGSTEN
FRAGEN, DIE SIE SICH
STELLEN SOLLTEN

Gibt es eine analoge Vorlage?

Welche Erfahrungen
gibt es aus der
Vergangenheit?

Was ist Ziel des Events?

Etwa Information,
Verkauf oder
Networking

Existieren feste Partner, die Sie einbeziehen können?

Agenturen, Catering,
technische Dienstleister
etc.

An welche Marketing- landschaft muss das Event angeknüpft werden?

Tools, Funnels etc.

Wie ist der Budgetrahmen?

Machen Skalen-
effekte Sinn?

Welche technischen Anforderungen gibt es?

Bandbreite, Video-
Equipment, Entwickler für
AR-Effekte, Location für
Aufnahmen, Zielhardware,
app- oder browserbasiert

Was ist die ideale Teilnehmerstruktur?

Technische Affinität, be-
kannte/neue Teilnehmer,
Umfang, Geografie und
Demografie etc.

Welche Anforderungen gibt es an den Datenschutz?

Ausschluss von Tools,
Anforderungen an Server-
Standorte, Videoaufnahmen,
DSGVO-Zustimmungen etc.

OB HYBRID, DIGITAL ODER VIRTUELL: MIT UNS MEISTERN SIE ALLE EVENTUALITÄTEN.

Palmer Hargreaves GmbH

palmerhargreaves.de

Christian Pottkämper

cpottkaemper@palmerhargreaves.com

0179 701 90 67

Eva Steffen

esteffen@palmerhargreaves.com

0160 338 69 61

JETZT
UNVERBINDLICH
ANFRAGEN.



Christian Pottkämper
Senior Account Manager



Eva Steffen
Senior Account Manager

QUELLENVERZEICHNIS

- **Bluescape:** <https://www.bluescape.com/blog/bluescape-showcases-new-ways-to-create-design-and-collaborate-at-adobe-max-2019/>
- **Digital X:** <https://www.digital-x.eu/digital-edition/>
- **DMG Mori:** https://digital-event.dmgmori.com/prelaunch?region=de_DE
- **Galaxy unpacked:** Screenshots aus <https://youtu.be/CmS5rIX9cDA>
- **HP Creators of Tomorrow:** <https://www.youtube.com/watch?v=yxcoidCcamA>
- **Mercedes GLA Vorstellung:** Screenshots aus <https://media.mercedes-benz.com/gla?video=f6e384e9-480c-4d0e-964a-af5d7574fc3c>
- **Miro:** https://miro.com/static/images/page/mr-index/index-experiment/meetings_and_workshops.png?001
- **Sli.do:** <https://www.sli.do/build/img/product/polls/slido-polls-wall-f49de5abc7.png>