



TEMA-Artikel | August 2020



Hybride Konferenzen – zwei Veranstaltungen in einer

Die Corona-Pandemie stellt uns vor neue Herausforderungen. Quer durch alle Branchen sehnen sich die Menschen zunehmend nach sozialen Kontakten, Messen und Branchentreffs. Nicht zuletzt der Small-Talk in der Kaffeepause wird vermisst. Vertriebler scharren mit den Hufen und Produktmanager brauchen Input und Marktkontakt.

Allerdings dürfen, können oder wollen viele Interessierte im Moment und wohl auch in nächster Zeit nicht reisen. Das führt zu einer gewissen Skepsis gegenüber der Planung von Konferenzen oder Kongressen. Reine Online-Veranstaltungen gab es viele – aber die Interaktion fehlt. Die Kommunikation geht nur in eine Richtung – viele Teilnehmer schalten im wahrsten Sinne des Wortes ab.

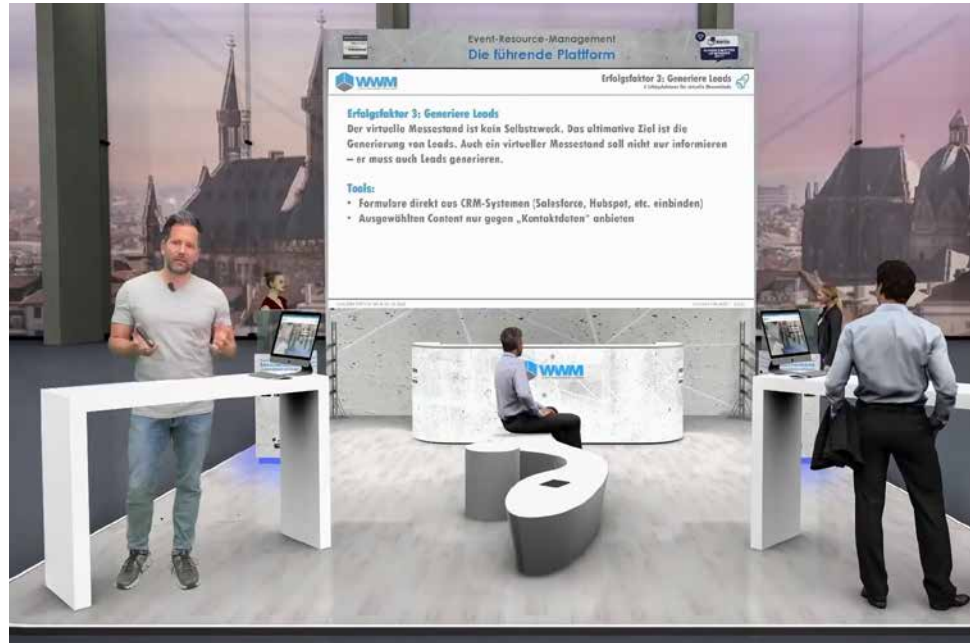
In dieser Situation ist die **Zusammenführung von Präsenz und Online-Event eine ideale Lösung**: Die Vorteile beider Ansätze werden kombiniert und erweitert. Und auch den „virtuellen“ Teilnehmern kann man eine Kaffeepause mit Kontaktchancen anbieten ... und sie genießen die Vorteile von gesparter Anfahrt und völlig fehlendem Ansteckungsrisiko.

Diese Features sollten hybride Konferenzen aufweisen und dann sogar Vorteile vor reinen Präsenz-Veranstaltungen ausspielen:

1. Die Teilnahme ist sowohl durch Präsenz vor Ort, möglich. Dies gilt für Teilnehmer, Vortragende und Aussteller. Moderne Veranstaltungstechnik macht es möglich: Online Teilnehmer können ohne Reiseaufwand am Computer teilnehmen und mit den Referenten und anderen Teilnehmern in Interaktion treten und z.B. Fragen stellen, abstimmen, Wortbeiträge liefern oder interaktiv zu einer Ideensammlung beitragen – jeder kann beispielsweise in die Word Cloud schreiben oder neue Zweige in eine Mindmap einfügen.



2. Referenten können ihre Präsentation vor Ort oder auch live online halten. Oder auch eine Konserve einspielen lassen, das muss für die Teilnehmer nicht sichtbar sein. In jedem Fall genießt man den zusätzlichen Vorteil: Präsentationen werden aufgezeichnet und stehen den angemeldeten Teilnehmern für einen begrenzten Zeitraum zur Verfügung. Selbst die Fragerunden werden aufgezeichnet und können online gestellt werden – es entsteht ein direkter Dialog mit dem Vortragenden und den Interessenten. Wie weit ein Fragesteller seine Identität preisgibt oder in den Fokus der Eventkamera genommen wird, kann individuell entschieden werden.



3. Neue Möglichkeiten ergeben sich auch für Aussteller und Sponsoren. Ein Kamerteam berichtet live von der Ausstellung und präsentiert die Aussteller für die Online-Teilnehmer, führt Interviews durch und füllt so die Kaffeepausen für die Zugeschalteten. Alternativ können Aussteller auch virtuell teilnehmen, Produkte präsentieren, Filme zeigen, zur Fragerunde zur Verfügung stehen. Vorteil bei der Online-Teilnahme: Hier können ohne großen Aufwand Vertriebsleute, Service, Entwicklung, Unternehmensführung und Recruiting vom Schreibtisch aus bei Bedarf mitreden – dies vermittelt hohe Kompetenz und Präsenz. Produktpräsentationen können

auch über einen virtuellen Ausstellungsstand die Messesituation simulieren und unterschwellige Botschaften, Unternehmensgröße, Stil und CI lancieren.

4. Hybride Veranstaltungen sorgen für mehr Glamour und mehr Interaktion: Zum einen gewinnt man leichter Star-Referenten, die sich virtuell zu einer Keynote zuschalten und nicht aus USA oder China anreisen müssen. Auch bei Podiumsdiskussionen ist die Hürde viel niedriger, für eine Stunde Branchengurus, Politiker, Chefentwickler zu integrieren. Und dann wird noch die Schwelle für alternative Veranstaltungsformate niedriger: Elevator Pitches können online genau so gut sein wie live. Online-Barcamps haben durchaus ihre Vorzüge, man kann in der eigenen Rechnerumgebung von zuhause oft noch besser Beiträge leisten. Brownbag-Sessions oder Slams können durchaus online brillieren, ein Feuerwerk entfachen aus rhetorischer Brillanz und technischen Effekten.



Hinzu kommt die digitale Kaffeepause – hier laden Aussteller oder Referenten in sogenannten Break-Out-Räumen zu speziellen Themen ein. Vertrieb, Experten oder auch Rekruter der Aussteller stehen explizit für Fragen zur Verfügung, ohne zwingend am Ort zu sein – aber jeder kann mit allen Fachleuten in Kontakt treten. Das schafft neue Möglichkeiten für die zielgerichtete Ansprache. Somit verpassen die

Online-Teilnehmer nur den Kaffee. Den müssen Sie dann doch selbst holen ... was man aber auch als Vorteil interpretieren kann: Für Online-Teilnehmer, denen ja das Catering entgeht, ist die Konferenz in jedem Fall eine preiswertere Lösung, nicht nur wegen der entfallenden Reisekosten.

Und ein weiteres Problem mit Online-Tagungen lösen die hybriden Formate: Oft ist man ausgerechnet am entscheidenden Tag verhindert. Früher bekam man, wenn's hoch kommt, ein paar Folien noch zugeschickt. Heute kann man als Teilnehmer noch eine Woche oder einen Monat später die Sessions live genießen und meist auch im Nachhinein mit den Referenten chatten.



So sind „hybride Konferenzen“ keineswegs nur Notlösung, sondern kommen mit eigenen Chancen und Vorteilen daher. Und sie schaffen es, in Corona-Zeiten der Normalität ein Stück näher zu kommen. Sie tragen dazu bei, dass sich Investitionen und Innovationen wieder schneller drehen!

