

## Hybrid bloß wegen Corona? Oder war es schon längst überfällig?

Seit dem Beginn der Pandemie haben Hybrid Events Konjunktur. Zum Glück, denn diese Entwicklung ist längst überfällig. Hybrid-Events können Zeit und Kosten sparen oder sogar zusätzliche Elemente in Veranstaltungen einbringen. Wenn man ein paar wichtige Dinge beachtet.

Als Basis eines jeden hybriden Events dient der klassische Event als Zusammenkommen zum gemeinsamen Erleben, Austausch von Wissen und Netzwerken. Die zweite Komponente setzt sich aus allen möglichen Kommunikationskanälen, Technologien und Geräten zusammen, die Menschen heute nutzen, um miteinander in Verbindung zu treten.

Durch die Bündelung der modernen Kommunikationskanäle wird nicht nur breite Aufmerksamkeit bei den Zielgruppen erreicht, sondern auch wesentlich persönlichere und intensivere Erlebnisse, als es „klassische“ Werbung, Public Relations oder Sponsoring-Maßnahmen vermögen.

Alle Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die nach 1980 geboren wurden, werden heute als Digital Natives, digitale Ureinwohner, oder auch als Generation Y bezeichnet.

Sie sind größtenteils mit Computern und dem Internet aufgewachsen und erachten das Leben in einer digital vernetzten, interaktiven Gesellschaft als selbstverständlich.

### Was zeichnet die digitalen Natives aus:

- Verschaffen sich ihr Wissen über das Internet und sind es gewohnt Informationen sehr schnell zu empfangen
- Kommunikation findet im digitalen Raum statt
- Zunehmende Mobilität
- Steigende Lust an Individualisierung
- Hunger nach außergewöhnlichen Ereignissen

- Gedeihen bei sofortiger und häufiger Belohnung
- Höhere Affinität gegenüber erlebnisorientierten Veranstaltungen
- Lieben im Multitasking zu arbeiten
- Wahrgenommen und (geistig) verarbeitet wird, was anspricht und gefällt
- Wissen muss schnell abrufbar sein; nicht langfristig gespeichert werden
- Der Fokus ihrer Wahrnehmung liegt eher auf visuellen als textbasierten Inhalten
- Funktionieren am besten, wenn sie vernetzt sind - Teamwork im Sinne von Interaktion und Netzwerken
- Risikobereitschaft und schnelles Handeln
- Probieren, Umsetzen und gegebenenfalls wieder Verwerfen von Ideen

All jene Personen, die nicht mit Computer, Mobiltelefon und E-Mails aufgewachsen sind werden als Digital Immigrants bezeichnet. Sie mussten sich schrittweise mit den technologischen Neuerungen vertraut machen und stehen ihnen häufig voreingenommen gegenüber. Themen wie die eigene Privatsphäre und der Schutz der persönlichen Daten spielen einen weitaus höheren Stellenwert.

### **Neuer Eventkonzepte**

Eventproduzenten stehen daher vor der Herausforderung, ihre Konzepte und Strategien an zwei höchst verschiedene Zielgruppen anpassen zu müssen. Sie müssen ausreichend digital für die Digital Natives und gleichzeitig ausreichend analog für die Elterngeneration gestaltet sein.

Da der Anteil der Generation Y an den Event-Zielgruppen beständig steigt wird die Integration Mobiler Applikationen, Social Media und standortbezogener Dienste in die Eventstrategie der Zukunft zunehmend wichtiger werden.

Aber letztendlich bestimmt der Zweck bzw. das Ziel die Technik:

- Eine Handvoll Menschen möchte sich besprechen? Dann genügt eine Video- oder Telefonkonferenz.

- Möchten Sie einen Vortrag vielen Menschen zugänglich machen? Dann ist wohl der zeit- und ortsunabhängige Videostream das Mittel der Wahl.
- Es soll einen Feedback-Kanal geben, sodass Fragen gestellt werden können? Dann nutzt man am besten einen Videolivestream mit Chat-Funktion.
- Präsentationen sollen zusätzlich geteilt oder Dokumente gemeinsam bearbeitet werden, da ist Kreativität bei der gemeinsamen Nutzung von Anwendungen gefragt oder eine der eigens dafür geschaffenen Plattformen
- Das Ganze soll adrett und gebrandet beim Zuseher ankommen? Das Programmieren diverser Szenen mit mehreren Ebenen ist unerlässlich. Spätestens jetzt sollte Lichtsetzung, Hintergrund Gestaltung, Kamerabild- und Tonqualität nicht mehr dem Zufall überlassen werden
- Sollen die Teilnehmer außerdem untereinander individuelle Gespräche führen können? Dann wird es schon sehr komplex. Hier kommt das virtuelle Event ins Spiel.

Einige Tools stehen dem Anwender kostenlos zur Verfügung, haben allerdings Einschränkungen bezüglich Teilnehmerzahl oder Anwendungslänge.

### **Schnittstelle Mensch - Storytelling 2.0**

Storytelling wird seit Jahrtausenden zur Weitergabe von komplexem Wissen in Kulturen angewandt. Dabei spielt es keine Rolle, ob sie auf wahren Tatsachen oder fiktiven Elementen aufgebaut ist; Hauptsache der Kern der Inhalte wirkt im Unbewussten weiter, Erkenntnisse reifen heran oder sozio-kulturelle Zusammengehörigkeit entsteht.

Die Aufmerksamkeit des Publikums aufrecht zu erhalten, stellt Redner nicht erst seit „virtuell“ vor eine Herausforderung, schließlich müssen Nachrichten versendet, E-Mails beantwortet und Synapsen entspannt werden.

- Eisbrecher bringen die Zuseher auf ein gemeinsames Level. Einfache Übungen wie Aufstehen und sich seinem Nachbarn vorstellen,

Aufwärmübungen ausführen oder Fragen identifizieren, die im Laufe der Präsentation beantwortet werden. ... Conclusio: Interaktivität ist zu erwarten

- Den Inhalt in eine Geschichte verpacken, bei der der Status quo erläutert und der Weg zur Verbesserung enthüllt wird
- Videos einplanen, um emotionale Reaktionen hervorzurufen. Ein kurzer Clip, der die Zuseher in die angemessene Stimmung versetzt
- Unser Hirn denkt nicht linear, warum nicht auch in seiner Präsentation hin und her springen und auf die Bedürfnisse des Publikums eingehen. Die Übersicht über das „Große Ganze“ dabei nicht aus den Augen verlieren und gegebenenfalls in Erinnerung rufen
- Fragen auch während der Präsentation einplanen. Bereits nach 10 Minuten geht die Aufmerksamkeit gegen Null. Nach Zuschauerfragen erkundigen und die Antworten in die Präsentation einbauen
- Integration von Meinungsumfragen holt den Fokus des Publikums wieder zurück
- Diverse Plattformen ermöglichen Fragen, Votings, Quizzes, Wortwolken und Mindmaps anonym, interaktiv und in Echtzeit
- Requisiten sind eine fantastische Möglichkeit andere Sinne anzusprechen
- Die Bühne mit anderen Rednern wie Designern, Partner, Führungskräften oder auch Publikumsmitglieder (nur mit Absprache) teilen und die Geschichte gemeinsam erzählen
- Mittels Event-Walls nicht nur dem Publikum vor Ort ermöglichen Reaktionen zu zeigen oder ihren emotionalen Status zu visualisieren zeigt Wertschätzung
- Stell die Besucher in den Mittelpunkt all Ihrer Aktivitäten
- durch mediale, haptische und soziale Erlebnisse auch den trockensten Inhalt zu digitaler Anschlussfähigkeit und Gehör verhelfen.
- Gewinnspiele und Wettbewerbe
- Gamification: die Spielifizierung des Kommunikationsprozesses, bei der durch Einführen von Erfahrungspunkten, Fortschrittsbalken, Ranglisten, virtuellen Gütern oder Auszeichnungen die Motivation gesteigert werden soll, die ansonsten als wenig herausfordernden

und als zu monoton empfundenen Aufgaben zu erfüllen.

- Alternate Reality Games: Inhalte, Geschichten und Ziele sollen möglichst erlebnisorientiert und einprägsam an Mitarbeiter und Kunden vermittelt werden. Fundiert aufbereitet und in Rätselformate verpackte Abenteuergeschichten erzeugen digitales Theater zum Mitspielen im Kopf und lassen virtuelle und reale Welten verschwimmen. (eScape your place)

### **Mit Freude gehe ich an Neues heran**

Erhalten Teilnehmer die Möglichkeit, durch eigenes Mitwirken elementare Bestandteile eines Events selbst zu gestalten, steigt auch automatisch ihre persönliche kognitive und affektive Beteiligung an der Veranstaltung. Werden sämtliche Plattformen und Kommunikationskanäle wie Facebook, Instagram, YouTube, Twitter und Co sinnvoll miteinander verknüpft als auch aufeinander bezogen, so erweisen sich Hybrid Events als regelrechter Awareness- und Involvement-Booster.

Es gilt diese Spielweise zu betreten, sei bereit, von deinen Besuchern zu lernen nutze alle Möglichkeiten, die dir die digitale Welt bietet und scheue dich nicht davor, Neues selbst auszuprobieren und kennenzulernen.

### **Key Takeaways**

- Von der einfachen Telefonkonferenz bis hin zum virtualisierten Großevent: Das Ziel und der Zweck bestimmen die Technik. Nicht umgekehrt.
- Bei Hybrid-Events gilt es sehr genau zu bedenken, wer die Zielgruppe der Veranstaltung ist. Nicht alles funktioniert für alle.
- Storytelling 2.0 - Um das Publikum zu fesseln, braucht es Ideen, Interaktion und packende Geschichten. Denn anders als bei einem Präsenz-Event ist es beim Hybrid-Event sehr einfach, „abzuschalten“ und zu gehen.

