

MOBILE FIRST

by plazz AG



01/2021

MEA, hopin, Zoom
Virtuelle Welten im Vergleich

plazz AG ist Preisträger!
Deloitte Fast 50 Award der
schnellstwachsenden
Tech-Unternehmen

Zurück in die Zukunft
Virtuelle Events sind
gekommen, um zu bleiben

MEA Webinare
Termine 2021

"On The Way To New Work"
Interview mit M. Trautmann

CEO GOLFCUP 2021



Informationen und
Anmeldungen unter:
www.exklusiv-golfen.de



In Kooperation mit
WORLD GOLF & BUSINESS CLUB

Mit freundlicher Unterstützung





Vorwort

Liebe Kunden & Partner,

wussten Sie, dass sich das Wort „Krise“ im Chinesischen aus zwei Schriftzeichen zusammensetzt? Zum einen aus „Gefahr“ und aus „Gelegenheit“.

Wir alle haben mit Corona unseren Alltag geändert, die Möglichkeiten der **Digitalisierung** genutzt und zuweilen uns gefreut über weniger Reisen, mehr Zeit für das Wesentliche.

Für unsere Branche, welche wir die letzten 8 Jahre sehr erfolgreich mit unserer **SaaS Plattform** Lösung bedienen konnten, hat sich über Nacht viel geändert. Veranstaltungsverbote, Lockdown, Working from Home – nichts war auf einmal mehr normal – der Begriff **Resilienz** machte die Runde – die Fähigkeit an Krisen zu wachsen. Allerdings geht es bei Resilienz weniger um eine Rückkehr in den ursprünglichen Zustand, als vielmehr um

eine Anpassung an veränderte Verhältnisse.

Einfach gesagt: Wenn die Gäste nicht mehr zum Event kommen können, kommt das Event eben zum Gast. Konferieren in Krisenzeiten geht nun digital. Wo früher primär unsere nativen Apps auf den Smartphones und Tablets vor Ort zum Einsatz kamen, bedienen wir die Nutzung am PC in Form der **browserbasierten Web App**, welche für Videostreaming und Videobroadcasting aufgerüstet wurde.

Schnell wurde klar: virtuelle Konferenzen, digitale Tagungen, Online Messen sind durchaus eine zeitgemäße, effiziente Alternative zu den physischen Veranstaltungen. Durch virtuelle Events lassen sich **Reichweite, Interaktivität** und **Kommunikation** im Rahmen einer Veranstaltung multimedial wesentlich vergrößern. Die Live-Kommunikation in alle Richtungen ermöglicht es den

Teilnehmern weltweit, virtuell am Event teilzunehmen und sich „live“ einzubringen, selbst wenn sie physisch nicht vor Ort sein können.

Die ersten **100 virtuellen Events** konnten wir erfolgreich mit unseren Lösungen begleiten. Live-streaming, Video Conferencing, Videobreakouts, die Lernkurve zeigt steil nach oben. Die Vielfalt virtueller Events wird größer, das Publikum von Woche zu Woche anspruchsvoller, die Veranstalter kreativer und unsere Lösungen stetig besser.

Freuen Sie sich über unsere erste Kundenmagazin-Ausgabe im Corona Zeitalter.

Herzliche Grüße & bleiben Sie gesund!

Jürgen Mayer, CEO plazz AG

Inhalt

Herausgeber
plazz AG

Verantwortlich
Jürgen Mayer
Bahnhofstraße 5a
99084 Erfurt

Mail: sales@plazz.ag

Registergericht:
Amtsgericht Jena
Registernummer:
505688

USt-IdNr.:
DE256569567

Konzeption & Design
Andreas Beständig
Linh Vu
Miriam Aissaoui
Ronja Leine

Redaktion
Jürgen Mayer
Stephan Rode
Andreas Beständig
Sandra Heidrich

Druck
Erscheinungsweise
Zweimal jährlich
Auflage 10.000

 **Mobile Employee App**
by plazz AG

 **Mobile Event App**
by plazz AG

 **PLAZZ**

05 plazz Inside

Die neuen Mitarbeiter im plazz Team
Webinar Termine 2020 und
Deloitte Fast 50 Award

08 Rund um virtuelle Events

Optimierung, Empfehlungen, Überblick

16 Remote Managed Studio

Die Produktion Ihres Lives Streams durch plazz

18 FAQ Live Streams

Fragen zu Anbietern, technische Anforderungen,
Datenschutz, Teilnehmer uvm.

20 Hybride Events - (R)Evolution

Eine längst überfällige (R)Evolution

24 "On The Way To New Work"

Interview mit Dr. Michael Trautmann

26 Das plazz System

Ein Einblick in das CMS und die Servicestruktur

36 Partnerschaft plazz & doo

Interview mit Geschäftsführer Christoph Sedlmeir

38 Zurück in die Zukunft

Wie werden Events Post-Corona aussehen?
Budgetumschichtung Richtung 'virtuell'



PLAZZ *Inside*



Erfurt
Entwicklung & Operation

München
Management & Sales



14
Dax-Konzerne als Kunden



450
B2B-Kunden



3 Kernprodukte

- Pre-Event-Page
- Virtual Event App
- Check-in Lösung

+ Mobile Employee App



**400 Event-App
Einsätze 2020**
*für virtuelle, hybride
und Live-Events*



36
Mitarbeiter



Auszeichnung 2020
Deloitte Fast 50 Award

Deloitte Fast 50 Award für plazz

Am Dienstag den 1. Dezember 2020 wurde die plazz AG mit dem Deloitte Technology Fast 50 Award ausgezeichnet.

Die Platzierungen basieren auf dem prozentualen Umsatzwachstum der letzten vier Geschäftsjahre [2016-2019].

Die plazz AG konnte ein Wachstum von 210 Prozent in diesem Zeitraum erzielen. Das nachhaltige profitable Umsatzwachstum wurde durch die selbst entwickelte SaaS Lösung ([www.mobile-event-app.com /](http://www.mobile-event-app.com/)

www.mobile-employee-app.com) erzielt.

Jürgen Mayer, CEO der plazz AG blickt stolz auf ein solides Umsatzwachstum der vergangenen Jahre zurück und nahm den Preis bei der virtuellen Preiszeremonie freudestrahlend entgegen.

Die erzielten Gewinne der letzten Jahre investiert die plazz AG sukzessive in eine neue Lösung, deren Markteinführung für Frühjahr 2021 bevorsteht.

„Die Preisträger des Deloitte Technology Fast 50 zeigen mit ihren Produkten und Services, wie sich Innovationen und unternehmerischer Erfolg vereinen lassen“, erklärt Dr. Andreas Gentner, Partner und Leiter des Bereichs Technology, Media & Telecommunications EMEA bei Deloitte.

Der Preis von Deloitte wurde bereits zum achtzehnten mal vergeben. Frühere Gewinner in Deutschland waren Unternehmen wie Celonis, Freenet u.w.

Deloitte.

Gewinner

Technology Fast 50 Award 2020

Powerful Connections



50 | Technology Fast 50
2020 Deutschland

Unsere Live Webinare 2021: Virtuelle & hybride Events

Die MEA Academy, verortet in der plazz AG in Erfurt, lud das ganze Jahr über bestehende Kunden und Neukunden zu Workshops, Power User Sessions und Get-together-Events ein.

Mit dem Einbruch der Corona Pandemie haben wir die Events in Form von Webinaren mit unserem eigenen Produkt realisiert. Die Flexibilität in der Umsetzung, die Effektivität für alle Parteien und der Zuspruch waren so positiv, dass wir für 2021 ausschließlich virtuelle Events zur

Demonstration der MEA, Einführungsschulungen und Ähnlichem abhalten – im Folgenden unser vorläufiger Event-Kalender für das erste Halbjahr 2021.

In einem zweiwöchentlichen Rhythmus bietet unser Customer Support Team mittwochs ein Webinar zur Basis-Einführung in das CMS und die Mobile Event App an. Die Zielgruppe sind Neukunden und Bestandskunden.

Folgende Termine sind geplant:
13. Januar, 27. Januar,

10. Februar, 24. Februar,
10. März, 24. März, 7. April,
21. April, 12. Mai, 26. Mai.

Darüber hinaus halten wir in regelmäßigen Abständen Sales-Webinare ab, teilweise in Kooperation mit Partnern. Die ersten Termine sind der 19. Januar und 03. Februar.

JETZT REGISTRIEREN!

<https://plazz.ag/mea-academy>

Webinare 2021

JANUAR

**Basis-Einführung in
das CMS und die MEA**
13.01.2021
27.01.2021

Sales-Webinar
19.01.2021

FEBRUAR

**Basis-Einführung in
das CMS und die MEA**
10.02.2021
24.02.2021

Sales-Webinar
03.02.2021

MÄRZ

**Basis-Einführung in
das CMS und die MEA**
10.03.2021
24.03.2021

APRIL

**Basis-Einführung in
das CMS und die MEA**
07.04.2021
21.04.2021

MAI

**Basis-Einführung in
das CMS und die MEA**
12.05.2021
26.05.2021

Neu bei plazz

Einer der ersten Kollegen im neu geschaffenen **Content Team** heißt **Gregor Mendel**. In seiner beruflichen Laufbahn konnte er sich bereits einige Skill-Sets im erfolgreichen Umgang mit Kunden aneignen und übernimmt bei uns zukünftig die Betreuung und Integration der Inhalte im Rahmen unserer Kundenprojekte.



Nach ihrem neunmonatigem Design Trainee ist sie seit November fester Bestandteil des **Design Teams**. **Franziska Näther** ist als **Product Designer** hauptsächlich für die Gestaltung der Web App zuständig. Sie unterstützt das Team durch ihre Erfahrungen im Content Creation Bereich und einem abgeschlossenen Studium der Medien- und Kommunikationswissenschaften.

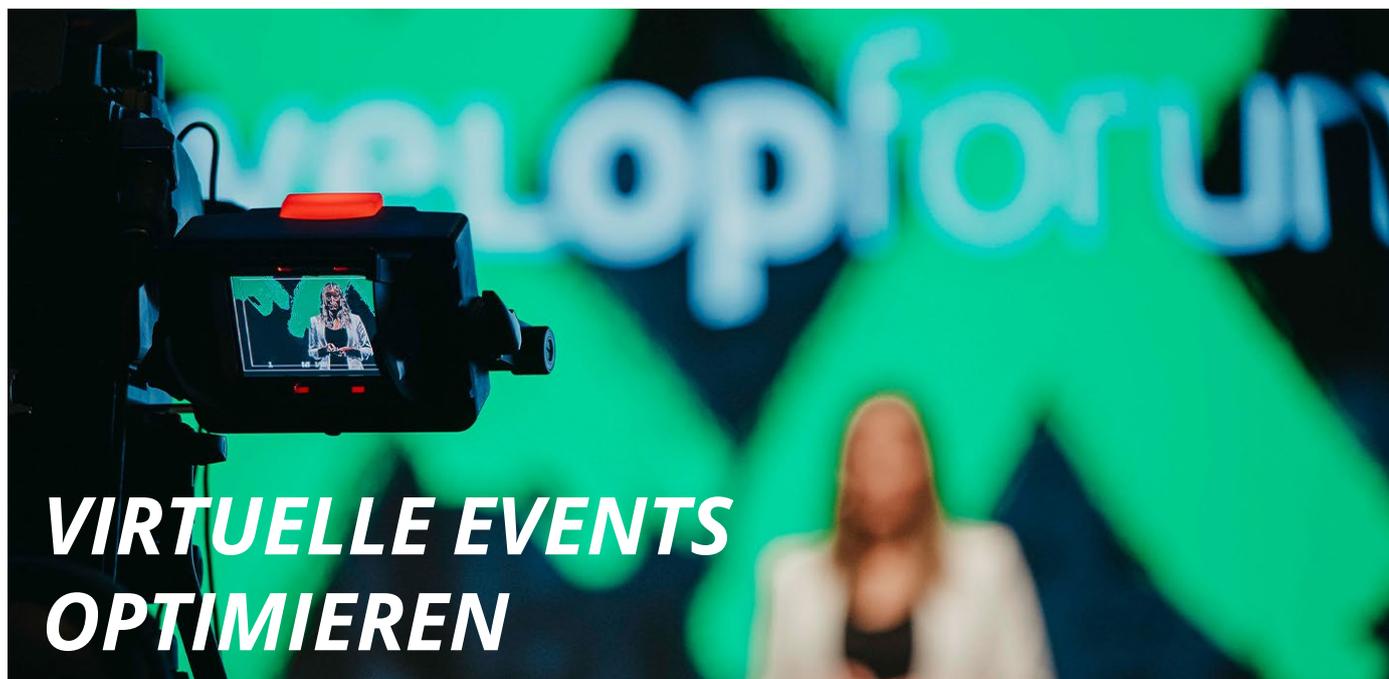


Unser neuer **Software Engineer** ist **Julius Onen** und wurde in Kampala, Uganda geboren. Mit einem Cisco Zertifikat in der Tasche, wird er als Teil des **Dev-Ops Teams** entwickeln, testen und Werkzeuge und Integrationen pflegen, die es der Entwicklung ermöglicht, Software schnell und zuverlässig auszubauen, zu inspirieren und freizugeben.



Das **Marketing Team** wird seit November durch einen Werkstudenten, im dualen Studium bei uns, verstärkt. **Linh Vu**, staatlich geprüfter Mediengestalter, studiert BWL mit Fachrichtung Marketing und Digitale Medien an der IBA Erfurt und wird sein Vorwissen aus der Ausbildung und Inhalte seines Studiums in unserem Unternehmen anwenden können.





VIRTUELLE EVENTS OPTIMIEREN

Wie wird Ihr virtuelles Event erfolgreich - Praxisbeispiele

Wie gestalte ich einen virtuellen Event genauso interessant wie eine echte Veranstaltung, in der sich die Teilnehmer von Angesicht zu Angesicht miteinander austauschen können und die Veranstaltung auch gern bis zum Ende verfolgen. Wir haben inzwischen mehrere Dutzend solcher virtuellen Events erfolgreich mit unserer Applikation begleitet und helfen gern bei der Frage „Wie machen das eigentlich andere Unternehmen?“ Sie müssen das Rad nicht komplett neu erfinden, sondern können sich Anregungen holen und gute Ideen erweitern und Ihren Ansprüchen anpassen. Die Vielfalt virtueller Events wird größer, das Publikum anspruchsvoller und die Veranstalter kreativer. Ging es im April / Mai noch darum, das Event irgendwie ins Internet zu bringen, lassen sich Veranstalter und Event Agenturen immer mehr einfallen, um ihre Teilnehmer tatsächlich in ihre Events zu integrieren. Die positiven Erfahrungen, welche unsere Kunden gemacht haben, beinhalten mehr Reichweite und Interaktivität, globale Dimension durch weltweites zuschalten von Experten oder Gästen, hohe Flexibilität bei Umfang und Ablauf und natürlich positives Feedback der Gäste. Im Folgenden einige zentrale As-

pekte bei der Durchführung ihres virtuellen Events:

E-Mail Kommunikation

Egal wie groß oder wie weitreichend Ihr digitales Event aufgesetzt ist, eine professionelle Mailing-Struktur ist grundlegend. Denn alle virtuellen Event-Formate benötigen in der Regel eine E-Mail-Kommunikation, um die Ansprache rund um das Event sicherzustellen. Die Einladungs-Mail, eine Anmeldebestätigung, der Link zum Event, die Erinnerungsmail, das Nachfassmailing – da kommt einiges an Mail-Nachrichten zusammen. Wichtig ist daher, dass bereits gute Mail-Möglichkeiten in die virtuelle Event Plattform eingebaut sind und dass der Anbieter technisch auch Einrichtungen wie SPF, DKIM berücksichtigt hat. Wir zeigen Ihnen gerne wie einfach in unserer virtuellen Event Plattform Sie Ihre Mails anlegen, verwalten und versenden.

Begrüßung / Onboarding Gäste

Gehen Sie wie bei einer realen Veranstaltung davon aus, dass die Teilnehmer bereits einige Minuten vor Event-Beginn online sein werden. Auch wenn Ihre Zuschauer nicht vor Ihnen sitzen und Ihnen der direkte Blickkontakt fehlt, können Sie Ihr Publikum bereits beim Betreten

des virtuellen Veranstaltungsraumes mit einer freundlichen Begrüßung abholen, indem Sie beispielsweise eine Nachricht vor Start des Livestreams mittels einer Grafik einbinden oder zeitlich gesteuerte Push-Nachrichten verwenden, wie die MEA sie anbietet. Neben einem freundlichen Empfang können so auch gleich weitere organisatorische Hinweise platziert werden.

Agenda

Mittels der Agenda gliedern Sie Ihre Veranstaltung wie gewohnt in unterschiedliche Vorträge, Themenworkshops, Pausen oder Breakout-Sessions. Keynotes und Vorträge können Sie dabei ganz klassisch mit einem oder mehreren Sprechern umsetzen, denen die Zuschauer vor dem Bildschirm zuhören können. Um trotz der Entfernung dennoch eine Interaktion stattfinden zu lassen, empfehlen wir, das Publikum Fragen über die Wall of Ideas direkt an die Sprecher stellen zu lassen. Mittels Kommentare oder Likes können diese entweder schriftlich beantwortet oder für den Live-Vortrag gerankt werden. Ein Moderator kann so das Geschehen auf dieser Art Pinnwand verfolgen und den Sprechern die am häufigsten gelikten Fragen stellen.



Mittels Kommentare oder Likes können diese entweder schriftlich beantwortet oder für den Live-Vortrag gerankt werden. Ein Moderator könnte das Geschehen auf dieser Art Pinnwand verfolgen und den Sprechern die am häufigsten gelikten Fragen stellen. Neben den Vorträgen können die Nutzergruppen auch an unterschiedlichen und parallel stattfindenden Breakout Sessions teilnehmen. Auch hier bietet sich das Einbinden unserer Wall of Ideas für Text- und Bildbeiträge an. Nutzen Sie die Möglichkeit Ihre Teilnehmer während der Pausen zu überraschen, indem Sie beispielsweise kleine Lunchpakete verschicken oder je nach Gruppengröße eine virtuelle Coffee Break ins Leben rufen, in der sich die Nutzer wie auf einem realen Event austauschen können.

Videotechnologie

Der zentrale Aspekt bei virtuellen Events ist das Thema Videoübertragung – dabei gilt es zu unterscheiden zwischen dem Thema Videostreaming und der Videokonferenz.

- > Live Streaming – die Aufnahme erfolgt meist mit Videokamera
- > Videokonferenz/ Videomeeting Tool – die Aufnahme erfolgt meist vom PC, Smartphone

Live Streaming

Mit Hilfe von Video Live Streaming können Events jeglicher Art einer großen Anzahl an Zuschauern weltweit bereit gestellt werden. Die Video- und Ton-Qualität der Übertragung per Live Stream ist besonders gut (4K, Full-HD) und der Stream kann sich automatisch an die vorhandene Internetbandbreite des Users anpassen (adaptive Bitrate-Streaming). Wenn Top-Qualität Ihr wichtigstes Kriterium ist, sollten Sie auf einen Live Stream setzen. Damit die Qualität stimmt, besteht immer eine gewisse Latenz-Zeit (Zeitverzögerung vom Sender zum Empfänger). Die Live Streaming-Option hat fast immer einen präsentierenden Charakter. Dennoch besteht die Möglichkeit der Interaktion mit dem Publikum über unsere Chatfunktion oder die Wall of Ideas oder das Voting. Der Vortragsgebende kann live auf die Fragen der Zuhörer eingehen und antworten. Wichtig ist ein Picture in Picture Modus damit der Stream auch weiterläuft, während man auf einen anderen Button in der Anwendung klickt.

Videokonferenz- / Videomeeting Tool

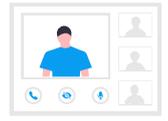
Videokonferenz, Videomeeting oder Webinar – es gibt viele Bezeichnungen, die das Gleiche

meinen: eine Videokonferenz online. Sie sind für die interaktive Kommunikation mit Video in einer kleineren bis überschaubaren Gruppe gedacht. Mit sehr geringer Verzögerung bis hin zu Echtzeitkommunikation verbinden sich die Teilnehmer via Computer und Webcam oder Smartphone. Gerade für Meetings oder Videokonferenzen im Team ist diese Möglichkeit sinnvoll. Aber auch für Besprechungen mit Kunden könnte es das Richtige sein, da bei den meisten Tools einfach ein Link mit Einladung versendet wird, ohne dass die Teilnehmer sich eine Software herunterladen müssen. Der Bildschirm kann geteilt werden und es wird online präsentiert. Die Qualität des Videos ist ein geringere, da die zu übertragene Datenmenge gering gehalten werden muss. Auch hierfür haben wir eine Technologie bei uns adaptiert und die Jitsi Videokonferenz Technologie eingebaut, so dass unsere Kunden die Lösung nutzen können für 1:1 Meetings oder kleine Gruppen Video-Breakouts oder alternativ Aussteller die eine Videosprechstunde anbieten. Zudem können wir die gängigen Live Videokonferenz Tools in unserer Lösung innerhalb der Agenda verlinken wie bspw. Zoom, Teams.





Live Streaming



Videokonferenz

| | | |
|---------------------|---------------------------|-----------------------------|
| Form | präsentierender Charakter | kommunizierender Charakter |
| Übertragung | meist einseitig | beidseitig |
| Teilnehmerzahl | unbegrenzt große Gruppe | kleinere Gruppen (max. 100) |
| Bild- & Tonqualität | sehr hoch | durchschnittlich OK |
| Latenz | 5-30 Sekunden | fast ohne Versatz |
| DSGVO Konformität | ja | ja |

Wichtig ist, wenn Sie ein zentrales Studio einrichten, dass die Location – ein Fernsehstudio wird es ja kaum sein – die Räumlichkeiten wenigstens eine solide Internetanbindung bieten. Auch bieten wir als plattform die Lösung dass wir das Remote Studio für Sie übernehmen. Heißt wir stellen einen Operator in Erfurt, der, aus den jeweilig dazuschaltenden Sprechern, das finale Bild mischt und dafür sorgt, dass das Signal für den Livestream generiert wird. Er übernimmt quasi die Übergänge von einem Sprecher zum nächsten, er sorgt für Bauchbinden, Untertitel, Grafikeinblendungen etc. Die ersten Erfahrungen verliefen alle sehr positiv u.a. auch weil wir am Standort über einer großen Glasfaser Netz verfügen. Unser erste große Kunde war IUMI Stockholm mit einer 14 tägigen Konferenz. Je nachdem welches Konzept hinter dem Event und der Liveübertragung steckt, ist die Wahl der passenden Variante, ob Streaming oder Videokonferenz, wichtig.

Aktuell nutzen unsere Kunden ganz oft die Vorteile in einer Kombination aus beidem. Bspw. erfolgt die Eröffnung, die Rede des CEO oder die Talkrunde als Live Videostream, während für

das folgende Programm kleine Gruppen in Videokonferenzen gesammelt werden. Auch kommt es immer häufiger vor, dass sich Experten oder ein Überraschungsgast via Videokonferenz in den Live Stream zuschalten.

Wichtig zu wissen ist, dass wir beide Varianten aus einer Hand anbieten können:

Mit dem Premium Feature Streaming Modul und Video Conferencing.

Networking

Dank des Direkt-Chats können sich die Teilnehmer untereinander persönlich austauschen. Um interessante Kontakte zu finden, gehen die Nutzer einfach auf die Teilnehmerliste und schauen sich Namen, Firma und Position an und markieren ihre Favoriten. Eine weitere einfache Möglichkeit stellt hier auch unser Matchmaking dar. Auf diese Weise lassen sich mittels einer Suche-Biete-Vergleichs relevante Kontakte schnell und übersichtlich abbilden.

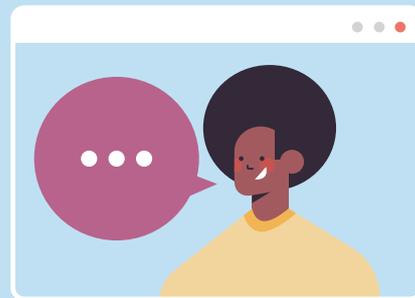
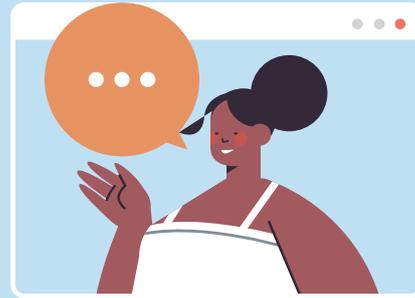
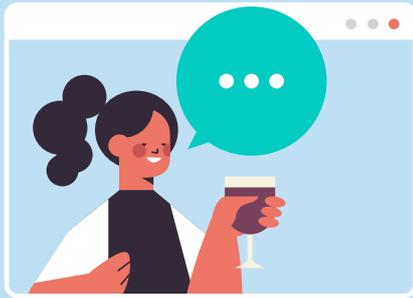
Partner

Neben der Agenda, den Referenten und Teilnehmern spielen auch bei virtuellen Events die

Partner eine tragende Rolle und sollen mit ihren Produkten und Ansprechpartnern nicht zu kurz kommen. Auf den Points of Interest lassen sich virtuelle Ausstellungsräume mit Ausstellerständen abbilden, durch die die App-Nutzer ebenfalls virtuell flanieren und mittels Verlinkungen in Kontakt mit Ihren Partnern treten können.

Geld verdienen mit virtuellen Events

Eine frühzeitige Bezahlschranke für digitale Event-Formate ist wichtig und sinnvoll. Das zeigen die mitunter vergeblichen Versuche des Journalismus-, des Musik- und Videobereichs, für zuvor kostenfreie digitale Angebote Geld zu verlangen. Wer sein Geschäft langfristig digital/virtuell aufstellen möchte, kommt an Pay-per-View-Events nicht vorbei. Voraussetzungen dabei: Mut und Investitionsbereitschaft in die technische Umsetzung sowie das inhaltliche Konzept. Die Wünsche und Sehgewohnheiten des Publikums sollten dabei ebenfalls berücksichtigt werden, damit dieses nicht nur Geld bezahlt haben, sondern bis zum Ende auch dabei waren.



Hilfreiche Tipps für ein erfolgreiches Event

- **Konzept:** Gerade mit vielen Videokonferenzteilnehmern muss der Ablauf gut geplant sein. Erstellen Sie im Vorfeld einen detaillierten Ablaufplan und denken Sie auch an untermalende Grafiken und Bauchbinden sowie Bildübergänge.
- **Technologie:** Wählen Sie den richtigen Partner mit einer professionellen Virtual Event Plattform und buchen Sie zu Ihrer eigenen Sicherheit, gerade beim ersten Event, auch einen Vor Ort Support hinzu.
- **Briefing Ihrer Sprecher:** Planen sie gründlich und briefen die Personen, die vor der Kamera stehen. So stellen Sie eine Top Qualität der Übertragung sicher.
- **Interaktion:** Überlegen Sie sich gezielt, an welchen Stellen Sie Interaktionen einbauen. Aber vernachlässigen Sie dabei nicht die aktive Einbindung Ihres Publikums. Die MEA bietet dafür z.B. ein attraktives Gamification Modul.
- **Timing:** Bei virtuellen Events ist das Timing von größter Relevanz. Wählen Sie den richtigen Slot und beschränken Sie sich in der Zeit.
- **Abschließend:** Vermitteln Sie Emotionen auch wenn Sie digital sind. Verweben Sie Inhalte und Dramaturgie mit Technologie und schaffen Sie am besten ein gemeinsames Erlebnis statt nur eine gestreamte Abbildung der Inhalte.

EMPFEHLUNGEN FÜR VIRTUELLE EVENTS



Von ‚live‘ zu ‚virtuell‘ - So bleiben Ihre Teilnehmer im Online-Event

Seit Ausbruch der Corona-Pandemie boomen Online-Events und Digital-Konferenzen. Deren erfolgreiche Gestaltung erfordert neue Kompetenzen, die bisher eher in der TV-Produktion zu finden waren. In den letzten Wochen und Monaten mussten viele Teilnehmer feststellen:

Videokonferenzen sind oft ermüdend. Wer längere Zeit auf schlecht ausgeleuchtete Menschen vor Bücherregalen schaut und Referenten, die nicht auf den Punkt kommen, verliert schnell das Interesse.

Viele Unternehmen haben, solange das Thema Corona unser Alltagsleben bestimmt, keine andere Wahl, als mit den unterschiedlichsten Online-Formaten im Veranstaltungs- und Kommunikationsbereich zu experimentieren. Auch weil sonst die Gefahr besteht, dass sie den Draht zu Mitarbeitern und Kunden verlieren und folglich auch keine Neukunden mehr akquirieren können.

Nachfolgend drei Tipps für den Erfolg:

Tipps 1: Eindrucksvolle & wechselnde Bilder

In der Fernseh-Branche gibt es den Begriff „Talking Heads“. Er bezeichnet Menschen, die gefühlt ewig auf der Mattscheibe reden, ohne ihren Zuschauern eine visuelle Abwechslung zu bieten. Sie sind Quoten-Killer. Dieselbe Erfahrung machen auch viele YouTuber mit Videos, in denen sie nur vor laufender Kamera sprechen. Für ein, zwei Minuten mag dies für Zuschauer interessant sein, doch länger nicht. Das Resultat: Die Zuschauer verschwinden.

**„Talking Heads
vertreiben die
Zuschauer.“**

Sogar bei Live-Events gibt es seit Jahren den Trend, die Botschaften der Sprecher mit Bildern und Videos zu untermalen bzw. zu visualisieren. Bei Digital-Events ist das noch wichtiger. Deshalb sollten sich deren Veranstalter schon in einer sehr frühen Planungsphase Gedanken über das Design- und Style-Konzept

machen. Sonst ermüden die Zuhörer, im schlimmsten Fall die potentiellen Kunden, die sich schnell nach anderen Angeboten mit abwechslungsreicherer Präsentation umsehen.

Tipps 2: Kürzer & häufiger

Bei Live-Events haben sich in der Vergangenheit im Kongress- und Konferenzbereich ein- bis zweitägige Formate durchgesetzt; ähnliches gilt für Vertriebstagungen. Ihr Aufbau folgt meist folgendem Muster: Im Programm sind mehrere 30- bis 60-minütige Vorträge vorgesehen. Sie bilden sozusagen den Veranstaltungsrahmen, und dazwischen sind Kaffeepausen und kleine Workshops eingebaut.

Diese Dramaturgie hat ihren Grund darin, dass die Teilnehmer an solchen Veranstaltungen oft lange Reisen hinter sich haben – häufig so lange, dass sie sogar vor Ort übernachten mussten. Folglich war es die Pflicht aus Veranstalter-sicht, rund um die Uhr ein Programm zu bieten, oftmals über zwei Tage, damit sich dieses Investment für Aufwand und Kosten der Anreise lohnt.

Bei Online-Events sind solche gedehnten Programme nicht nötig, sondern sogar ein Garant für den Misserfolg. In Online-Konferenzen, -Tagungen und -Kick-offs muss man die zentralen Botschaften in einer viel kürzeren Zeit vermitteln als in den traditionellen Präsenz-Veranstaltungen. Die Redebeiträge sollten also kürzer sein, und in die Vorträge sollten interaktive Elemente wie Publikumsfragen, Interviews, ein Video-Kommentar Feed oder aufgezeichnete Videos integriert sein.

Plazz bietet darüber hinaus auch Gamification-Elemente oder Quizze, die sich vor allem für Bildungsformate ideal eignen und auch schon länger in Online E-Learning Plattformen Gang und Gäbe sind.

"Die ideale Länge für Online-Events sind 30 bis max. 120 Minuten."

Fakt ist: in der Kürze liegt die Würze. Die ideale Länge für die meisten Online-Events sind 30 bis maximal 120 Minuten. Für Unternehmen bzw. Redner bedeutet dies: Bringen Sie Ihre Botschaften auf den Punkt. Und für Veranstalter? Setzen Sie statt auf Monumental-Events von einer halb- oder gar ganztägigen Dauer lieber auf Veranstaltungsreihen oder -serien. Selbst das öffentlich-rechtliche Fernsehen tut dies inzwischen als Reaktion auf den fulminanten Erfolg der Serien ihrer Netflix- und Amazon-Konkurrenz.

Tipp 3: Schaffen Sie Highlights

Freuen Sie sich, wenn sich in Ihrer Tagesagenda eine Video-Konferenz, ein Online-Meeting und ein Livestream aneinanderreihen? Wenn ja, sind Sie eine Ausnahme! Die meisten

Menschen sind nach ein, zwei virtuellen Meetings erschöpft, sodass sie gerne auf ein weiteres verzichten.

"No-Show-Rate bei Online-Events ist deutlich höher als bei Präsenz-Veranstaltungen."

Entsprechend mühsam ist es inzwischen geworden, Teilnehmer für Online-Konferenzen zu akquirieren. Und die sogenannte „No-Show-Rate“ bei Online-Events? Sie ist deutlich höher als bei Präsenz-Veranstaltungen. Von den angemeldeten Personen nehmen also ohnehin rund 50% nicht teil. Bei kostenlosen Events beträgt deren Anteil nicht selten zwei Drittel – auch weil dem Veranstalter aus Teilnehmersicht hierdurch kein finanzieller Schaden entsteht. Schließlich muss er für das Event keinen Raum anmieten und kein Buffet für das anschließende Get-Together aufbauen.

Zugleich ist aber bei Online-Events das Volumen an potenziellen Teilnehmern extrem groß, denn im Prinzip können alle Interessierten weltweit daran teilnehmen. Voraussetzung ist dabei, die potenziellen Teilnehmer abgestuft, mehrfach und gezielt anzusprechen/mailen, um ihre Neugier zu wecken. Und halten Sie auch nach einer Anmeldung das Interesse zum Beispiel durch inhaltliche Appetithäppchen vorab hoch. Dann ist die No-Show-Rate niedriger.

Bei unseren Webinaren, die wir regelmäßig bei der plazz AG organisieren, haben wir in der Regel No-Show Raten von 35-45% wobei wir auch wissen: da ist noch eine Menge Optimierungspotential.

Online-Events: Keine Notlösung oder zweitklassige Alternative

Die Corona-Pandemie zwingt viele Unternehmen, ihre Kommunikationsstrategien radikal zu überdenken. Das wird die Art, wie Events in Zukunft geplant und durchgeführt werden, auch mittel- und langfristig verändern. Was wir gerade erleben, ist kein Strohfeuer und wir stehen noch am Anfang der Entwicklung. Professionell durchgeführte Online-Events werden in der Unternehmenskommunikation auch nach der Pandemie eine große Rolle spielen. Auch die Zahl der sogenannten hybriden Konferenzen, die Präsenzveranstaltungen mit Live-Übertragungen verbinden, wird definitiv steigen.

Dies kann man aktuell schon live erleben. So zum Beispiel bei den Talkshows im Fernsehen, bei denen immer häufiger Experten und Zuschauer live zugeschaltet werden und mitdiskutieren.

Unternehmen, die sich für die neue digitale Kommunikationswelt aufrüsten, sind bei der plazz AG gut beraten. Denn technische Möglichkeiten, um neue, spannende Veranstaltungsdesigns zu entwerfen, gibt es inzwischen viele. Erfolgsentscheidend ist aber, wie so oft im Leben, das Gewusst-wie, die Verlässlichkeit und das professionelle Onboarding eines Veranstalters auf die Plattform, sowie eine intuitive und smarte Customer Journey für alle Teilnehmer.

"Wir stehen noch am Anfang der Entwicklung."

MEA, hopin, Zoom & virtuelle Welten im Vergleich



Aktuell schießen neue Eventplattformen, die mit dem Slogan „virtuelle Events“ werben, wie Pilze aus dem Boden. Die zahlreichen Anbieter unterscheiden sich nicht nur in ihrer Umsetzung signifikant, sondern auch der Preis für eine virtuelle Plattform kann von kostenlos bis in den sechsstelligen Bereich variieren. Doch wie nachhaltig sind die einzelnen Plattformen und lohnt sich die Investition? Im Folgenden haben wir versucht, die aktuellen Anbieter zu kategorisieren sowie zu vergleichen und haben festgestellt, dass man prinzipiell zwischen 3 Varianten unterscheiden kann. Zum einen gibt es die Low-Budget Variante, nämlich die Nutzung eines bestehenden Video Anbieters wie Zoom, Go to Webinar oder auch Microsoft Teams. Die High Budget Variante bietet häufig eine eigens erstellte virtuelle Welt mit Avataren, Virtual Reality oder AR. Dazu kommt die Nutzung unserer Eventplattform MEA, welche sich zwischen diesen beiden Varianten ansiedelt und auch als offene Plattform positioniert – in welche Zoom, GotoWebinar, Teams u.a. ganz einfach mit Ihrem Videobild integriert werden können. Der größte Fehler, den ein Veranstaltungsmanager dabei machen kann, ist das physische Event 1:1 virtuell nachbilden zu wollen und dabei in eine Plattform zu investieren, die am Ende des Tages mehr Budget verschlingt, als dass sie Nutzen für die Teilnehmer mit sich bringt.

Video Plattformen (z.B. Zoom, hopin)

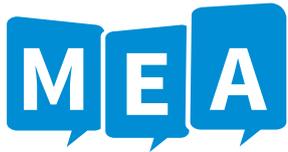
Handelt es sich bei Ihrer geplanten Veranstaltung um einen Teilnehmerkreis mit rund 50 Personen, die sich untereinander bereits kennen und gemeinsam an einem Thema für einen kurzen Zeitraum arbeiten sollen, ist die

Nutzung von Zoom oder Microsoft Teams eine durchaus gute Lösung. Nicht nur sind die Kosten überschaubar, sondern auch die Erstellung des Meetings ist innerhalb von 5 Minuten erledigt. Möchten Sie allerdings einen großen oder auch unbekanntem Teilnehmerkreis einladen und das Networking der Teilnehmer in den Vordergrund setzen, stoßen Sie bei den Meeting Tools ganz schnell an die Grenzen des Machbaren. Die Tools bieten nur wenige Anpassungsmöglichkeiten an die CI und auch die Analysemöglichkeiten sind beschränkt. Da die Tools keine Personenprofile aufweisen, wird das Networking geradezu unmöglich und auch Sponsoren und Aussteller können nicht in Szene gesetzt werden. Auch geteilte Dokumente „verschwinden“ nach dem Beenden des Meetings und sind für den Teilnehmer ohne vorheriges Speichern nicht mehr zugänglich. Hier sind Sie auf die Einbindung anderer Tools angewiesen, um wichtige Veranstaltungskomponenten, wie z.B. Dokumente, eine Teilnehmerregistrierung oder auch ein Gästemanagement, bereitzustellen.

Unterschiede zu Hopin

Im Gegensatz zu Zoom stellt Hopin eine umfangreichere Eventplattform dar, in der auch das Networking und Live-Streams sowie der Verkauf von Tickets (7% Provision vom Ticketpreis) abgebildet werden kann. Eine Abrechnung erfolgt durch die Streamdauer, was dazu führt, dass die Planung des Budgets erschwert wird.

Die Darstellung der Streams und auch die Interaktionen rechts neben den Stream sind äquivalent zur Darstellung in der MEA. Möchten Sie jedoch eine größere Agenda darstellen, Dokumente einbinden oder ganz einfach mit einem individuelleren Design



arbeiten, stoßen Sie bei Hopin an Ihre Grenzen. Das Design ist zwar clean und futuristisch gehalten, jedoch können die Icons und das Menü nicht auf Ihre Bedürfnisse angepasst werden. Auch die Einbindung von Gamification und einen spielerischen Quiz ist nicht möglich. Handelt es sich bei Ihrer Veranstaltung um ein wissenschaftliches Event in welchen Poster präsentiert werden sollen oder möchten Sie Aussteller durch eine virtuelle Messe in den Vordergrund rücken, bietet auch hier Hopin keine direkte Einbindung an.

Virtuelle Welten (z.B. meetyoo)

Die Begeisterung für virtuelle Veranstaltungswelten ist auf dem ersten Blick sehr groß. Die Teilnehmer „betreten“ die Veranstaltung virtuell und können dann, oftmals als Avatar, Messestände besuchen oder sich in einen Vortrag setzen. Zugegebenermaßen sind diese virtuellen Welten erstmal toll anzuschauen, wenn sich die CI der Veranstaltung durch jeden Raum zieht und auch Messestände und Produkte in 3D zu sehen sind. Auf den zweiten Blick sind diese virtuellen Welten jedoch sehr unübersichtlich und man verliert schnell die Lust, sich von Raum zu Raum zu klicken, um die wichtigsten und relevanten Infos zu finden. Diese Informationen sind zwar mit ihren logischen Inhalten verknüpft aber nicht langfristig und gebündelt bereitgestellt. Beim Einsatz von virtuellen Welten wird gerne übersehen, dass die Information/Content den Nutzer finden muss und nicht umgekehrt. Auch hier wird für das Teilnehmermanagement oder auch das Networking auf andere bestehende Tools zurückgegriffen, da Integrierte Lösungen nur durch die Agentur bereitgestellt werden können und dadurch mit Programmieraufwand verbunden sind. Nicht nur, dass die Erstellung der Grafiken mit hohen Kosten verbunden ist, sondern auch dass Änderungen weitere Kosten verursachen, lässt am Ende der Veranstaltung häufig Ärger aufkommen. Die plazz hat bereits umfassende Erfahrungen sammeln können. Unsere Kunden wie beispielsweise Infineon, Roland Berger oder Schaeffler haben virtuelle Welten über uns gebucht und erfolgreich realisiert.

Nutzung der Event Plattform MEA

Die MEA ist eine All-in-One-Eventlösung mit vielen Funktionen die sich als Plattform für physische Veranstaltungen, hybride und auch virtuelle Events einsetzen lässt. Durch das innovative Baukastensystem und das intuitive CMS können die Features beliebig und auch eigenständig angelegt und administriert werden. Individualisierung und Personalisierung ist dabei umfassender als bei

Meeting-Tools wie z.B. Zoom möglich, aber nicht übertrieben dargestellt wie bei virtuellen Welten. Die Teilnehmer erhalten ihr eigenes Personenprofil, dass auf Teilnehmerlisten erscheint und mit dem Matchmaking verknüpft wird, sodass das Networking und der Austausch der Teilnehmer z.B. über die Chatfunktion auch digital dargestellt werden kann.

Bei einer Veranstaltung, die auf der MEA-Plattform stattfindet, können Teilnehmer Präsentationen im Live Stream ansehen, die eigene Kamera zulassen und an Videokonferenzen bspw. bei Breakouts oder an Workshops teilnehmen. Der Integrierte Picture-in-Picture Modus sowie der Theater Modus ermöglichen dabei die permanente Interaktion der Teilnehmer durch Fragen an den Referenten oder auch Live-Votings. Wichtig zu erwähnen ist, dass es sich bei der MEA um eine offene Plattform handelt, in der im Agendapunkt auch Videosignale von externen Diensten wie Vimeo, Youtube und genauso einfach Videostreams von Microsoft Teams, GoTo-Webinar oder Zoom eingebunden werden können. Das heisst in der Kombination Zoom + MEA sehen wir ein großes Potential für den Veranstalter. Genauso ist Teams + MEA eine Kombination, welche bei Konzern-Events sehr oft zum Einsatz kommt. Durch den virtual Showfloor haben Sie außerdem die Möglichkeit Ihre Sponsoren, Aussteller oder Projekte in Szene zu setzen, ohne dass eine Überflutung an Informationen stattfindet. Dadurch gestalten Sie Ihr Event nachhaltiger, zugänglicher sowie sicherer und schaffen für den Teilnehmenden ein ganz besonderes und persönliches Veranstaltungserlebnis.

FAZIT

Die MEA eignet sich sehr gut für große Meetings, virtuelle Tagungen, hybride Konferenzen und ganz besonders für Corporate Events. Durch die individuellen Gestaltungsmöglichkeiten in Verbindung mit dem strukturierten Design, lassen sich die Informationen gebündelt und langfristig bereitstellen.

Zoom und andere Meeting Tools hingegen fokussieren sich auf Meetings mit überschaubarer Größe. Sie punkten vor allem durch die einfache und schnelle Umsetzbarkeit der Meetings. Virtuelle Welten wirken dagegen sehr spielerisch und versuchen das physische Event nachzuahmen. Diese sind mit einem hohen Programmieraufwand sowie Kosten verbunden und die Informationen müssen aktiv gefunden werden.



*Die Produktion
Ihres Live Streams
durch plazz*



Im Wandel der Digitalisierung stehen Veranstaltungsmanager an vorderster Front und müssen sich in ein bis dato völlig unbekanntes Terrain begeben. Die einzigen zwei Wegweiser, haben sich virtuelle und hybride Events auf die Fahne geschrieben. Doch was wird für ein erfolgreiches virtuelles bzw. hybrides Event benötigt? Wie sieht das notwendige Setup aus? Welche Möglichkeiten gibt es? Fragen über Fragen – von denen Sie sich womöglich auch schon die eine oder andere gestellt haben. Das plazz-Team hat diese potenziellen Fragen sehr frühzeitig erkannt und ergänzend zu Ihrer virtuellen bzw. hybriden Eventlösung den smarten Service – Managed Remote Studios – für Ihre Kunden konzipiert.

Ihr virtuelles Produktionsstudio über plazz

Doch was ist ein Managed Remote Studio / Stream und welche Vorteile bietet dieser Service? Mit dem Managed Remote Studio bringen wir all Ihre Referenten in den Live-Stream Ihrer Veranstaltung, ohne dass diese in einem Studio erscheinen müssen. Sie sparen sich neben den Studiogebühren ebenfalls Reisekosten und ermöglichen gleichzeitig ein globales Zusammentreffen Ihrer Speaker. Die plazz handelt die eingehenden Streams der

Sprecher und bündelt diese nach einem vorgegebenen Zeitplan zu einem Endstream. Auch verwalten wir Ihre Live-Streams und vorab aufgezeichneten Videos. Da wir sehr viel Wert auf professionelle Streams legen, kümmern wir uns ebenfalls gerne um die Zwischentitel, Bauchbinden, Sponsorenbanner sowie Pausenbilder Ihrer Live-Streams. Die Streams werden dann über unsere browserbasierte Event Plattform live an Ihre Teilnehmer ausgestrahlt.

Digitale Events sind prädestiniert dafür, im Nachgang als On-Demand Videos bereitgestellt zu werden. Im Rahmen unseres Managed Remote Studios können wir Ihre Live-Streams ebenfalls aufzeichnen, sodass Sie diese, im Anschluss an Ihr Event, Ihren Teilnehmern zur Verfügung stellen können. Somit werden aus erfolgreichen Events gleichzeitig absolut nachhaltige Events.

Uns ist durchaus bewusst, dass diese Zeiten für viele ein absolutes Neuland darstellen und genau hier kommt unser lösungsorientiertes Denken und Handeln zum Einsatz. Wir bieten Ihnen nicht nur eine smarte Eventplattform, sondern unterstützen Sie ebenfalls gerne bei der technischen Umsetzung Ihres Events.

Das plazz-Team blickt auf eine Vielzahl erfolgreicher virtueller und hybrider Events zurück. Ob zweiwöchige internationale Veranstaltungen oder Eintages-Events, unser Managed Remote Studio ist für nahezu jedes Eventformat einsetzbar. Ein professionelles Projektmanagement und eine intuitive technische Plattform, in Verbindung mit unserem Managed Remote Studio, bekräftigen unseren All-In-One Ansatz stärker denn je.

Leistungsspektrum des plazz Managed Remote Studios

- Plazz produziert und orchestriert den Live-Stream
- Zuschalten der Speaker & Darstellung von Präsentationen
- Livestream bis max. 3 Stunden, inkl. Vorbereitung
- Umsetzung durch 2 Personen von plazz – Operator & Support
- Speaker-Slot für Tests – 1 Stunde am Vortag des Events zu definiertem Zeitraum der plazz
- Bereitstellung der Hardware für Stream-Produktion
 - > Glasfaserleitung in Produktionsstudio
 - > Workstation zur Erstellung des Stream
 - > Cloudservice

FAQ LIVE STREAMS

Welche Streaming-Anbieter werden unterstützt?

Die folgenden Programme oder Service-Anbieter unterstützen die Möglichkeit, einen Live Stream per RTMP (real time messaging protocol) direkt in die Mobile Event App zu übertragen. Falls Sie einen Anbieter nutzen möchten, der hier nicht gelistet ist, können wir diesen gerne auf Anfrage recherchieren.

Bei Programmen/Anbietern die ihr Videosignal nicht direkt in die MEA übertragen, ist die Einbindung eines Stream Buttons möglich, welcher jederzeit von der Web-App auf Ihren Anbieter verweist.

Mein Programm/Anbieter unterstützt keinen Live Stream.

Hierfür gibt es auch eine Lösung. Über Programme wie OBS, Streamlabs und Streamyard können Sie beispielsweise das Teams Meeting auf Ihrem PC aufzeichnen und direkt in die Mobile Event App als Live Stream senden.

Technischen Anforderungen für Referenten/Teilnehmer?

Wichtig ist eine stabile Internetverbindung. Für Referenten wäre ein Upload von mindestens 6Mbit/s zu empfehlen. Höhere Werte erlauben es Ihnen die Qualität des Streams weiter zu verbessern. Als Teilnehmer werden für SD (720p) Qualität 2 Mbit/s Download Bandbreite empfohlen. Für HD (1080p) Qualität sind es 6 Mbit/s und für UHD (2160p) 15Mbit/s.

Können auch bereits aufgezeichnete Videos dargestellt werden?

Ja, das ist möglich. Video-Links von Youtube, Vimeo und Microsoft Stream werden bei der Verlinkung des Stream Buttons erkannt und als Video im Agenda-Detail wiedergegeben. Weiterhin können Sie über Programme wie OBS ein bereits vorbereitetes Video abspielen und als Livestream in die App speisen.

Welche Details sind hinsichtlich Datenschutz zu beachten?

Von Seiten der Mobile Event App ändert sich aus Sicht des Datenschutzes nichts. Für den Live Stream gilt die gleiche Sachlage, wie auch für offline Videos. Sollten Sie für den Live Stream einen Anbieter mit Servern in den USA (z.B. Zoom) wählen, ist jedoch eine Prüfung der verarbeiteten Daten durch Ihre IT ratsam.

Was ist zu beachten, wenn man einen Technik-Dienstleister vor Ort hat, der filmt?

Insofern die Ausstattung des Dienstleisters es unterstützt, kann der Stream direkt darüber aufgenommen werden. Alternativ übernimmt dies eine Regie, die dann das Signal an unseren Dienstleister ausspielt und entscheidet, welches Kamerabild übertragen wird. Wie bei den anderen Anbietern muss hierfür nur die Stream-Übertragung per RTMP erfüllt werden.

Kann man auch nach China streamen?

Die Übertragung ist grundsätzlich möglich. Hierbei fallen aber

weitere Kosten an, da unter anderem für Mainland China zum Beispiel eine ICP Lizenz erforderlich ist.

Benötigt man einen „Moderator“ der die Technik verwaltet?

Je nach genutzter Anwendung unterscheidet sich dies. Bei reinen Streaming Programmen wie OBS oder Streamlabs benötigen Sie einen Moderator, der die Szenen einrichtet und wechselt. Bei Konferenz-Software wie beispielsweise Zoom, wird automatisch auf den aktuellen Sprecher gewechselt. Wobei der Nutzer hier noch Konfigurationen vornehmen kann, um eine Raster-Ansicht aller Teilnehmer einzublenden.

Was ist zu sehen, wenn der Stream noch nicht gestartet ist?

Ein Bild mit der Nachricht, dass der Stream noch nicht gestartet wurde, wird dann ausgespielt. Über Programme wie OBS oder Streamlabs können Sie aber auch den Stream bereits indirekt starten und individuelle Hintergründe oder auch Countdowns einbinden, welche auf den anstehenden Live Stream vorbereiten.

Wie viele Teilnehmer können den Live Stream ansehen?

Unser Streaming Dienstleister ist auf Skalierung spezialisiert und wird je nach Bedarf weitere Ressourcen zur Verfügung stellen, wenn diese benötigt werden. Daher gibt es kein Zuschauer-Limit für Live Streams innerhalb der Web-App.



| Anbieter/ Programm | Live Stream* | Stream Button |
|---------------------------------|---------------------|----------------------|
| Adobe Connect | | ✓ |
| BlueJeans | | ✓ |
| Cisco Webex | ✓ | ✓ |
| ClickMeeting | | ✓ |
| GoToWebinar/ Meeting/ Training | | ✓ |
| Microsoft Teams | | ✓ |
| Open Broadcaster Software (OBS) | ✓ | |
| Streamlabs | ✓ | |
| Streamyard | ✓ | |
| Vimeo | ✓ | ✓ |
| Youtube Live | ✓ | ✓ |
| Zoom | ✓ | ✓ |

*Programme die Live Streams aktuell nicht unterstützen (Bsp. Microsoft Teams), können per Workaround trotzdem als Live Stream angezeigt werden. Die Erklärung finden Sie im Artikel im Absatz "Mein Programm/Anbieter unterstützt keinen Live Stream".

Hybride Events - eine längst überfällige (R)Evolution

Die Verschmelzung analoger und digitaler Inhalte war für die Eventbranche über kurz oder lang unausweichlich und ist so gesehen ein ganz natürlicher Schritt in ihrer Evolution. Der kontinuierliche Digitalisierungsdruck gefolgt vom zwanghaften Umstieg ist wahrscheinlich einer der wenigen positiven Aspekte der Corona-Pandemie.

Die Technologie dafür ist bereits seit Jahren vorhanden, wurde jedoch nie vollständig genutzt oder ausgereizt. Die Flexibilität und Vernetzung durch digitale Innovationen haben schon in anderen Bereichen zu großen Sprüngen geführt. Jetzt halten diese Katalysatoren auch endlich in der Eventbranche Einzug. Als Anbieter von Event Lösungen, sind wir zwar auch stark von der Krise getroffen, wir freuen uns dennoch über das Umdenken und die verstärkte Durchführung virtueller und hybrider Events.

Ungenutzte Potenziale

Im Moment werden hybride Events größtenteils als zusätzliche Abbildung eines analogen Live-Events im digitalen Raum umgesetzt. Hybride Events sind jedoch noch so viel mehr. Es geht um eine wertvolle Erweiterung und Bereicherung von Offline-Veranstaltungen durch digitale Technologien, wie beispielsweise Event Apps.

Einige Potenziale dieser virtuellen Ergänzung werden schon seit Jahren ausgeschöpft: So nutzen unsere Kunden die App, um zum Beispiel eine virtuelle Übersicht von Messeständen und Raumplänen zu erstellen, oder um die Agenda leicht zugänglich zu machen. Schon diese Implementierung führt zu Kostenersparnissen und einer positiven Umweltbilanz, da Printmaterialien obsolet werden. Darüber hinaus sind digitale Inhalte immer aktuell oder leicht aktualisierbar, wenn es beispielsweise um Änderungen im Programmablauf geht. An Popularität gewinnt im Moment das simultane Teilen des Events in der App über einen Live-Stream. Gerade für Außenstehende, die aus verschiedenen Gründen nicht persönlich teilnehmen können, eine perfekte Alternative. Die Zusammenführung von Präsenz- und Remote-Teilnehmern findet so gleichzeitig statt, wodurch ein aktiver und ortsunabhängiger Austausch angeregt und gefördert wird.

Herausforderungen neuer Technologien

Auch erfahrene Eventmanager betreten bei hybriden und virtuellen Events oft Neuland. Zwar sind die Technologien meist mit Nutzerfreundlichkeit im Hinterkopf konzipiert worden, ein optimaler Workflow ist allerdings nicht immer sofort garantiert.

Eine weitere Herausforderung ist die effektive Vernetzung von Offline- und Online-Teilnehmern. Unter anderem helfen dabei bestimmte Features (z. B. Chat und Video Conferencing), welche eine Schnittstelle zwischen den beiden Parteien bilden. Dennoch werden Eventmanager darüber nachdenken müssen, wie sie Veranstaltungsinhalte auf beide Gruppen zurechtschneiden und präsentieren.

Mit der Loslösung von einem bestimmten Eventort und Eventzeitpunkt wird eine länger anhaltende Event-Experience über mehrere Wochen oder auch Monate möglich. Über diese Zeitspanne müssen Gäste, Moderatoren und Speaker auf dem Laufenden gehalten werden. Besonders wichtig ist dies auch im Zusammenhang mit der Bildung von Digital Communitys. Mehr dazu folgt in einem späteren Absatz.

Chancen neuer Technologien

Ein enormer Vorteil hybrider Events ist die dezentrale Zuschaltung von Experten. Nicht nur erhöht sich damit die Anzahl an Personen, die als Sprecher zur Verfügung stehen, gleichzeitig werden Kosten und Aufwand für Reisen und Unterbringung reduziert.

Doch auch der Teilnehmerkreis hybrider Events erweitert sich im Vergleich zu klassischen Veran-



staltungen drastisch. Zielgruppen, die sonst kaum oder gar nicht reisen, können so problemlos an Ihrem Event teilnehmen. Diese erhöhte Flexibilität wird aber auch von Präsenzteilnehmern geschätzt, welche sich im Zweifelsfall immer auch digital zuschalten können.

Mithilfe digitaler Tools lassen sich auch Interaktionen wie virtuelle Breakouts simpel und schnell realisieren. So finden sich ein Sprecher und Präsenzteilnehmer zum Beispiel unkompliziert in einem separaten Raum zusammen und schalten virtuelle Teilnehmer per Videokonferenz dazu, um bestimmte Themen aufzuarbeiten.

Streaming & Video Conferencing

Die Übertragung analoger Events in den digitalen Raum wird momentan am stärksten durch Streaming (live + on demand) und Video Conferencing unterstützt. Wobei es diese beiden Use Cases zu differenzieren gilt, da sie für sehr unterschiedliche Anwendungsgebiete eingesetzt werden.

Streaming

Live-Streams eignen sich hervorragend für die Wiedergabe von Vorträgen, Keynotes oder anderen Inhalten – wie der Name schon sagt in Echtzeit. Auf hybriden Events werden beispielsweise Live-Vorträge aufgezeichnet

und in der auf einer Eventplattform beziehungsweise in einer Event App simultan wiedergegeben, damit auch Online-Teilnehmer direkt dabei sein können. Stream sind überwiegend passiver Natur. Doch über Live-Votings oder die Beantwortung von Publikumsfragen, die via Chat angereicht wurden, lassen sich auch interaktive Elemente integrieren.

Einen weiteren Vorteil stellt die Aufzeichnungen der Live-Streams dar, die beispielsweise im Nachhinein als Video-on-demand (VOD) hinterlegt und so jederzeit wieder angesehen werden können. Dies gilt aber nicht nur für aufgezeichnete Live-Streams. Über VODs ist es Ihnen möglich, jede Art von Videoinhalt wiederzugeben: Vorträge und Workshops vergangener Veranstaltungen, Highlight-Videos oder eigens erstellte Inhalte, die Ihr Event ansprechend untermalen und Teilnehmer informieren.

Video Conferencing

Sollten Sie Workshops oder andere Kollaborationsprojekte auf Ihrem Event durchführen, stellt Video Conferencing die perfekte Schnittstelle zwischen Ihren Präsenz- und Remote-Teilnehmern dar.

Video Conferencing ist aktiver als ein Live-Stream und ideal für das gemeinsame Aufarbeiten von Themen, da jeder Teilneh-

mer direkt involviert ist. Sei es Audio- und Videoübertragung, das Teilen von Bildschirmen oder Dateien – die Möglichkeiten sind vielfältig und für effektives Zusammenarbeiten optimiert.

Zukunft hybrider Events

Am spannendsten an hybriden Events ist, was noch alles vor uns liegt. Jetzt, wo die Nutzung erst richtig beginnt, sind wir dabei viele neue Entdeckungen zu machen. Nicht nur Learnings und Best Practices, sondern auch die Verbesserung bestehender Use Cases oder gar die Erschließung völlig neuer Use Cases. Dabei werden hybride Events keine Mode-Erscheinungen, wie 3D-Fernseher darstellen. Sie werden innerhalb der nächsten Jahre ein fester Bestandteil dieser Branche. Deswegen ist es essenziell, dass sich Eventmanager mit dieser Thematik gründlich auseinandersetzen und schnell Kompetenzen aufbauen.

Als Anbieter von Event Apps, sind wir gespannt, wie unsere Kunden und Partner mit diesen Technologien umgehen. Besonders aber, auf welche neuen Ideen sie damit kommen und wie wir diese gemeinsam, für noch eindrucksvollere Veranstaltungen, umsetzen können. Die Zukunft von Events ist voller Erwartungen. Die Zukunft von Events ist hybrid!



Not macht erfinderisch!

Covid-19 Krise bringt kreative Ideen zutage

Der Verlauf des Jahres 2020 hat uns alle vor bisher ungeahnte und unbekannte Herausforderungen gestellt. Nahezu alle Firmen und Betriebe mussten kurzfristig umdenken und umplanen, um die Geschäftstätigkeit aufrecht zu erhalten und weiterhin wirtschaftlich agieren zu können.

Der Hotelkonferenzraum wird zum Klassenzimmer

Das Meeting- und Event-Geschäft liegt aufgrund der Corona-Pandemie und des zweiten Lockdown derzeit brach, Seminar- und Konferenzräume stehen in der Hotellerie daher massenhaft leer. Angesichts dieser Situation haben die Verantwortlichen von Accor entschieden, die Räume zumindest in ausgewählten Hotels in Deutschland und der Schweiz für Schulklassen zu öffnen. Auch in Österreich sollen sich Accor-Häuser nach dem Ende des Lockdown an der Aktion beteiligen. So wurden die Seminarräume des Novotel München City in der Hochstraße Anfangs Oktober erstmals vom Schulverbund München genutzt.

Auch das Ibis in der Erfurter Altstadt hat laut Accor bereits mehrfach Besuch von der dort ansässigen Barfüßerschule bekommen. Die Lehrerinnen und Lehrer der Grundschule nutzen die Tagungsräume für Lernentwicklungsgespräche mit Eltern, so Accor. Außerdem sei der größte Raum im Hotel Teil der Projektwoche der Schule gewesen und die Grundschülerinnen und Grundschüler hätten so zusätzlichen Platz gehabt, um Ihre Versuche zum Thema Luft durchzuführen.

Reisebüros unterstützen die Gesundheitsämter

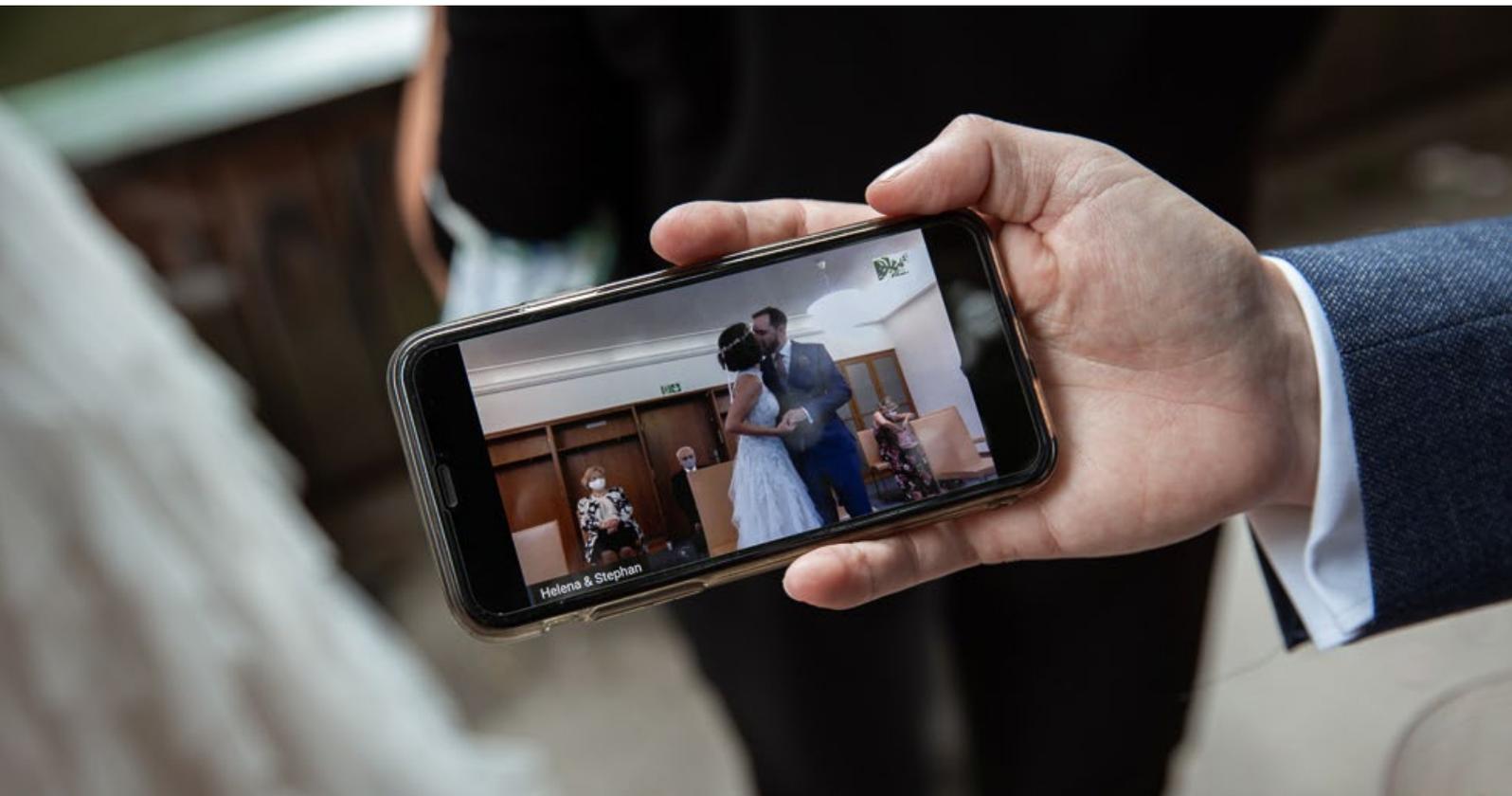
Einige Reisebüros sind bislang bekannt die Gesundheits- und Landratsämter aktiv unterstützen. Statt telefonische oder persönliche Reiseberatungen

leisten Mitarbeiter von Reisebüros nun telefonische Unterstützung bei den Gesundheitsämtern.

Mobile Event App im Einsatz bei einer standesamtlichen Trauung

„Wenn ich die Gäste nicht alle mitnehmen kann, dann schalte ich sie halt zu“, dachte sich Stephan Rode, Head of Sales bei der plazz AG. Zunächst musste der für Mai geplante Termin aufgrund des Corona Lockdown abgesagt werden. Glücklicherweise hat unser Kollege aber schnell einen Termin für den August beim Standesamt München Schwabing erhalten. Als es dann soweit war, hieß es wenige Tage vor dem Termin beim Standesamt, dass nur 5 Begleitpersonen aufgrund den Covid Sicherheitsmaßnahmen Zutritt erhalten. Stephan Rode wäre nicht Head of Sales bei plazz, wenn er nicht die Möglichkeiten der Digitalen Welt so gut kennen würde. Die Feier beim Standesamt wurde in die eigens für die Hochzeit aufgesetzte Event App als Live Stream übertragen. Alle Gäste konnten digital teilnehmen und von überall auf der Welt zusehen und Glückwünsche übermitteln. Auch wir gratulieren auf diesem Weg nochmals.





Messe München zeigt sich agil und öffnet die Hallen

Was tun mit leeren Messehallen? Diese Frage haben sich viele Personen rund um den Messechef Klaus Dittrich gestellt. Schnell war man dabei, kreative Ideen in die Tat umzusetzen. So wurden die Messehallen im Sommer für die Abschlussprüfungen der IHK bereitgestellt, so dass die Auszubildenden und Lernenden während ihrer schriftlichen Prüfung ausreichenden Covid Sicherheitsabstand einhalten konnten. Im Außengelände der Messe wurde, um das naheliegende Autokino im benachbarten Aschheim zu entlasten, ein komplettes Autokino installiert. Die großzügige Fläche und die geschickte Lage direkt an der Autobahn Abfahrt trugen dazu bei, dass aus Nah und Fern viele Besucher die pfiffige Alternative nutzten.

Big Bang Opening für Prime Fitness München in Münchens Prachtmeile Maximilianstrasse

Unternehmer Henrik Gockel eröffnete kurz vor dem Lockdown die elfte Dependence seiner Prime Fitness Studio Kette in der Münchner Maximilianstrasse. Für die beste Lage in der Landeshauptstadt sollte es auch eine erstklassige Ausstattung auf über 1.200 qm sein. Kaum war das Studio für einige Wochen offen, kam der Lockdown. Kurzerhand wurde ein virtuelles Fitnessstudio ins Leben gerufen und die Trainer gaben ihre Kurse und Trainings komplett virtuell. Auf Prime Time Fitness TV gaben gleich zwei prominente Fitnesstrainer an Ostern ihr Spezialtraining, was sonst nur Hollywoodstars genießen können!

Mr. Trigema war einer der schnellsten - Gesichtsmasken statt Unterwäsche & Blusen

„Auf Hochtouren“ produziert der schwäbische Textilhersteller Trigema seit April Behelfs-Mund- und Nasenschutzmasken für Mediziner, Pflegepersonal und Behörden. In den ersten zwei Wochen konnten schon knapp 200.000 Masken genäht werden. Die Vorteile einer agilen Unternehmenskultur könnten nicht deutlicher sein. Mittlerweile liegen die Stückzahlen im siebenstelligen Bereich.

Sortimentswechsel: Spuckschutz-Plexiglasscheiben statt Event-Technik

In Supermärkten, Tankstellen und Arztpraxen sind sie nicht mehr wegzudenken: Plexiglasscheiben für den Infektionsschutz. Viele Unternehmen nutzen ihre Kernkompetenzen mittlerweile, um diese Wände anzufertigen und zu vertreiben. So auch das Münchener Event Tech Unternehmen Livetec – eigentlich Lieferant für Leuchten, Bühnen und alles was auf Events benötigt wird. Schnell und effektiv wurden die Glasscheiben auf allen möglichen Kanälen mit Kampagnen beworben und verkauft. Die Uhr wird auch nach Corona bzw. mit der Einführung eines Impfstoffs nicht so einfach zurückgedreht werden können. Nach den jüngsten Erkenntnissen der Virologen spricht vieles dafür, dass uns - bei allem Leid und Schrecken, welche die Corona-Krise mit sich bringt - diese neue Kreativitätsphase noch eine Weile erhalten bleibt und alle fordert.

Dr. Michael Trautmann im Interview mit Mobile First

Michael, mit der Podcast Reihe „New Work“ hast du Dir einen Namen gemacht zum Thema flexible, neue, moderne Arbeitswelten. Durch Corona wurden viele Zweifler eurer Thesen eines Besseren belehrt – wie empfindest du die aktuelle Entwicklung?

Mark Read, der CEO der Werbeholding WPP hat es sinngemäß so zusammengefasst. "Uns ist in wenigen Tagen das gelungen, was wir in den 10 Jahren zuvor nicht geschafft haben." Ich sehe das ähnlich. Corona hat uns dazu gezwungen, uns schnell anzupassen und das ist vielen Menschen auch gelungen. Anders als befürchtet, ist die (Arbeits-)welt nicht zusammengebrochen und die Menschen schaffen ihre Arbeit auch aus dem Home Office. Wichtig ist aber: Remote Work ist nur ein Teil von New Work und wir sollten uns nicht damit zufrieden geben, dass wir jetzt unfallfrei ZOOM Calls machen können.

Wie kann die Zukunft nach Corona aussehen – was bleibt und was geht wieder deiner Einschätzung nach?

Wir werden wieder in unsere Büros kommen, aber das Thema Remote Work wird fester Bestandteil unserer Arbeit werden. Das Büro bekommt damit eine neue Rolle. Es ist nicht mehr der Ort, wo wir kontrollieren, ob unsere Mitarbeiter auch wirklich arbeiten, sondern es wird ein Tool. Immer dann, wenn wir kollaborativ arbeiten, wenn wir soziale Interaktion suchen und wenn wir die Chance suchen, durch ungeplante Begegnungen Inspiration zu bekommen, dann ist das Büro der richtige Ort.

Die Deutsche Bank schlägt eine Homeoffice-Steuer vor. Genau genommen eine Strafsteuer, die Homeoffice-Arbeitende zahlen sollen – kann man sowas ernst nehmen?

Ich halte diesen Vorschlag für nicht zielführend und wir sollten hier den Marktkräften vertrauen. Ich sehe durch den Trend zum Home Office viele positive Effekte. Wir entlasten den Verkehr und damit die Umwelt. Freiwerdender Büroraum kann mittelfristig in Wohnraum umgewandelt werden. Wir sehen bereits erste Effekte, dass für Familien das Leben am Stadtrand oder sogar auf dem Land wieder attraktiver wird, wenn die Fahrt ins Büro nur noch zwei bis dreimal in der Woche statt fünfmal nötig sein wird.

Technik und Tools ist das eine – das klappt, wie man hört, überall schon gut. Hast du noch einen Tipp, wie man das Thema Reporting transparenter im Team und gegenüber Chefs machen kann?

Ich glaube, dass wir hier eine Chance bekommen,

insgesamt mehr Verantwortung abzugeben. Wir werden die Arbeit mehr in Ergebnissen als im erfolgreichen Absolvieren von vordefinierten Teilschritten messen. Das erfordert Mut und es wird zu Fehlern kommen, aber ich glaube, es ist der beste Weg. Gleichwohl gibt es natürlich eine ganze Reihe von Tools, die uns dabei helfen, die Arbeit transparenter zu machen. Software Lösungen wie z.B. Asana oder Monday, die dabei helfen, Projekte und Prozesse zu steuern, sind sicher hilfreich. Ich kenne sogar Unternehmer wie Teja Töpfer, den Co-Founder von facelift, der sein Unternehmen komplett mit Salesforce steuert.

Abschließend die Frage: Wie kommen in der Remote Ökonomie die besten Arbeitsergebnisse zustande? Welche Grundlagen sind für gutes Arbeiten erforderlich, wenn die Arbeit immer mobiler erbracht wird?

Ich erkenne immer mehr, dass es sehr sinnvoll ist, sich immer wieder mit den Stärken und Schwächen aller Teammitglieder genau auseinanderzusetzen und es hilft, bei sich selbst anzufangen. Bei Blackboat, der Firma meines Podcast Partners Christoph Magnussen, machen alle Mitarbeiter den Gallup Strengthsfinder Test und es wird offen geteilt, welche Stärken jeder hat. Das hilft bei der Definition von Stellen oder Rollen, die jeder einnimmt.

Darüber hinaus würde ich in das Thema Selbstmanagement investieren. Methoden wie Getting Things Done helfen dabei, mit der steigenden Flut von zu erledigenden Dingen besser fertig zu werden. Wir leben in einem Zeitalter, in dem wir eine tägliche "To-Do-Liste" abarbeiten, die jemand anders für uns zusammengestellt hat, nämlich unsere Inbox.

Ein weiteres Thema ist der sinnvolle Einsatz von Meetings. Welches Ziel verfolgen sie, was sind die Spielregeln und wann und in welchem Umfang finden sie statt? Hier beobachte ich, dass ein regelmäßiges Hinterfragen immer wieder zu großen Effizienzsteigerungen führt.

Und dann geht es um Führung. Ich glaube, dass der Begriff des "Servant Leaders" hier eine gute Orientierung geben kann. Führung ist demnach zuallererst ein Dienst an der Sache. Und wenn Führungskräfte das ernst nehmen, räumen sie ihrem Team die Brocken aus dem Weg und halten auch über Entfernung regelmäßig Kontakt. Sie sehen sich mehr als "Enabler" und weniger als Kontrolleure.

Vita zum Autor

DR. MICHAEL TRAUTMANN, UNTERNEHMER, BERATER UND PODCASTER

Nach dem Studium der Betriebswirtschaft und einer Promotion im Bereich ökologieorientiertes Marketing folgte der Berufseinstieg bei Bossard Consultants und Stationen als Geschäftsführer bei Springer & Jacoby und als Global CMO bei Audi. 2004 gründete er zusammen mit André Kemper die Werbeagentur kempertrautmann aus der die thjnk AG wurde. Michael ist außerdem Mitgründer von Hyrox, der weltweit ersten Fitness Competition für jedermann, und er ist einmal in der Woche als Co-Host im Podcast "On The Way to New Work" zu hören.

Weiterführende Links

www.onthewaytonewwork.com

www.newworkmasterskills.com





Das plazz System!

*Ein Content-Management-
System für jede Eventphase*



CMS - alles aus einer Hand

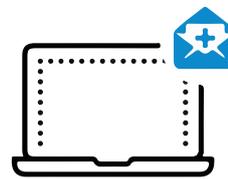
Noch nie gab es für Veranstalter von Events die Möglichkeit alle Phasen der Kommunikation zu seinen Teilnehmern über ein System zu bündeln. Mit dem plaz System ist dies nun möglich. Über ein Content-Management-System werden alle Phasen der Event-Kommunikation gesteuert.

Stellen Sie sich eine Reise eines Eventteilnehmers und eines Veranstalters von der Einladung bis zum Event vor.

Was ist für den Eventteilnehmer besonders wichtig und wie kann der Veranstalter den Bedarf im jeweiligen Stadium am besten bedienen?



Pre Event Page



Registrierung

Emotionalisieren & Begeisterung wecken

Zu Beginn möchte der Teilnehmer informiert werden, er benötigt Auskunft was ihn auf dem Event erwartet, Hinweise worauf er sich freuen kann und auch Informationen, warum er überhaupt an dem Event teilnehmen soll. Am besten wird bereits an diesem Punkt eine Vorfreude und Begeisterung für das anstehende Event erzeugt.

An diesem Punkt setzt die Pre-Event Website an, die Veranstalter als öffentliche Kommunikationsplattform dient. Schon in diesem Stadium werden potentielle Eventteilnehmer für die Veranstaltung begeistert, mit Bildern emotionalisiert und mit Informationen über Sprecher und den Ablauf der Veranstaltung angeteasert. Es werden die zahlreichen Gründe aufgezeigt, warum der Teilnehmer unbedingt zum Event zusagen soll!

Registrieren & Informieren

Sobald diese emotionale Zusage erreicht ist, kommt registrierung ins Spiel, die umfangreiche Teilnehmerregistrierung. Integriert in die Pre-Event-Website oder auch als eigenständiges Medium holt sie die Teilnehmer genau dann ab, wenn diese bereit sind zum Event zuzusagen.

Der Veranstalter hat vorher die Fragen, die für seine Planung des Events wichtig sind, eingestellt und diese werden nun von den Teilnehmern beantwortet. Der Umfang und die Fragearten können durch den Eventmanager individuell angepasst werden und den Fragen sind keine Grenzen gesetzt. Neben den eventspezifischen Fragen fließen die Informationen aus dem Eventprofil des Teilnehmers, das bei der Registrierung erzeugt wird, nahtlos in die Event-Applikation ein.

Mit den Anmeldedaten aus der Registrierung kann sich der

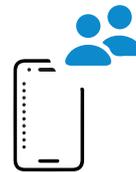
Teilnehmer direkt in der entsprechenden Event App einloggen, die im jeweiligen App Store bereitsteht.

Interagieren & Kommunizieren

Mit diesem nahtlosen Übergang wechselt auch das Kommunikations- und Informationsmedium. War in den bisherigen Eventphasen Web und E-Mail federführend, über eine E-Mail Einladung und die webbasierte Registrierung und Pre-Event Page, so wechselt der Kanal nun vollständig auf die Applikation. Als persönlichster Begleiter, auf das wir Nutzer im Durchschnitt 87-mal pro Tag schauen, ist das Handy das ideale Medium, um im Vorfeld des Events den Austausch mit und zwischen den Eventteilnehmern zu fördern. Mit Funktionen wie der Agenda, Referenzen und Eigenen Seiten ist der Teilnehmer dauerhaft informiert über die Inhalte des



Mobile Event App



Check-In App

Events. Als Veranstalter besteht die Möglichkeit über Push-Nachrichten, Bilder und News-Beiträge den emotionalen Faktor des Events hochzuhalten. Auch Teilnehmern bietet sich die Chance mehr aus dem Event herauszuholen, indem sie sich bereits via Chat & Matchmaking im Vorfeld mit anderen Teilnehmern vernetzen und sich aktiv über die Wall of Ideas oder Umfragen am Event beteiligen.

Die aktive Beteiligung fördert wiederum das Involvement in das gesamte Event und erhöht damit den Mehrwert und die Vorfreude auf die Veranstaltung. Damit ist die Reise des Eventteilnehmers bei seinem dritten Stopp angelangt und es muss nur noch eine letzte Hürde genommen werden um auf das Event, auf das sich der Teilnehmer seit der Sichtung der Pre-Event Website freut, zu gelangen.

Einchecken & Erleben

Diese letzte Hürde befindet sich am Eingang der Eventlocation. Die Akkreditierung. Dank der Check-in App und des individuellen QR-Codes in der App wird diese Hürde leicht genommen. Die Check-in App wird von freundlichen Hostessen bedient oder als Stele am Eingang positioniert, der Teilnehmer zückt sein iPhone, hält seinen in der App befindlichen QR-Code in die Kamera und schon wird er begrüßt „Herzlich Willkommen Herr Mustermann“. Nun ist der Teilnehmer am Ende seiner Reise zum Event angekommen und kann sich voll darauf konzentrieren das Event mit allen fünf Sinnen zu genießen. Die Begleitung mit den Leistungen der plazz AG endet an dieser Stelle jedoch noch nicht. Denn die Applikation bleibt als perfekter digitaler Begleiter bestehen und ermöglicht weiterhin Interaktion, Feedback-

abfrage, Kommunikation und Inhaltsvermittlung während und auch nach dem Event.

Was nach dem Event bleibt, sind hochemotionale Teilnehmer, die mit Freude an das Event zurückdenken und sich bei Betrachtung der Bildergalerie in der Event App wieder an diesen tollen Tag auf dem Event zurückerinnern. Was beim Veranstalter bleibt, ist Begeisterung für die Simplizität der Bedienung des gesamten Systems und die Freude über die erfolgreiche Realisierung des Events.

Das plazz System verlängert somit das Erlebnis eines Events über seine tatsächliche Dauer hinaus und erzeugt zudem einen hohen Effizienzgewinn und Ressourceneinsparung beim Veranstalter.



Expo Hall 9

Die Vorteile für den Veranstalter

- ✓ Ein Dienstleister & Ansprechpartner für alle Phasen des Events
- ✓ Ein CMS für alle digitalen Tools
- ✓ Zugriff auf einen zentralen Datenpool an Teilnehmerdaten
- ✓ Vielfältige Einsatzmöglichkeiten
- ✓ Skalierbarkeit auf zahlreiche Events
- ✓ Kostenersparnis durch ein System
- ✓ Kein Aufwand durch Schnittstellenentwicklung
- ✓ Effizienzgewinn bei Vorbereitung des Events
- ✓ DSGVO-konform über alle Tools hinweg
- ✓ Zahlreiche Auswertungsmöglichkeiten für die Event-Erfolgskontrolle

Die Vorteile für den Eventteilnehmer

- ✓ Zentrale Verwaltung der eigenen Teilnehmerdaten
- ✓ Permanente Möglichkeit der Informationsgewinnung
- ✓ Möglichkeit der Interaktion & Vernetzung
- ✓ Login-Daten funktionieren auf allen Tools
- ✓ Usability der Tools
- ✓ Datenhaltung in Europa














Renommierte Kunden aus allen Branchen, unter anderem **14 DAX Unternehmen**, führende politische Institutionen, Marktführer & Hidden Champions in ihren Bereichen schwören auf den Einsatz der Lösungen der plaz AG und realisieren damit über 1.000 Veranstaltungen pro Jahr.

Die Produkte erfüllen dabei modernste Ansprüche an Design & Usability und sind führend hinsichtlich **Konzernanforderungen** im Bereich **Data Security** und **Datenschutz**.

Die größte Stärke der Lösung ist das nahtlose Ineinandergreifen der unterschiedlichen Funktionen während der Administrator nur ein Content-Management-System bedienen muss.

NEUE SERVICESTRUKTUR DER PLAZZ AG

Transparent – Schnell – Kundenzentriert

Das abgelaufene Jahr hat viele Veränderungen mit sich gebracht, sowohl im Wandel der Veranstaltung hin zu rein digitalen Events, wie auch in der Servicebereitstellung. Auch bei der Art der internen Kollaboration, mit Home-Office und mobiler Arbeit, wie auch bei Zusammenarbeit mit Kunden durch digitale Veranstaltungen, hat sich vieles gewandelt.

Diesem Wandel möchten auch wir von der plazz AG Rechnung tragen und unsere Leistungen so ausrichten, dass wir eine volle Fokussierung auf unsere Kunden gewährleisten können.

Um unserer wachsenden Kundenzahl und den Änderungen der Anforderungen gerecht zu werden, haben wir unsere Servicemodelle angepasst, um spezifisch auf die jeweiligen Kundenanforderungen eingehen und gezielter Hilfestellung leisten zu können. Das Ziel ist dabei eine schnelle, transparente und zielgenaue Bearbeitung von Servicefällen für unsere Kunden zu ermöglichen.

Damit diese Ziele erreicht werden, wird unseren Kunden ab 2021 ein ausdifferenziertes Leistungsportfolio zur Verfügung stehen, welches von Ihnen je nach Bedarf zusammengestellt werden kann.

Klassische Supportanfragen können zukünftig zentral an die service@plazz.ag gerichtet werden. Diese Anfrage werden nach dem Prinzip First-in-first-out durch ein Supportteam abgear-

beitet. Durch die Zentralisierung der Serviceanfragen stellen wir sicher, dass Sie, unabhängig der Zuständigkeit einzelner Mitarbeiter, ein immer gleich hohes Servicelevel genießen und interne Antwortzeiten eingehalten werden.

Über diese klassischen Supportanfragen hinausgehend, bieten wir auch im kommenden Jahr zusätzliche Supportleistung an, die spezifisch buchbar sind. Diese sind gemäß den Anforderungen unserer Kunden erweitert und angepasst worden. Sie können zukünftig folgende Leistungen bei uns buchen:

Onboarding

Für neue Kunden bieten wir ein Onboarding-Paket, das eine strukturierte Einarbeitung in das Content-Management-System der Lösung anbietet. Mit dem Onboarding-Paket werden Sie als App-Manager fit für alle zukünftigen Projekte.

Projektmanagement

Wenn Sie den Einsatz unserer digitalen Lösung als Projekt ansehen, bieten wir Ihnen unsere Projektmanager zur Begleitung Ihres Projektes an. Unsere erfahrenen Mitarbeiter koordinieren und steuern Ihr App-Projekt und begleiten sie über den Zeitraum Ihres Projekts vom Kick-off bis hin zur Realisierung.

Content-Integration

Wenn Sie intern keine Kapazitäten haben, bieten wir Ihnen durch die Content-Integration eine Befüllung der Inhalte an. Sie

übermitteln die Inhalte und die Darstellungswünsche und ein Mitarbeiter des Content-Teams integriert den von Ihnen gelieferten Content in Ihr Content-Management-System.

Consulting

Wir unterstützen Sie beratend bei der Umsetzung Ihres Use Cases. Dafür stehen Ihnen Berater zur Verfügung, die zusammen mit Ihnen anhand von Best Practice Beispielen Ihren Anwendungsfall analysieren und mit Ihnen Lösungsansätze auf Basis unserer digitalen Lösung entwickeln.

Vor-Ort-Service

Für Ihre physischen, hybriden und digitalen Veranstaltungen unterstützen wir Sie mit einem Vor-Ort-Service durch unsere Mitarbeiter. Dabei reisen wir zu Ihrem Event bzw. Ihrer Produktion an und helfen Ihnen bei Themen, die mit unserer digitalen Lösung zusammenhängen.

Remote-Support

Als Unterstützung für App-Manager bieten wir Remote-Support in Form von telefonischem Standby im Rahmen der Eventtage, bis hin zur Remote-Teilnahme an Veranstaltungsteilen und Unterstützung bei Umfragen, Betreuung von Wall of Ideas und Anpassungen von Inhalten während der Veranstaltung.

Weitere Details zu den Leistungen können bei Ihrem Vertriebs- und Service-Team angefragt werden.

Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit.

IHRE TOUCHPOINTS BEI DER PLAZZ AG

PERSÖNLICH, INDIVIDUELL, ZUVERLÄSSIG, VERBINDLICH



JÜRGEN MAYER
CEO



RONJA LARS WILKENING
CTO



STEFAN HEINZ
CPO



STEPHAN RODE
CSO



SANDRA HEIDRICH
SALES



BERRA EKSEN
SALES



CORDULA IFF
CUSTOMER SUPPORT



LENA LUCKE
CUSTOMER SUPPORT



NICOLE SAUTER
CUSTOMER SUPPORT



GREGOR MENDEL
CUSTOMER SUPPORT

BEST OF KUNDENSTIMMEN

"Das digitale Event ist super gelaufen. Herzlichen Dank an die plazz. Gutes Tool. Guter Service. Hat Spaß gemacht und Samsung ist happy."

PACT Holding AG

"Allgemein haben wir ein sehr positives Feedback zu Ihrer MEA App von unseren Teilnehmern bekommen – sehr intuitiv!"

Carl Hanser Verlag GmbH & Co. KG

"Vielen Dank, dass alles so toll geklappt hat und für die extra Portion Unterstützung. Wir hatten das Gefühl dass unsere Teilnehmer bestens aufgehoben waren!"

Schaeffler Technologies AG & Co. KG

"...I have participated now in a couple of virtual conferences in the US, and the GM was by far the most professional managed and organized meeting. The quality of the transmission was excellent, and the level of interaction was very good as well."

Raiffeisen Bank International AG

"War super mit der App. Kam wirklich sehr gut an und die Teilnehmer hatten super viel Spaß. Hat die digitale Veranstaltung zu einem tollen Event gemacht. Vielen Dank für eure Unterstützung."

Lidl Digital International GmbH & Co. KG

"Just wanted to say a huge thank you, for all your hard work and support for today's event, the team and I are really happy with the outcome."

SAP Concur

A close-up photograph of a person's hands using a smartphone. The person is wearing a blue shirt and a blue tie. The background is blurred, showing a desk with a tablet. The lighting is bright and professional.

LIVE - VIRTUELL - HYBRID

**DIE EVENT PLATTFORM -
ALLES AUS EINER HAND**



Pre-Event Page

Alle Informationen auf einen Blick

- > Website zur Ankündigung der Inhalte einer Veranstaltung
- > Zügige Bereitstellung und intuitiver Aufbau
- > Einbindung von Agenda, Sprecher und mehr aus dem Event App CMS via API
- > Integrierung der App Download Buttons, Registrierung und mehr



Registr

Die ultimative Teilnehmer-Registrierung

- > Online Registrierung für die Anmeldung von Gästen, inklusive Wartelisten-Funktion
- > Schnell und unkompliziert – ideal für Corporates
- > Umfangreicher Versand von Einladungs- und Bestätigungsmails
- > Individuelle Abfragen für Gruppen von Personen wie Aussteller oder Sprecher



Check-in App via iPad

Das Einlass-Management der Zukunft

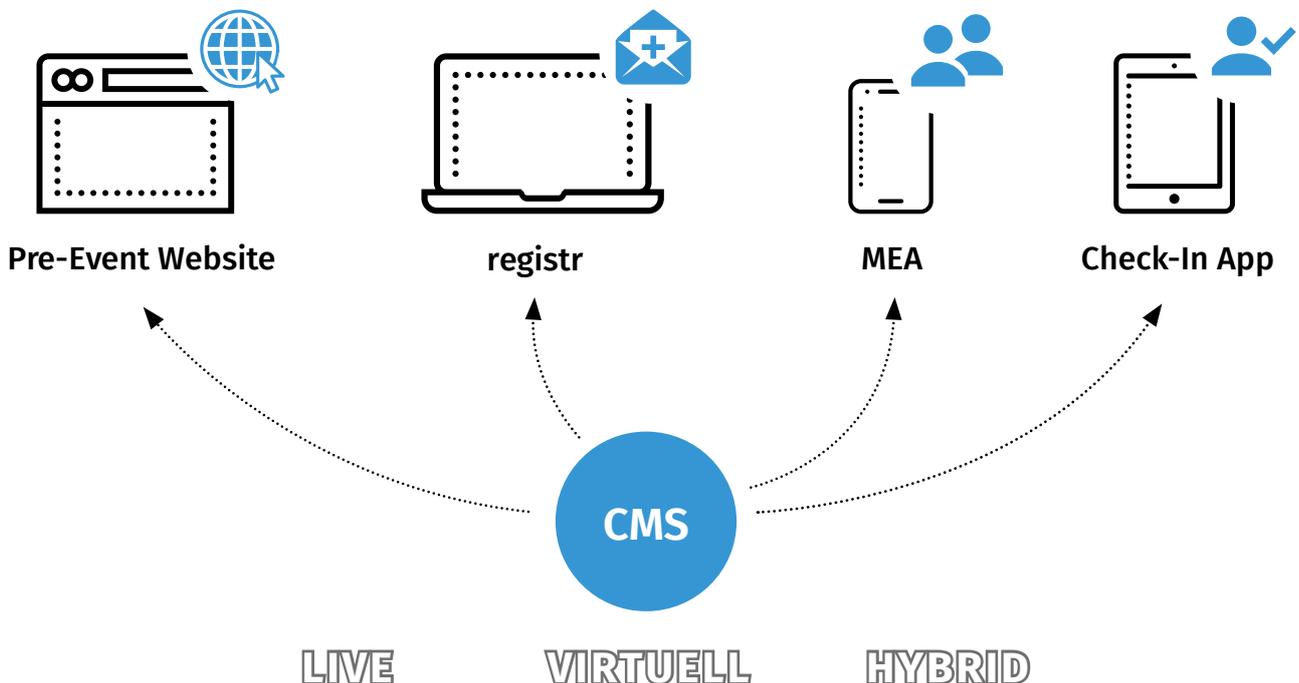
- > Digitale und kontaktlose (Covid-19) Akkreditierung Ihrer Teilnehmer
- > Kontaktloser und digitaler Service mit Check-in & Check-out vor Ort
- > Hilfreiche Statistiken und Auswertungen in Echtzeit, um agil zu handeln
- > Optional mit Wi-Fi Badge-Drucker, für ansprechende Event-Ausweise



Event App für iOS, Android & Web

Perfekt für live, virtuelle & hybride Events

- > Content- und Kommunikations-Lösung vor, während und nach dem Event
- > Multi Event App – mehrere Events in einer App, durch Sichtbarkeiten & Rechtemanagement
- > Personalisierte Agenda, Lagepläne und über 50 weitere Funktionen im Basisprodukt
- > Mit interaktivem Live Streaming und Video-Konferenz-Feature direkt in der App



Partnerschaft



doo GmbH - Quick Facts

Gegründet wurde die doo GmbH 2014 in München und entwickelt seitdem digitale Lösungen für professionelles Teilnehmermanagement für Unternehmen, Event-Agenturen und Messen. Die Smart Event Automation Plattform automatisiert und personalisiert die gesamte Teilnehmerreise. Vom Einladungsmanagement und Event-Marketing über Registrierung und Einlass bis hin zum Live-Tracking auf der Veranstaltung. Bereits 450 Kunden und 4,6Mio Teilnehmer pro Jahr wurden vom intelligenten Event CRM der doo GmbH bedient.

Besuchen Sie die Webseite von doo, für mehr Informationen: www.doo.net. Oder schreiben eine E-Mail an business@doo.net und treten direkt in Kontakt.

Interview mit Christoph Sedlmeir

Im Zuge der gemeinsamen Partnerschaft zwischen doo & plazz, entstand vor kurzem ein umfangreicher [Blogartikel](#) von doo. Dort wurden Details und Beweggründe zur Kooperation geteilt. Ebenso wurde unser Geschäftsführer, Jürgen Mayer, darüber zum Interview geladen. Im Gegenzug und um einen vollständigen Eindruck beider Seiten zu erhalten, haben wir Christoph Sedlmeier, Geschäftsführer der doo GmbH, ebenfalls ein paar Fragen gestellt.

Herr Sedlmeir, in einem Interview von Ihnen haben Sie gesagt „Nur wer seine Kunden zu 100% versteht, kann sie dauerhaft begeistern“. Wie gut hat doo diese Begeisterung trotz Corona heuer entfachen können? Wie gut haben Sie die Krise gemeistert?

Wir blicken am Ende des Jahres mit einem lachenden und einem weinenden Auge zurück auf 2020. Zum einen sind wir sehr positiv angetan, wie Teile unserer Kunden dieses Jahr genutzt haben, ihre Digitalisierungsprojekte

zu beschleunigen und innovativ die Veranstaltungskonzepte angepasst haben. Hier gehören insbesondere die großen Unternehmen und Konzerne dazu.

Gleichzeitig haben wir aber auch parallel gesehen wie unsere Partner & Kunden in Agenturen, Locations & Messen massiv von der Krise betroffen waren und nach wie vor sind. Hier hoffe ich insbesondere für 2021 auf Planbarkeit in den Covid Auflagen, so dass diese ihre Innovationskraft auch ausspielen können – dies empfand ich als größte Hürde in 2020.

Mein weinendes Auge ist, dass wir als Branche bis dato keine relevante Lobby formieren konnten, um bspw. eine Differenzierung in den „Großveranstaltungen“ zwischen Oktoberfest und B2B Messe herzustellen. Unterm Strich konnten wir als doo durch die großen Digitalisierungsprojekte den Einbruch bei den Veranstaltungen überkompensieren.

Wie ist überhaupt die Idee zu doo bei Ihnen entstanden?

Die lange Geschichte und Vision kurz erzählt ist: Das digitale Marketingbudget ist komplett messbar und wird täglich entlang der Customer Journey gemessen und optimiert. Hierzu gibt es performante Marketing-Automation Plattformen welche diese als Software unterstützen. Den gleichen Anspruch sehen wir auch an das „Live-Marketing“ Budget, sprich Veranstaltungen. Hierzu soll doo als „Event Automation“ Plattform dienen um die gesamte Customer Journey einer Veranstaltung von erster Einladung, Webseite bis zum Feedback danach anzubieten und messbar zu machen.

Mit doo möchten wir die Kunden zu digitalen Gastgebern machen. Einen guten Gastgeber macht für uns aus: „Er kennt seine Gäste und hat Zeit für diese“. Somit möchten wir durch die Automatisierung der Event-Prozesse unseren Kunden zeitlich den Rücken frei halten und gleichzeitig durch die Erkenntnisse aus der Customer Journey (z.B. wer ist ein Warenkorbabbrecher?, was erwarten die Teilnehmer von dem Event?) Informationen bieten, um die Veranstaltungen noch besser zu machen. Flapsig gesagt heißt die Idee hinter doo: „Rücken frei und Bude voll“.

Wie sehr hat sich der Shift auf virtuelle Events bei Ihnen ausgewirkt?

Auf der technischen Seite war das alles halb so wild, hier hatten wir, startend mit der neuen Situation in Q2, die Integrationen zu den verschiedenen Webinar-Lösungen getrieben, um die ersten virtuellen Events unterstützen zu können. Die größere Herausforderung war die Beratungskompetenz für unsere Kunden

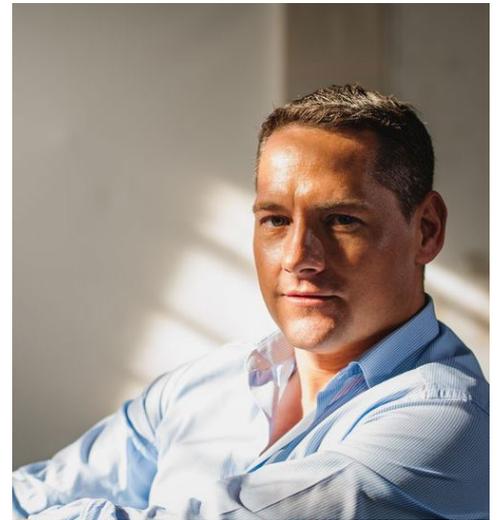
zu gewährleisten. Das Thema war für uns ebenso neu. Hierzu hatten wir im Mai kurzfristig eine eigene virtuelle Konferenz mit ca. 3.000 Teilnehmern durchgeführt, um am lebenden Objekt selbst die Stolpersteine zu identifizieren und besser beraten zu können.

Mittlerweile wurde dies deutlich professionalisiert, so dass auch der Anspruch an virtuelle Events gestiegen ist und dort sehen wir den großen Mehrwert in der Partnerschaft mit plazz, um nahtlos eine umfangreiche Lösung für hochwertige, virtuelle Veranstaltungen anbieten zu können, welche weit über die Möglichkeiten der Webinar-Tools hinausgeht.

Sie sind breit aufgestellt mit dem Angebot einer Landingpage, umfassender Teilnehmer-Registrierung & Gästemanagement-lösung inklusive Ticketing / Payments. Für das Thema Event App / Streaming & Conferencing Player gibt es nun die Partnerschaft mit der plazz. Was gefällt Ihnen gut an der plazz Lösung?

Wir stehen insbesondere bei großen Unternehmen und Konzernen immer wieder vor der Herausforderung die Compliance, IT Security, Zertifizierungsanforderungen etc. als doo und gemeinsam mit unseren Partnern zu erfüllen. Dies ergänzt sich mit der „Made & Hosted In Germany“ Lösung von plazz sehr gut. Gleichzeitig gelingt plazz der Spagat zwischen hoher Flexibilität & Anpassbarkeit der Software und Anwendbarkeit für die Kunden vorbildlich.

Daher freuen wir uns hier ein ergänzendes Angebot zu schaffen, welches insbesondere für Unternehmen mit vielen Veranstaltungen ermöglicht diese zentral über eine einzige Plattform zu steuern.



Christoph Sedlmeir, Geschäftsführer doo GmbH München

Vor der Tätigkeit bei doo war er 8 Jahre für die Unternehmensberatung Bain & Company in den Büros München, London und Johannesburg tätig. Er studierte in Karlsruhe, Berkeley und Harvard.

Den Weg in die Eventbranche brachte ihn die Vision, die Interessen von Teilnehmern entlang der Customer Journey eines Events besser kennenzulernen und auf dieser Basis „mehr von den richtigen Teilnehmern“ auf die Events zu bringen. Gemeinsam mit Dr. Michael Liebmann gründete er in 2014 die doo GmbH.

Zurück in die Zukunft

Wie werden Events Post-Corona aussehen?



Die ganze Welt redet über Hybrid. Häuser werden hybrid und Autos sowieso. Auch für die Veranstaltungsbranche stehen alle Zeichen auf hybriden Events. Was in den vergangenen Jahren in der Branche zwar diskutiert war, jedoch nicht wirklich zur Anwendung kam, ist nun, zusammen mit rein virtuellen Events, die Zukunft der Veranstaltungsbranche. Seien wir mal ehrlich, die Branche war bis vor kurzem weder digital, geschweige denn bereit in digitale Lösungen zu investieren. Es existierten höchstens kleine Pflänzchen an integrierten digitalen Ansätzen.

Mit Covid-19 musste jedoch schnell die Kehrtwende geschaffen werden, weg von der reinen Live-Kommunikation hin zu digitalen Veranstaltungen. Und damit ist die Büchse der Pandora offen. Covid-19 wird eines Tages Geschichte sein, bzw. wird sich in unseren Alltag etabliert haben. Zu glauben, dass die Veränderungen dann revidiert werden und die Welt auf den Stand vor 2020 zurückspringt, ist zu naiv und kurz gedacht. Wir sind uns einig, dass Reisen wieder zurückkommen, dass Menschen sich wieder persönlich sehen und auch der Händedruck und der Blick in die Augen des Geschäftspartners ein Revival feiern werden. Zeitnah

nach der Aufhebung der aktuellen Restriktionen wird mit Sicherheit verstärkt der Wunsch nach persönlichen Treffen vorhanden sein, aber die Effizienz digitaler Treffen darf nicht unterschätzt werden. Vor allem aus Veranstaltersicht: Warum einen Referenten extra für einen Vortrag einfliegen lassen, wenn dieser auch aus seinem 1.000 Kilometer entfernten Office zugeschaltet werden kann? Oder der vielbeschäftigte Manager, der für 2 Stunden an der Veranstaltung teilnimmt und danach noch in sein Advisory Board geht, anstatt den gesamten Tag auf dem Event zu sein.

"Zu glauben, dass die Veränderungen dann revidiert werden und die Welt auf den Stand vor 2020 zurückspringt, ist zu naiv."

Selektion ist dabei das Zauberwort. Eventteilnehmer werden viel spezieller filtern, welche Veranstaltungen Sie besuchen oder

nicht besuchen. Und wenn nur einzelne Vorträge für Teilnehmer interessant sind, dann werden Sie nach einer digitalen Teilnahme fragen, um sich auch nur genau diese spezifischen Inhalte anzusehen. Für Veranstalter bedeutet das also, was an sich auch schon lange zählt „CONTENT IS KING“. Vielmehr werden Veranstalter an der Bereitstellung qualitativ hochwertiger Inhalte gemessen und ob das erreicht wurde, wird sich an den Besucher- und Nutzerzahlen ablesen lassen.

"CONTENT IS KING."

Gleichzeitig wird durch die Hybridisierung und Digitalisierung von Veranstaltungen die potentielle Zielgruppe deutlich größer. Auch Teilnehmer, die vorher nicht gereist sind, können nun direkt in ihrem Home-Office oder ihrem Büro angesprochen und in die Veranstaltung eingebunden werden. Und genau an diesem Punkt stellt sich die nächste Frage bzw. Herausforderung für Veranstalter. Wie bringe ich im hybriden Kontext meine digitalen und meine Live-Teilnehmer zusammen?

Hierbei ist die Frage nach den Zielen wieder in den Vordergrund zu rücken. Geht es ausschließlich um die Darstellung von Vorträgen, so reichen eine Bühnenproduktion für die Live-Teilnehmer und ein Live-Stream für die digitalen Teilnehmer. Sobald ich aber kollaborative Ansätze in meiner Veranstaltung habe, bis hin zum Networking und dem Aufbau von Beziehungen zwischen den Teilnehmern, bedarf es mehr. Hierbei wird die smarte Nutzung von Daten essentiell, wie das Zusammenbringen der Teilnehmer unabhängig Ihres Standortes mithilfe von Tools wie Matchmaking.

Hier liegen auch die großen Vorteile von digitalen Lösungen. Amazon sieht auch nicht aus wie ein Warenhaus, sondern aggregiert Informationen der Kunden und bietet auf dieser Basis Waren an. In genau dieser Denkweise sollten auch Veranstalter in Zukunft agieren. Die richtigen Personen miteinander vernetzen, die richtigen Inhalte an Nutzer liefern unabhängig ihres Standortes und am besten auch unabhängig eines spezifischen Eventzeitraums. Dies führt uns zu einem weiteren Potential, welches die Digitalisierung von Veranstaltungen mit sich bringt und auch die Zukunft bestimmen wird.

"Events werden zeit- und standort-unabhängiger."

Events werden zeit- und standortunabhängiger, der Eventzeitraum wird über einen längeren Zeithorizont hinausgedehnt. Tatsächliche Live-Events sind dann Leuchttürme in einer integrierten Gesamtkommunikation. Die digitalen Plattformen, die durch Veranstalter eingesetzt werden, sind das Medium der Kommunikation über den die Zielgruppe einen langen Zeitraum hinaus bespielt wird, durch Videos-on-demand, kurze Webinare, Podcasts, News oder anderweitigen Content. Dem Veranstalter wird dadurch die Möglichkeit geboten, das Eventerlebnis über einen langen Zeitraum hinaus zu verlängern. Es wird eine digitale Community aufgebaut, die sich dann in regelmäßigen Abständen live trifft und sonst digital vernetzt – der Traum und Wunsch vieler Veranstalter seit geraumer Zeit.

Live-Events kommen zurück und das hoffentlich schneller, als wir es aktuell erwarten. Nichtsdestotrotz werden Live-Veranstaltungen immer eine digitale

Komponente besitzen und genau darin liegen die großen Chancen für Veranstalter. Dazu ist es aber notwendig, dass sich Veranstalter von vergangenen Konzepten lösen, digital denken und die Potentiale digitaler Lösungen auch nutzen. Genannte Beispiele sind das Community-Building, die smarte Nutzung von Daten und der Aufbau langfristiger Kommunikation mit den Zielgruppen über digitale Plattformen. Aktuell werden viele hybride und digitale Veranstaltungsformate entwickelt, doch auch hier wird es im Laufe der Zeit zu einer Konsolidierung kommen, bei der nur die Veranstaltungen übrigbleiben, die den Teilnehmern wirklich Mehrwerte bieten. Das werden die Veranstaltungsformate sein, die auf smarte Art und Weise die Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen.

"Tatsächliche Live-Events sind dann Leuchttürme in einer integrierten Gesamtkommunikation."



Budgetumschichtung zu 'virtuell'

Messe- und Vertriebsbudgets verteilen sich 2021 Richtung virtuell um

Allen ist klar, dass 2021 kein Messe- und Tagungsjahr mit vielen und großen Präsenzveranstaltungen werden wird. Aber wohin mit dem Budget bzw. woher kommen die Leads, welche man bis dato über Messen oder das Sponsoring von Tagungen oder als Aussteller generiert hat?

**"2021 wird kein
Messe- und
Tagungsjahr."**

2021 wird ein weiteres Jahr mit nur wenigen Messe- und Präsenzveranstaltungen. Seit dem 1. Lockdown im März 2020 wurden nahezu alle Präsenzveranstaltungen durch Online-Events ersetzt, verschoben oder ganz abgesagt - zu groß war das gesundheitliche Risiko und zu wenig umsetzbar die Auflagen durch Städte und Messengesellschaften. Dies führte zu einer radikalen Umschichtung von Budgets hin zu gesponserten und eigenen Online-Veranstaltungen.

Jedes dritte von exklusiv-muenchen befragte Unternehmen (300 befragte Unternehmen) plant

seine Messebudgets in Richtung virtueller Veranstaltungen für 2021 umzuschichten und jedes zweite Unternehmen will mehr in Webinare investieren. Fürs Finanz-Controlling sicher ein schöner Nebeneffekt der virtuellen Veranstaltungen: Reisekosten, Standkosten, Print-Broschüren und Give-Aways werden damit nahezu auf null zurückgefahren.

Bei den virtuellen Events ist klar, dass da noch viel Luft nach oben ist. Nicht alle Erfahrungen mit virtuellen Events waren positiv, so schildert Jürgen Mayer das Feedback einiger plazz Neukunden, welche vor dem Wechsel mit anderen Lösungen als der MEA experimentiert hätten.

**"Bei virtuellen
Events ist noch
viel Luft nach
oben."**

Die Gründe haben sicherlich mehrere Ursachen: Dies war sicher oft der nur sehr kurzen Vorbereitungszeit geschuldet, zu wenig individueller Austausch mit

Entscheidern, bessere Vorauswahl / Vernetzung der Teilnehmer, mehr Fokus auf die Qualität der Speaker Themen und allen voran eine solide technische Plattform, die eben mehr bietet als nur eine Videokonferenz.

Die Chancen virtueller Events wurden heutzutage sicherlich noch nicht überall ausgespielt. Im Lauf der Zeit werden aber Veranstalter mehr und mehr das Potential nutzen und engagierte Online-Communities rund um Ihren Event aufbauen, bei denen dann auch Machtmaking, One-to-One-Meetings und ein valides Datentracking die Folge sind, so dass zum einen Sponsoren und Partner besser zu Ihrem Vorteil kommen, aber auch der Veranstalter mit virtuellen Veranstaltungen ein ertragreiches Business aufbauen kann.

Viele Unternehmen gehen dazu über, nicht nur auf Dritt Veranstalter zu setzen, sondern man veranstaltet gleich seine eigenen Events. Die Umsetzungshürden sind im Vergleich zur Durchführung eines Präsenzevents deutlich geringer.

Aktuell realisieren viele der plazz Kunden ihre virtuellen Events noch weniger als Verkaufsplattform, als eher für den Wissensaustausch zwischen Kunden und Kunde bzw. dem Veranstalter. Bei vielen gilt für 2021 die Strategie, dass der Austausch mit Interessenten, Kunden und der Community zunehmend auf eigenen Plattformen stattfinden wird. Mit den Branding Möglichkeiten welche die MEA bietet, der vollen Kontrolle über die Plattform, als auch den umfassenden Content- und Community Möglichkeiten gibt es hiermit ein Tool, welches genau hierfür geschaffen wurde. Damit lassen sich Webinar-Reihen, Remote Workshops, Awards

oder Broadcasts Events auf einer Plattform realisieren.

"Durch die Corona-Pandemie wandelt sich das Bild des klassischen Vertriebs."

Je qualifizierter der digitale Marketing- und Salesfunnel mit derartigen Webinaren und virtuellen Events bestückt und optimiert wird, desto höher ist auch die Wahrscheinlichkeit, dass die Kontaktfrequenz im Digitalen

die Präsenzveranstaltungen von gestern ersetzen kann. Durch die Corona-Pandemie wandelt sich damit auch das Bild des klassischen Vertriebs.

Die Zukunft ist hybrid. Nur in welchem Verhältnis, muss sich noch zeigen. Selbst wenn eine Rückkehr ins 'gewohnte Normale' gewünscht und anvisiert ist, sind hybride Events als Ergänzung und Weiterentwicklung unverzichtbar.

Die aktuellen Learnings zahlen sich schon jetzt aus. Und es bewahrheitet sich wieder einmal mehr das chinesische Sprichwort: 'Wenn der Wind des Wandels weht, bauen die einen Mauern, die anderen Windmühlen'.

Die fundamentalen Vorteile der MEA Plattform



FUNKTIONEN

Über 40 Funktionen – neben den klassischen Features gibt es auch die Möglichkeiten des Matchmaking, Gamification zur zielgerichteten Steuerung des Engagements, Quizzes sowie alle Möglichkeiten der Content Bereitstellung.



NETWORK

Geeignet für den ganzjährigen Einsatz und der Durchführung von vielen Veranstaltungen, so dass der Aufbau von Online Communities rund um ein Unternehmen / Thema erfolgen kann.



DESIGN

Individuelles Branding und Gestaltungsmöglichkeiten der Plattform auf das entsprechende Corporate Design.



STREAMING UND KONFERENCING

Offene Plattform für Live-streaming und Video-Konferencing inklusive der Einbindung von Drittanbietern wie Zoom, OBS, etc.



KONTROLLE

Einheitliches Datentracking und zentrale Maillösung für die Kommunikation Pre-, Während und Post Event.

„Die Zukunft hängt davon ab, was wir heute tun.“

Mahatma Gandhi

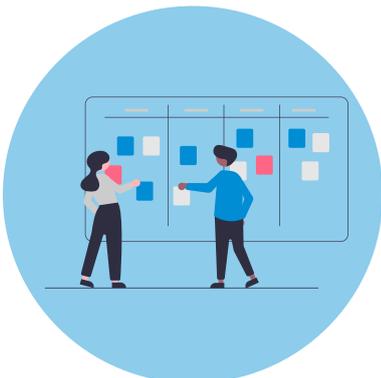


„So betrüblich die Umstände sind, sie bestätigen uns einmal mehr in unserem Ansinnen, schon heute ans Morgen zu denken.“



„Wer beim Planen versagt, plant sein Versagen.“

Benjamin Franklin



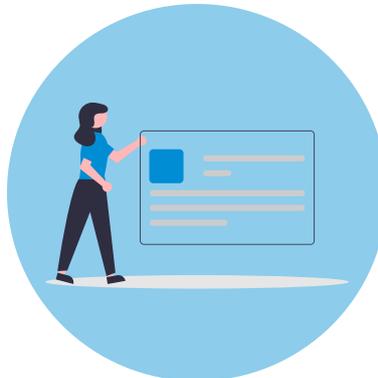
„Leaders who don't listen will eventually be surrounded by people who have nothing to say.“

Andy Stanley



„Without data you're just another person with an opinion.“

W. Edwards Deming



„Die Zukunft gehört denen, die Möglichkeiten erkennen, bevor sie offensichtlich werden.“

Oscar Wilde



„You can not overtake 15 cars in sunny weather, but you can when it is raining.“

Ayrton Senna



„When you talk, you are only repeating what you already know. But if you listen, you may learn something new.“

Dalai Lama



„In weak companies politics win. In strong companies best ideas do.“

Steve Jobs

QUALIFIZIERTE MEA - EVENT-AGENTUREN

Eine Auswahl an Event-Agenturen, welche umfassende Projekt-Erfahrung mit der MEA Lösung inklusive den Funktionen des Videostreamings und Videokonferencings in den letzten Wochen und Monate aufbauen konnten.

insglück

<https://insglueck.com>

PACT 

COMMUNICATION GROUP

<https://www.pact.de>

PrtX

<https://prtx.co>

**VAGEDES
& SCHMID**

emotional
brand building

<https://www.vagedes-schmid.de>

DO IT!

<https://www.doit.de>

fr

<https://www.familie-redlich.de>

IdeenHerd®

<https://www.ideenherd.de>

trendhouse

event marketing

<https://www.trendhouse.de>

Pure

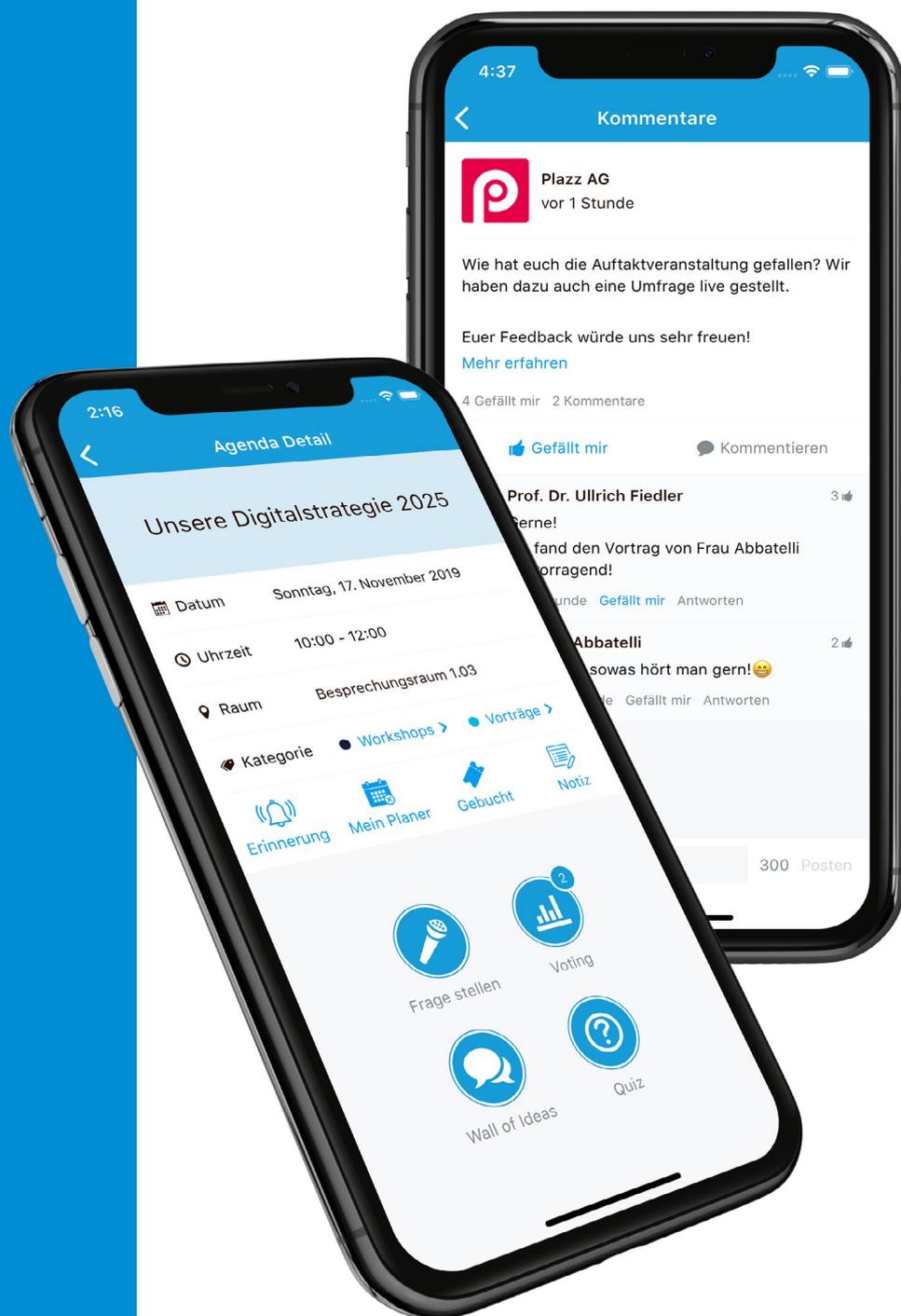
<https://pureperfection.com>

WWW®

<https://whatwhenwhy.de>

MITARBEITERKOMMUNIKATION – GEBÜNDELT IN EINER APP

Maximale Reichweite & Resonanz



Mitarbeiter-Feedback

Überdurchschnittliche
Aktivierungsrate von 90%



Wall of Ideas

Interaktive und barrierefreie
Kommunikation untereinander



Datei-Upload

Bereitstellung relevanter und
aktueller Dokumente



Individuelle Seiten

Vielseitiger Editor für Ihre
Unternehmensinformationen



Cross-Plattform

Erhältlich für Android,
iOS und als Web-App



Infos unter: sales@plazz.ag