



© Vitechek/AdobeStock

# Das Beste aus beiden Welten

⇒ **HYBRIDES EVENT MANAGEMENT** Hybride Events sind nicht einfach nur Live-Veranstaltungen, die online übertragen werden. Was bedeutet hybrid wirklich, für welche Art von Business Events lohnen sie sich – und wann eher nicht? working@office hat bei Expert\*innen nachgefragt, was es braucht, damit bei einem hybriden Event auch alle Teilnehmenden voll dabei sind.

Einerseits sind Präsenzveranstaltungen beliebter denn je, wie die aktuelle MMGY-Studie „Portrait of European Meeting & Convention Travel“ kürzlich ergab, gleichzeitig gaben vier von zehn Befragten an, dass sie wahrscheinlich oder sehr wahrscheinlich in den nächsten zwei Jahren an hybriden oder virtuellen Veranstaltungen teilnehmen werden.

## Was heißt hybrid eigentlich wirklich?

Online dabei sein – das schafft für viele überhaupt erst die Möglichkeit, an einem Business Event teilzunehmen. Weil es sich zeitlich leichter einplanen lässt, aus Kostengründen oder wegen der Entfernung. Eine größere Reichweite, ein geringerer ökologischer Fußabdruck, eine kleinere Location, die Chance auf exklusive Speaker\*innen, die sich nur ein Zeitfenster einrichten müssen oder die Integration von spannenden Zuschaltungen sind einige der Vorteile. Flexibilität ein weiterer. Und unentschlossene Schulungsinteressenten können erstmal online teilnehmen, ohne gleich eine Geschäftsreise zu beantragen.

Nun sind hybride Events und virtuelle nicht dasselbe. Bei virtuellen sind alle Teilnehmenden nur online dabei, bei hybriden die einen vor Ort, die anderen virtuell – aber mit mehr Live-Charakter samt „Bühnenbild“ inklusive. Das sind jedoch zwei Zielgruppen mit unterschiedlichen Bedürfnissen, schon allein deshalb, weil nur die eine anreisen wird, beide aber quasi mittendrin sein wollen.

Nicole Steiner von teamgeist

Hybrid, das ist eine Kombi aus zwei eigenständigen Ansätzen oder Dingen, was Gemischtes sozusagen. Ein Hybridauto zum Beispiel mit einem Verbrennungs- und einem Elektromotor. Mal läuft der eine Antrieb, mal der andere – oder beide, was je nachdem energieeffizienter sein kann. Das Prinzip ist bei Hybriderevents zwar ganz ähnlich, allerdings ein



wenig komplexer, weil es nicht nur um eine Live-Übertragung einer Veranstaltung geht, der man remote vom Laptop aus zuschaut. Das eben zählt im Event Management nicht als hybrid.

## Auch virtuell ganz real eintauchen

So richtig vollkommen hybrid meint die Verknüpfung beider Welten mit Elementen, Tools und Technik – und die Möglichkeit zu schaffen, egal von wo auf der Veranstaltung, gemeinsam ein tolles Erlebnis zu haben. Analoge Live-Momente können Entsprechungen im digitalen Raum finden. „Das, was analog funktioniert, kann nicht 1 zu 1 im digitalen Raum oder hybrid angewendet werden. Das funktioniert hier nicht“, weiß Nicole Steiner von teamgeist. Es bedürfe einer Übersetzungsleistung bzw. Modifikation. So lässt sich aber beispielsweise nicht nur mit Umfrage-Tools ein Stimmungsbild der Remote-Teilnehmenden zwischendrin zu bestimmten Fragen einfangen, sondern auch vorab per Post was Physisches für die Sinne zustellen. Vielleicht eine Event-Box mit Gadgets, dem neuen Produkt oder Leckereien fürs Wohlfühl. Oder den Live-Stream mit vorproduzierten Inhalten anreichern. Ideen gibt's hier viele.

Ein vollkommen hybrides Event würde „sowohl den Präsenz- als auch den virtuellen Teilnehmer\*innen erlauben, miteinander zu agieren“, heißt es im „Das Eventsystem der Zukunft“ vom German Convention Bureau GCB und dem Fraunhofer IAO. Und das wäre nur durch das Eintauchen beider Teilnehmarten in eine immersive Welt möglich, also jenem Effekt, der entsteht, wenn einem der virtuelle Raum schon fast real vorkommt und man Zeit und Raum vergisst. „In diesem Fall stünden alle Teilnehmer\*innen, egal wo sie sich befinden, miteinander in Kontakt und wären im digitalen Raum miteinander verbunden.“ Je nach Anspruch oder Bedürfnis könne es genügen, nur zuzuschauen oder die Veranstaltung am Rande zu verfolgen, so der GCB. Digitale und physische Veranstaltungswelten können somit auch nebeneinander bestehen.

## Wann sich hybride Formate eignen – und wann nicht

Denn beim Gefühl dabei zu sein, geht es um den Erlebnisfaktor, und der ist eine Frage von Idee, Konzept, Technik – und Aufwand für die möglichst nahtlose Integration von Technologie, um die Teilnahme zwischen einem Live- und einem virtuellen Publikum zu erleichtern. So hat beispielsweise BTL-X als Technikpartner den 14. Deutschen Nachhaltigkeitspreis als hybrides Event umgesetzt – live vor Ort im Maritim Hotel Düsseldorf und virtuell. „Von der Streaming-Technik inklusive weitverbreiteter Zuschaltungen über Medientechnik bis



### Worauf es bei einem hybriden Event ankommt

- Teilnehmer\*innen haben die freie Wahl, ob sie vor Ort oder virtuell und/oder remote teilnehmen.
- Eine zeitliche Partizipation ist möglich, die Veranstaltung muss also einen Live-Charakter haben.
- Alle Teilnehmenden haben einen annähernd gleichen Zugang zur Teilnahme, z. B. auch die Möglichkeit der Interaktion.
- Ein Mehrwert ist für alle gegeben, z. B. durch Interaktion mit Teilnehmer\*innen, die man sonst nie treffen würde.
- Die physische oder virtuelle Teilnahme muss nicht zwangsläufig gleichwertig sein, jede Form hat dafür ihren eigenen Mehrwert, den Veranstalter\*innen bewusst bieten.

*Quelle: Auszug aus „Das Eventsystem der Zukunft“, Hrsg. GCB, GCB Thought Leader Panel und Fraunhofer IAO*

zur Ausstattung der 20 Aussteller war alles dabei“, berichten die Event-Spezialisten in ihren BTL News. Sechs Trailer Material, darunter 15 Kameras, Bild- und Datenregionen von allen sechs Bühnen in den verschiedenen Räumen, sieben zeitgleiche Streams und über 50 Zuschaltungen aus der ganzen Welt, Show-Licht für internationale Künstler, professionelle Dolmetscher-Technik zum Beispiel. Das habe für unvergessliche Erlebnisse gesorgt. „Ca. 700 Personen haben dem Event live vor Ort gelauscht, online waren es sogar bis zu 2000.“

Natürlich geht das auch etliche Hausnummern kleiner, zum Beispiel als Konferenz mit Projektpartnern, für eine Produktvorführung oder als größere Team-Besprechung, Jahreshauptversammlung oder Sales-Kick-Off. „Prinzipiell eignen sich hybride Formate besonders gut für Business Events, bei denen es wichtig ist, ein breiteres Publikum zu erreichen, das möglicherweise nicht in der Lage ist, physisch an der Veranstaltung teilzunehmen“, erklärt Nicole Steiner, bei teamgeist Expertin für die Entwicklung spezifischer Event-Konzepte und großer hybrider Kunden-Projekte. „Das können Konferenzen, Seminare, Schulungen, Produktpräsentationen oder Networking-Veranstaltungen sein.“ Weniger geeignet sind Steiner zufolge hybride Formate für Events, bei denen der persönliche Kontakt und die Interaktion vor Ort von zentraler Bedeutung seien, wie etwa Teambuilding-Veranstaltungen oder strategische Workshops. Kurz: Ob es sich hybrid lohnt, hängt von der Zielsetzung ab.

### Infosplitter

Befragung von europäischen Veranstaltungsteilnehmer\*innen im Jahr 2023: „Wenn Sie für Meetings und Veranstaltungen reisen: Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie in den nächsten 24 Monaten an der folgenden Veranstaltungsform teilnehmen werden?“

Persönliche Meetings, Konferenzen und Kongresse:	48 %
Virtuelle Meetings, Konferenzen und Kongresse:	40 %
Hybride Meetings, Konferenzen und Kongresse:	37 %

Quelle: Studie „Portrait of European Meeting & Convention Travel“ von MMGY Global, GCB



## Welche Knackpunkte hat das hybride Format?

„Einige der Knackpunkte sind die Integration von Technologie, um eine nahtlose Interaktion zwischen den physischen und virtuellen Teilnehmenden zu ermöglichen“, sagt Nicole Steiner. „Es ist wichtig sicherzustellen, dass sowohl lokale als auch virtuelle Teilnehmer\*innen eine gleichwertige Erfahrung machen können.“ Heißt auch: Die technische Infrastruktur muss stabil sein, um Verbindungsprobleme zu vermeiden. „Und das Veranstaltungsprogramm sollte so gestaltet sein, dass es für beide Teilnehmendengruppen ansprechend ist.“ Auch die Technik und Internetverbindung der Remote-Teilnehmenden sei wichtig, ebenso deren Onboarding vorab.

„Die größten Kostenfallen bei hybriden Events können in der Technologieinfrastruktur liegen, einschließlich der Anschaffung oder Miete von Geräten für die virtuelle Teilnahme, der Nutzung von Streaming-Diensten oder virtuellen Plattformen oder der Sicherstellung von ausreichend Bandbreite für eine stabile Internetverbindung“, listet Steiner auf. Auch die Planung und Koordination zwischen physischen und virtuellen Komponenten sowie die Schulung des Personals für den Umgang mit der Technologie könnten zusätzliche Kosten verursachen.

## Nachteile von Hybridformaten

Zu den Nachteilen hybrider Events zählt auch, dass Planung und Arbeitsaufwand höher sind. „Während bei einer analogen Veranstaltung unter anderem Raum, Catering, Bühne, Technik, Bestuhlung und Speaker wichtige Kriterien für die Planung sind, liegt der Fokus bei virtuellen Events im IT-Bereich“, erklärt Nicole Steiner. „Hybride Veranstaltungen sind in Wahrheit zwei Events“, meint auch Expertin Katrin Taepke auf ihrer auf Events spezialisierten Webseite micestens-digital.de. Vor allem weil sie deutlich komplexer seien. „Denke nur mal

allein an die Registrierungsprozesse, die du zusammenführen musst. Jeder braucht dann auch die Zugangsdaten zum richtigen Event-Teil: online oder offline. Das ginge nur mit einer guten Software fürs Teilnehmermanagement. Dazu doppelter Zeit- und Budgetaufwand, anspruchsvolle Sendebilder für beide Teilnehmergruppen, was jedoch mit guten AV-Dienstleistern und Eventlocations schon gelinge.“

Und dann noch die Herausforderung, die Teilnehmenden untereinander zu vernetzen. Nicht jede Event-Location bietet ein WLAN, von dem aus viele Personen Videocalls führen können. Und ist überhaupt zu sehen, wer dabei ist? Hier entwickeln sich die Event-Plattformen schon weiter. EventMobi etwa könne laut Taepke schon zeigen, wer online und wer offline dabei ist. Über Airmeet können sich Teilnehmende live zuschalten, während Host und Speaker\*in ebenfalls zu sehen sind. Das sei eine sehr lebendige Variante der Q&A-Runde. Auch wichtig: Eine zusätzliche Moderation. „Hier haben wir die Erfahrung gemacht, dass sich eine Co-Moderation gut bewährt. Eine Moderatorin vor Ort und eine, die immer die Teilnehmenden im digitalen Raum im Blick hat, mit diesen interagiert und diese mitnimmt.“

## Networking zwischen den Welten

In der Kaffeepause smalltalken, das geht vor Ort einfach leichter. Im Virtuellen braucht es einen eigenen Raum, da eignen sich fürs Networking Tools wie Q&A-Runden, Chat-Optionen, Session oder Text-Chats und Get-together. „Für eine gute Verbindung und für fließende Kommunikation zwischen virtueller und analoger Welt helfen eine gemeinsame App und/oder ein virtueller Newsticker“, empfiehlt Contentflow. Auch eine Matchmaking-Event-App wie etwa von Converse kann das verbindende Element für beide Gruppen sein. Laut Steiner hat sich hier auch die Plattform meet.teamgeist gut bewährt, die Teamworking und Networking für alle Teilnehmenden mit Spaß ermöglichen soll. Interagieren zu können, das gilt als Schlüsselement. „Durch den Einsatz von interaktiven Online-Elementen (z. B. Teilnehmer-Chat, Umfragen) oder AR und VR vor Ort können die Teilnehmenden laufend versteckte Elemente erleben und erkunden“, heißt es bei Doo.net.

Die Integration von Augmented Reality und Virtual Reality in hybride Events zählt laut Nicole Steiner zu den neuen Trends, auch Gamification-Elemente. Und wie wird sich das hybride Format wohl generell entwickeln? Expertin Steiner: „Hybride Events haben definitiv eine Zukunft, insbesondere, da die Technologie weiterhin Fortschritte macht und die Menschen zunehmend offen für virtuelle Interaktionen werden.“

KARIN PFEIFFER, JOURNALISTIN

