

Studio ToGo kombiniert live und online zu hybrid

Die Pandemiesituation und ein verändertes gesellschaftliches Denken erfordern eine neue Sichtweise auf künftige Veranstaltungsformate. Hybride Events, ohnehin seit mehreren Jahren bei vielen Veranstaltern auf dem Vormarsch, werden mit ihren Potentialen immer beliebter und treffen den Nerv der Zeit wie kaum ein anderes Format. Ein Hybrid-Event schafft eine Verbindung der Gäste im Studio oder in einer Eventlocation zu weiteren Teilnehmern am Bildschirm. So lässt sich ortsunabhängig und ohne wesentlichen Mehraufwand die Reichweite einer realen Veranstaltung nahezu beliebig erhöhen.

Herausforderungen gibt es aber auch. Stichworte sind Emotionalisierung, Kommunikation, Interaktion und Motivation. Was zunächst herausfordernd erscheint, lässt sich aber mit einer detaillierten Planung und Durchführung sowie ausgefeilter Technik meistern und erzeugt im Ergebnis einen mess- und spürbaren Mehrwert für Gastgeber und Gäste.

Die Reise in die neue Veranstaltungswelt birgt für Teilnehmer und Besucher wie für Veranstalter gleichermaßen Chancen und Vorteile – beginnend bei den Kosten, denn für Anreise und Übernachtungen sind deutliche geringere Aufwendungen zu verbuchen. Auch der Zeitbedarf nimmt dramatisch ab. Für den Veranstalter schrumpfen gleichzeitig die Kosten für Präsentationsflächen und Raummieten. Events lassen sich mit nachhaltiger Informationsverankerung qualitativ hochwertig umsetzen, ohne dass dafür die physische Anwesenheit aller Teilnehmenden erforderlich ist. Auch die Umwelt darf aufatmen – der Verzicht auf An- und Abreise zur Event-Teilnahme sorgt für eine verbesserte CO2-Bilanz.

Während Reise-, Raum- und Hospitalitykosten bei Hybrid-Events sinken, ist der Aufwand für die Planung und Umsetzung dem einer Präsenzveranstaltung durchaus gleichzusetzen. Im Fokus erfolgreicher Events stehen Inszenierung, Spannungsbogen und Emotionalisierung des Live- und Online-Publikums. Dafür müssen abhängig vom Veranstaltungsformat und den Inhalten Einspieler, Gamification, Votings und andere interaktive Elemente mit den erforderlichen Bestandteilen von Live-Events wie einem Bühnenbild mit entsprechender technischer Ausstattung zusammengebracht werden.

Aus seiner umfassenden Erfahrung heraus weiß Ralph Mael, Gründer und Geschäftsführer von Studio ToGo, dass „es daher meistens nicht reicht, von einer bestehenden Präsenzveranstaltung mal eben in die hybride Version zu wechseln und dabei die Anforderungen beider Teilnehmergruppen vor Ort und am Screen zu vernachlässigen. Es ist entscheidend, den Event über das Storytelling an die verschiedenen Empfänger anzupassen.“

Mael: „Es gibt viele Details, die dafür beachtet werden müssen. Dazu zählt ein kamerataugliches Lichtdesign, dass auch am Screen funktioniert, ebenso wie Datensicherheit, die Benutzerfreundlichkeit der Onlineplattform, die Übertragungskapazität für das Streaming oder auch die Einbindung des Streams auf der Veranstalter-Homepage – immer mit dem Ziel, die optimale Aufmerksamkeit, Emotionalisierung und Verbindung der Live- und Online-Teilnehmer zu schaffen.“

Für ihn ist ein Hybrid-Event erst gelungen, wenn ein ähnliches Erlebnis für Live- und

Chancen und Vorteile von Hybrid-Events

Mittwoch, den 07. April 2021 um 10:33 Uhr

Online-Teilnehmer entsteht, bei dem sie interagieren, Fragen stellen, Antworten geben und mit anderen Teilnehmern in Kontakt treten konnten. Kurz: Der Hybrid-Event muss live überzeugen und auch die Gäste am Bildschirm so mitnehmen. Sonst führt der nächste Klick unweigerlich zu Netflix oder dem Email-Eingang.

Studio ToGo

Inhaber: Ralph Mael

Rudolf-Hahn-Straße 8

D-53225 Bonn

Telefon: +49 2 28/55 52 99 67

Mobil: +49 1 51/53 68 04 69

Email: ralph.mael@studio-toGo.de

Internet: www.studio-togo.de