

# GENIAL DIGITAL?

**D**as Bild eingefroren, störende Hintergrundgeräusche oder das verführerische Blinken einer Textnachricht auf dem Smartphone. Wer kennt sie nicht, die Herausforderungen von Videokonferenzen mit Kollegen? Umso schwieriger ist es, sich vorzustellen, hunderte oder gar tausende Teilnehmende eines mehrtägigen Branchen-Events bei der Stange zu halten.

Vor genau dieser Herausforderung stehen in diesem außergewöhnlichen Jahr populäre Events der Kommunikationsbranche – und wagen sich auf völlig neues Terrain. Dabei haben die Veranstalter nicht nur mit organisatorischen Fragen zu kämpfen, sondern vor allem auch mit der verbreiteten Skepsis gegenüber Online-Events.

Eine repräsentative Civey-Umfrage im Auftrag von pressrelations zeigt etwa, dass für 74,7 Prozent der Messebesucher die Nachteile solcher digitaler Fachmessen gegenüber klassischen, analogen Messen überwiegen. Wie macht man das eigene digitale Event trotzdem zum Erfolg? Und wie haben sich renommierte Events wie die Dmexco 2020 geschlagen?

**Insbesondere die folgenden vier Faktoren stehen bei virtuellen Veranstaltungen im Vordergrund:**

► **Durchdachte Technik:** Mehr noch als bei physischen Veranstaltungen leben digitale Events von einwandfrei funktionierender Technik – sowohl was die Tools angeht als auch mit Blick auf die Server-Kapazitäten und den IT-Support. Auf welche Videokonferenzplattform und welche weiteren Tools die Wahl fällt, hängt von den eigenen Bedürfnissen ab. Einige hilfreiche Fragen sind hier: Wie viele Personen können maximal teilnehmen? Benötigen alle Teilnehmenden eine Benutzerlizenz oder nur die Moderierenden? Welche interaktiven Tools machen Sinn? Wie gestalte ich das Event benutzerfreundlich? >



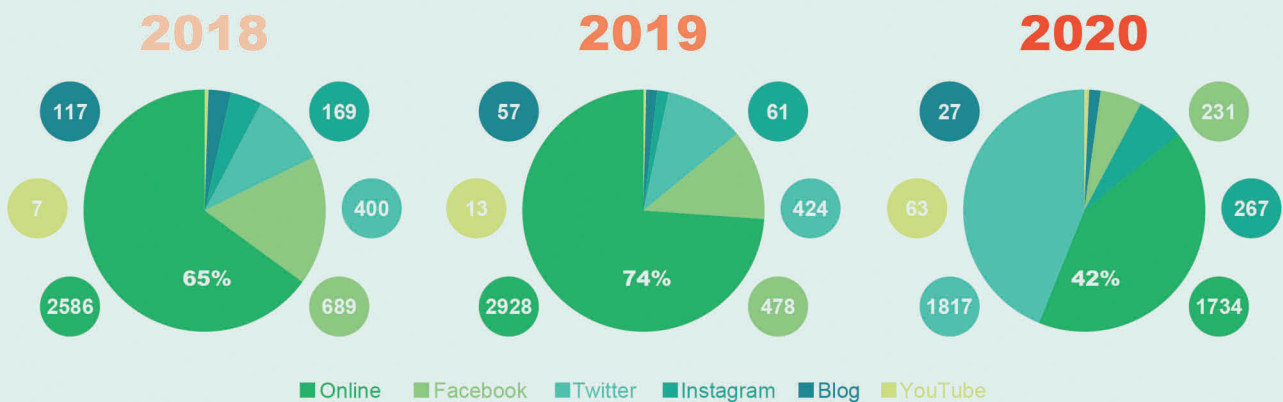
Renommierte **Fachmessen** wie **Dmexco** und **re:publica** mussten sich in der **Covid-19-**

**Pandemie** neu erfinden. Sie wurden erstmals zu reinen **Online-Events**. Welche Faktoren entscheiden über Erfolg und Misserfolg solcher Veranstaltungen, und welche Chancen bieten sie? Diesen Fragen ist pressrelations für das prmagazin nachgegangen.

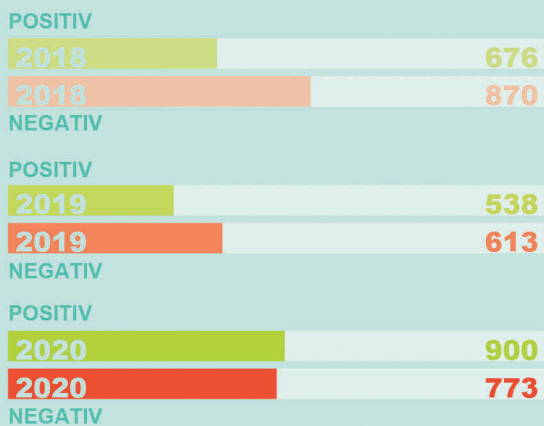
**Zur virtuellen Dmexco 2020 wurden deutlich weniger Beiträge in Online-Medien veröffentlicht, bei Twitter hingegen deutlich mehr. Aus Sicht der meisten User haben virtuelle Messen mehr Nachteile als Vorteile.**

## DIGITALE VERSUS ANALOGE FACHMESSEN FLUCH ODER SEGEN?

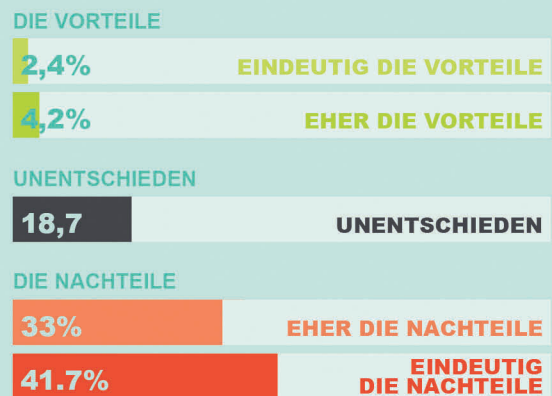
### BEITRAGSAUFKOMMEN ZUR DMEXCO IM JAHRESVERGLEICH



### TONALITÄTSVERGLEICH DER EVENT-JAHRE DER DMEXCO 2018, 2019 UND 2020



### ÜBERWIEGEN FÜR SIE BEI VIRTUELLEN ONLINE-MESSEN IM VERGLEICH ZU KLASSISCHEN MESSEBESUCHEN VOR ORT EHER DIE VORTEILE ODER NACHTEILE?



Mithilfe des pressrelations NewsRadar® wurde das Beitragsaufkommen von redaktioneller Online-Berichterstattung und Social-Media-Beiträgen in Höhe von 12.084 Treffern (01.10.2017 - 30.09.2020) erhoben. Untersucht wurden Artikel mit Bezug zur Marketing-Konferenz DMEXCO der Jahre 2018, 2019 und 2020. Umfrage: Das Meinungsforschungsunternehmen Civey hat vom 14.10 - 19.10.2020 im Auftrag von pressrelations 2.500 Messe-Besuchende befragt. Der Stichprobenfehler der repräsentativen Umfrage liegt bei 3,4%.



## Online-Events sind einzigartige Chancen, mit neuen Formaten und Strategien zu experimentieren.

► **Spannende Agenda:** Die kurze Aufmerksamkeits-spanne, diverse Ablenkungen und die fehlende Live-Atmosphäre machen ein abwechslungsreiches und sinnvoll strukturiertes Programm noch wichtiger. Die Dauer der Vorträge, regelmäßige Pausen und interaktive Elemente wie Quiz, Umfragen, interaktive Q&As und offene Whiteboards müssen bei der Planung von Online-Events mit bedacht werden. Auch an die sinnvolle Einbindung der Aussteller ist zu denken. Als Zusatz-Tool organisierte die Z2X, eine Veranstaltungsreihe von Zeit Online, ein Zufalls-Meet-up parallel zur eigenen Veranstaltung. Das auf fünf Minuten beschränkte Zusammentreffen zweier noch fremder Teilnehmender per Video sorgte für ein neuartiges und innovatives Event-Erlebnis.

► **Gutes Marketing:** Die vorherrschende Skepsis gegenüber reinen Online-Konferenzen macht ein gutes Marketingkonzept zum Muss. Da das Event rein visuell und digital von sich überzeugen muss, spielen ein durchdachtes Design und die richtige Ansprache der Zielgruppe eine entscheidende Rolle. Social-Media- und Pay-per-Click-Anzeigen, die Arbeit mit Influencern, gesponserte Inhalte in Medien und weitere Online-Marketing-Maßnahmen können helfen, Besucherströme und das entsprechende Medienecho anzuziehen.

► **Innovation:** Online-Events sind eine hervorragende Gelegenheit, Neues auszuprobieren. Als „Early Adopter“ werden einem Makel und Fehler nämlich eher verziehen. Business-Speed-Dating, Diskussionen in Breakout-Rooms, Open-Mic-Formate und Group-Chat-Lounges sind nur einige der spannenden Optionen, mit denen Veranstalter digitale Geschichte schreiben können.

**Auch eine der größten digitalen Konferenzen Europas fand dieses Jahr** als reiner Online-Stream statt, und zwar unter dem Namen Dmexco @home. Mit nicht geringem Erfolg: Insgesamt nahmen über 20.000 Besucher an der zweitägigen Fachmesse teil, von denen 10.000 gleichzeitig online waren und den mehr als 800 Speakern aus aller Welt und über 160 Stunden Veranstaltungsprogramm beiwohnten.

Die Veranstalter kombinierten nach eigenen Angaben technische Features von Netflix, Zoom und LinkedIn. Dazu wurde eine eigene digitale Event-Plattform gelauncht, die neben den digitalen Konferenzen auch umfassendes Networking möglich machte.

Dafür wurden, neben regulären Chats, Audio-/Videoräume in einem Virtual Café eingerichtet. Die Messeaussteller präsentierten sich auf dem interaktiven Brand-Showfloor in eigenen Brand-Showrooms. Krönender Abschluss war ein gestreamtes Live-Konzert mit Mousse T.

Fachmedien bezeichnen die Dmexco @home als „Benchmark für andere Groß-Events“. Es gab aber auch kritische Stimmen, die nicht nur technische Probleme betrafen. Vor allem an der Organisation und dem Format müsste nach Angaben der Teilnehmenden in Zukunft gefeilt werden. Für einige von ihnen kamen interaktive Bestandteile und der Austausch zu kurz, und die Vorträge liefen zu frontal ab.

**Ebenfalls schmerzlich vermisst wurden – wenig überraschend** – die menschliche Komponente und die emotionale Dimension des persönlichen Netzwerks. Andere wiederum sehen Optimierungspotenzial bei der Navigation durch das umfangreiche digitale Angebot – sei es mittels Moderation oder einer durchdachteren Struktur.

Online-Events verdeutlichen, wie viel Innovationspotenzial in der digitalen Zukunft steckt. Sie sind einzigartige Chancen, mit neuen Formaten, Tools und Strategien zu experimentieren – und zu zeigen, dass nur ein hohes Maß an Flexibilität und Innovationsfreude zum Erfolg führt. ◀