

# Der ultimative Online-Event Guide

Du hast schon an hunderten, wenn nicht tausenden analogen Events teilgenommen, vermutlich auch schon mal einen veranstaltet oder zumindest mitorganisiert. Da sollte ein eigener Online-Event ja nicht so schwer zu organisieren sein, oder? Warum also gleich ein ganzer Guide zu dem Thema? Nun: Weil online ist nicht gleich live ist. Ein Online-Publikum ist aber immer auch ein Live-Publikum. Was das für deinen Online-Event bedeutet erfährst du in den folgenden 9 Punkten.\*

## 9. Planung, Planung, Planung

Unterschätze deinen Event nicht! Ein digitaler Event braucht genauso viel Planung wie ein analoger – wenn nicht sogar mehr.

Plane im Vorfeld...




...ob der gesamte Event via Webcam gestreamt wird oder ob es auch etwas mehr sein darf. Schon ein kleines Studiosetup für den/die Moderator/in kann deinen Event um Meilen professioneller und spannender machen als das durchschnittliche Zoom-Meeting. Der Aufwand dazu ist allerdings nicht zu unterschätzen und die Entscheidung solltest du nicht erst am Vorabend treffen.





...welche Plattformen du nutzt. Dazu solltest du wissen, welches Publikum du erreichen willst, welche Botschaft du vermittelst, ob und wie du Interaktion einbauen willst, etc. Denn: Webex, Zoom und Skype sind nicht das Ende der Magie. Überleg dir also gut, auf welcher Plattform du deinen Event abhältst.


*\*Natürlich kommen noch andere Vorbereitungen dazu, die auch bei einem analogen Event nötig sind. Ggf. erwartest du eine Anmeldung der Teilnehmer, musst im Vorfeld die nötigen finanziellen Mittel aufreiben oder externe Speaker aufbieten. Dieser Guide fokussiert allerdings auf die Punkte, in denen sich ein Online-Event von einem analogen unterscheidet. Vergiss also nicht, die «Basics» selbstverständlich auch zu planen.*


 ...ob der Event aufgenommen werden soll. Soll es einen Aftermovie geben oder soll sogar der gesamte Event im Nachhinein online zur Verfügung gestellt werden? Plane im Voraus, wie du Bild und Ton aufnimmst und speicherst. Und denk dran: Sobald nicht mehr nur du oder die Moderatoren, sondern auch ein oder mehrere Teilnehmer in den Aufnahmen zu sehen oder zu hören sind, brauchst du deren Einverständnis.

Plane auch den digitalen Raum:

 Plane, als wäre es ein analoger Event: Brauche ich für etwas einen separaten Raum? Würde ich hier eine Flipchart sichtbar hinstellen? Wie mache ich das dann digital? (Einige Tipps zu digitalen Lösungen für ganz simple Dinge wie Flipchart und Post-It findest du weiter unten in der Toolbox.)


 Bereite alles genauso detailliert vor, wie du es analog machen würdest. Willst du drei Teilnehmer in eine Breakout Session verschieben, musst du dies ebenso vorbereiten, wie wenn du 20 Teilnehmer in ein anderes Zimmer verschieben möchtest. Unterschätze diesen Aufwand nicht und bereite so viel wie möglich schon vor dem Event vor.


 Denke ans Speichern! Was du am analogen Event auf Papier und Kärtchen niederschreibst, verschwindet online gerne mal: Entscheidungen, die online getroffen werden, Resultate von digitalen Umfragen und gerade auch die Chatverläufe der gängigen Online Konferenz-Tools fallen oft in ein schwarzes Loch, wenn sie nicht aktiv gespeichert werden. Vergiss also nicht, alles Wichtige da abzulegen, wo du es später wieder findest. Screenshots klingen da zwar nicht gerade professionell, sind aber eine sehr simple und praktikable Lösung.


 Als Extra: Handelt es sich bei deinem Event um eine Veranstaltung mit Geheimhaltungsanspruch, dann setze dich mit einer IT-Fachperson in Verbindung. Je nach Inhalt des Events dürfen bestimmte Plattformen nicht genutzt werden, da die dazugehörigen Server im Ausland stehen oder sie zu einfach zu infiltrieren sind. Arbeitest du also für eine Bank, eine grosse Firma oder den Geheimdienst: Konsultiere einen Experten.


## 8. Zur Technik



Die Technik ist ein wildes Ding. Halte sie so simpel wie möglich, mache sie so komplex wie nötig.

 Denke daran: Als Gastgeber hängt alles von dir ab. Fällt die Technik auf deiner Seite aus, fällt der ganze Event in sich zusammen. Sichere dich also im Voraus ab: Mache dich mit der Technik vertraut und führe spätestens eine Woche vor dem Event einen Testlauf durch.

 Brauchst du externe Technik, die du dazukaufen oder anmieten musst? Fehlt dir ein gutes Mikrofon, eine USB-Webcam, Licht oder ein LAN-Kabel? Das merkst du spätestens beim Testlauf.



 Bleibt der Stream so lange offen, wie er soll? Geht das Mikrofon? Sitzt du im Gegenlicht oder im Dunkeln? Funktionieren alle Zugriffslinks und reicht das Ladekabel bis zum Tisch? Die kleinen Fehler nerven dich am Ende am meisten. Dank guter Planung hast du Zeit, sie alle zu beheben und könntest im Notfall sogar noch Ersatz-Technik online bestellen.

 Halte ein gutes Ersatzgerät und einen Notfallplan bereit. Könnte auch jemand anderes den Event eröffnen, falls du aus technischen Gründen ausfällst?

-  Hol dir Hilfe. Mitarbeiter, Partner oder Mitbewohner können während des Events für einen sauberen Ablauf sorgen, indem sie dir bei Fragen zur Seite stehen oder sogar auf ihren Endgeräten die technische Gastgeberschaft übernehmen, während du moderierst und für Stimmung sorgst.
-  Last but not least: Trage Kopfhörer! Sie sind vielleicht ungewohnt oder muten etwas unprofessionell an. Sie sind aber essenziell für die Tonqualität deines Meetings. Hörst du dir die Beiträge deiner Teilnehmer via Lautsprecher an, kann das bei geöffnetem Mikrofon schnell zu einem Feedback führen – ein unangenehmes Pfeiff- und Hallgeräusch. Wenn du dir ein Headset zulegst, schlägst du zwei Fliegen mit einer Klappe: Du hast Kopfhörer und Mikrofon in einem.



## 7. The Sound of Silence

Hast du schon mal zu einem leeren Raum gesprochen? Nicht? Genau so fühlt sich aber eine Rede oder ein Vortrag über eine Online-Plattform an.

-  Gewöhne dich also früh genug an den eigenartigen «Sound of Silence». Auch dazu ist ein Testlauf hilfreich. Wenn du unsicher bist: Frag ungeniert nach, ob man dich hört. Das ist in jedem Fall besser als eine Rede an die Belegschaft, die keiner hört, weil dein Mikrofon aus ist.
-  Wenn dir danach ist: Bitte 2-3 Teilnehmer ihre Mikrofone zu öffnen, damit du ihre Reaktion hören kannst. Bitte aber besser nicht alle 100 Teilnehmer darum – das gibt Katzenmusik.


## 6. Mach klare Ansagen


Wir alle haben die Nase voll von digitalen Events. Da waren zu viele schlechte dabei. Da waren einfach zu viele an sich. Damit deine Gäste sich also überhaupt digital einklinken, ist es hilfreich, wenn sie wissen, worauf sie sich einlassen.


-  Wie lange dauert der Event? Wie sieht das Programm aus? Wie muss ich mich vorbereiten? Gibt es etwas, worauf ich mich besonders freuen kann oder sogar einen Überraschungs-Programmunkt? Lass es deine Teilnehmer wissen. So nahe der Laptop auch liegt: Die Teilnahme an einem digitalen Event klingt zur Zeit für viele Menschen weniger verlockend als die Idee, aus dem Haus zu gehen und eine Stunde im Zug zu sitzen, um unter völlig fremden Menschen einem analogen Event beizuwohnen, von dessen Inhalt man keine Ahnung hat.
-  Künde also an, was dein Online-Event zu bieten hat! (Falls dir dazu nichts einfällt, geh noch mal über die Bücher, ob dein Event in diese Form überhaupt sinnvoll ist. Strukturiere das gesamte Programm neu oder sag den Event ab und warte auf bessere Zeiten.)


## 5. Sind wir schon da?

Vorfreude ist ja bekanntlich die schönste Freude. Involviere darum dein Publikum schon im Voraus:

-  Inspriere ein bisschen Vorfreude in deinen Teilnehmern, indem du ihnen schon vor dem Event eine kleine Aufgabe gibst. Was das genau ist, hängt von deinem Eventzweck ab.


 Sollen sie im Vorfeld alle denselben digitalen Hintergrund installieren? Sich einen Drink bereitstellen? Sich verkleiden oder ganz analog etwas basteln, malen oder texten, das dann in deinen Event einfließt? Was es auch ist, es stimmt deine Teilnehmer auf den Event ein.


 Kreiere ein «in the same Room» Gefühl, indem du deinem Publikum schon vor dem Event einen kleinen Goodie-Bag zukommen lässt. Das kann ein einzelnes Getränk sein, ein Tool, das während des Events genutzt wird wie zum Beispiel Abstimmungskarten oder auch ein Set mit verschiedensten Inhalten, das zu Interaktion anregt und das Gemeinschaftsgefühl während des Events stärkt.


 Auch immer schön: Leg eine kleine Überraschung dazu, die erst während des Events geöffnet werden darf. Ganz egal was der Inhalt ist, deine Teilnehmer werden sich auf den Event freuen, wie auf einen Kindergeburtstag.


#### **4. Achtung, Schwelle!**


Mach die Teilnahme an deinem Event einfach. Ein Online-Event hat in den Köpfen vieler nicht den gleichen Stellenwert, wie ein analoger. Oft findet er nicht einmal den Weg in die eigene Agenda.


 Erwinnere deine Gäste einen Tag vor dem Event per E-Mail daran, dass und wann der Event stattfinden wird. Sie werden es dir danken.

 Sende ihnen den Teilnahmelink per Mail zu. Falls der Event öffentlich ist, stelle den Link zur Sicherheit auch noch gleich auf alle passenden Kanäle.

 Mach dich darauf gefasst, dass es trotzdem zu Verbindungsproblemen und Nachfragen kommen wird. Sei also auf einem erprobten Kanal erreichbar: Handy, Soziale Medien oder E-Mail, je nach Zielgruppe.


 Öffne den Zugang zu deinem Event bereits vor dem offiziellen Beginn. Eine «Stream-Öffnung» in Anlehnung an die Türöffnungs-Zeit analoger Events verhindert, dass deine Gäste sich zu früh einklinken wollen und dann womöglich nicht in den Stream gelangen. Ausserdem stellst du so klar, dass die Gäste sich innerhalb eines bestimmten Zeitfenster online einzufinden haben, damit der Event pünktlich zur angegebenen Zeit starten kann.


 Aber Achtung: Auch diese «leere» Zeit kannst du mit etwas Spassigem füllen. Zum Beispiel mit einer zwanglosen Moderation, einem Countdown (schafft Klarheit und macht Spass!) oder mit der freiwilligen Teilnahme an einer Umfrage oder einem Spiel.


 Doch auch hier gilt: Jeder Aufruf zum Mitmachen muss einfach und verständlich sein. Biete Links zum Anklicken anstatt Abtippen. Erwähne mehrfach, wo sie zu finden sind. Blende wichtige Hinweise gleich visuell ein und überprüfe am besten laufend, wie viele deiner Teilnehmer gerade an deinem Interaktiven Element teilnehmen. Sind es weniger als erwartet, frag nach, wo das Problem liegt und führe die Teilnehmer


### 3. Gib den Takt an!


Auch während des Events wollen deine Teilnehmer wissen, woran sie sind. Gib einen ungefähren Plan durch, was auf sie zukommt und wann es kommt. Pausen ohne Zeitangabe nerven in der Oper und sie nerven auch online. Darum:

 Baue genügend Pausen ein und künde sie an. So verhinderst du, dass deine Teilnehmer aus Uninformiertheit individuelle Pausen einlegen und womöglich etwas wichtiges verpassen. Wer vor dem eigenen Laptop sitzt, trinkt mehr Kaffee und snackt aus Langeweile.


 Ausserdem ist das Zuhören am Bildschirm unglaublich ermüdend. Plane also genügend «Bio-Pausen» ein und mach sie trotz der kurzen Wege in den eigenen vier Wänden lang genug. Drei Minuten sind auch ohne Kampf am Tresen nicht genug, um Kaffee aufzukochen und die Beine zu lockern.

 Wenn du das Gefühl hast, dass dir genau diese 5 Minuten mehr Pause am Ende bei deinem Event fehlen, dann straffe lieber dein Programm, anstatt die Pausen zu kürzen.

 Die Pausen kommen übrigens auch dir zugute: Sollte trotz guter Planung ein Problem auftreten, lässt es sich während einer etwas längeren Pause unbemerkt lösen.


 Sei grosszügig: Wer während der Pause die Kopfhörer auszieht, hört nicht, wenn es pünktlich weitergeht. Eine kleine Verzögerung von 1-2 Minuten bei der Wiederaufnahme des Programms kommt vielen zu gute. Oder setze auf den





 Aber die Show besteht ja nicht nur aus Pausen, sondern auch aus viel Interessantem. Gerade Mitmach-Teile sollten im Programm angekündigt werden. Deine Teilnehmer werden grummelig, wenn sie den 30-minütigen Interaktiven Teil nicht mitmachen können, weil sie die ersten fünf Minuten verpasst haben. Warne sie also vor. Das fördert die Pünktlichkeit und die Interaktion.


## 2. Nun endlich zum Inhalt

Der Zweck deines Events kann von der Generalversammlung, über die Online-Fastnacht, zur perfekten digitalen Sweet-Sixteen Geburtstags-Party alles sein. Einige Regeln zum Event-Programm sind aber beinahe allgemeingültig.

 Mach es spannender! Bereits bei analogen Events klickt heutzutage das halbe Publikum am Handy rum. Aus dem Saal herausgehen und nicht mehr zurückkommen kommt hingegen eher selten vor. Online musst du allerdings ständig damit rechnen, dass deine Teilnehmer «den Raum verlassen». Die nächste Ablenkung ist nur einen Mausclick entfernt. Liefere deinen Gästen also eine spannendere Show als die blinkende Werbung oder die zahlreichen offenen Tabs in ihren Browsern.


 Verlange die Aufmerksamkeit deiner Teilnehmer maximal eine Stunde am Stück! Länger können sich auch Erwachsene nicht konzentrieren. Verdichte also die Inhalte. Verzichte auf allzu lange Reden, unmoderierte Gruppendiskussionen oder textlastige Folien. Derartiges macht schon analog nicht Spass und führt online erst recht dazu, dass die Teilnehmer in Scharen abdriften. Stelle Inhalte, die individuell konsumiert werden können per Link oder E-Mail zur späteren, individuellen Ansicht zur Verfügung.


 Bringe rund alle drei Minuten etwas Neues. Das klingt nach Hektik, ist aber online tatsächlich notwendig. Nutze dabei die Tatsache, dass alle vor dem Laptop sitzen als Chance. Mache Umfragen, integriere kurze Videos, lass die Teilnehmer digital Ideen beisteuern oder starte ein interaktives Online-Spiel.

 Findet der Event in einer kleinen Gruppe statt, deren Teilnehmer sich bereits kennen, kannst du diese auch direkt involvieren. Sprich sie an, fordere sie heraus, gib deinem Publikum etwas zu lachen. Kurz: Gib jedem Teilnehmer das Gefühl, er könnte sich als nächster einbringen oder involviert werden. Das steigert die Präsenz und das Gruppengefühl – trotz physische Distanz.

## 1. Also wie nun?

Du willst konkret wissen, wie du mehr Spannung schaffen und deine Teilnehmer an deinem Event fesseln kannst? Na gut:

 Arbeite mit Wellen: Auf Spannung folgt Entspannung. Auf Konzentration folgt Humor. Auf die Kaffeepause alleine folgt ein interaktiver Teil, bei dem alle zu Wort kommen, etc.

 Eröffne mit einem Feuerwerk! Analog würden nun im Saal die Lichter ausgehen und alle Gespräche würden verstummen. Diesen Effekt kannst du mit gezielten Video- oder Soundeffekten imitieren. Denk daran: Die Teilnehmer sitzen bereits seit einigen Minuten vor dem Laptop, warten auf den Anfang der Veranstaltung und haben noch zig andere Apps oder Seiten geöffnet. Fessele ihre Aufmerksamkeit mit einem digitalen «Lichterlöschen».

- ✍️ Beginne deinen Event danach mit höchster Spannung. Präsentiere nicht das Mühsame zuerst, sondern gib einen Ausblick auf das Aufregendste, Schönste, Emotionalste. Überzeuge deine Zuschauer ganz zu Beginn, dass die nächsten Minuten toll werden! (Also bitte nicht mehr darüber schimpfen, dass analog alles so viel besser ist, sondern so tun, als wäre dieser Online-Event das Beste, was den Teilnehmern passieren konnte.)
- ✍️ Mach das Ende gross! Wenn deine Teilnehmer wissen, dass sie zum Schluss ein Feuerwerk erwartet, bleiben sie auch dann dabei, wenn alles Informative gesagt ist und verlassen den Event zum Schluss mit einem positiven Gefühl.

Nun also zurück zum Anfang. «Online ist nicht gleich live. Ein Online-Publikum ist aber auch ein Live-Publikum.» Dass du einen analogen Event nicht einfach eins zu eins ins Internet übertragen kannst, weisst du nun. Was jetzt aber auch klar ist, ist, dass ein Online-Publikum mindestens ebenso hohe Ansprüche hat, wie ein Publikum, das dir im Saal oder auf der Festwiese gegenüber sitzt.



*Die Infos in diesem Guide basieren auf eigener Erfahrung, auf der [«Handreichung Digitale Räume»](#) sowie auf dem Webinar [«Planung und Inszenierung von digitalen Events»](#) der Firma Habegger. Die Icons stammen von [flaticon.com](#). – Merci*



# Die Toolbox

## Padlet:



- Eignet sich zum Sammeln von Ideen und Brainstormen
- Drei Padlets pro Gratisaccount möglich
- Lustige Design-Optionen

## Tricider:



- Eignet sich für die Entscheidungsfindung
- Erlaubt Argumente, Abstimmungen, das Liken von Pro- und Kontra-Argumenten, etc.
- Verlangt keine Registrierung

## Slido:

- Eignet sich für Umfragen und zum Sammeln von Fragen
- Bis zu 100 Teilnehmer gratis
- Danach gibt es verschiedene Preisstufen



## Scrumlr:

- Erlaubt positive und negative Bewertungen
- Bietet einen Timer

## Cryptpad:

- Zum Erstellen und Bearbeiten von Dateien online
- Ermöglicht auch Umfragen, Tasks, Zeichnungen, etc.
- Erlaubt lokales Speichern
- Verlangt keine Registrierung



## Miro:

- Dient als online Post-It Board
- Verlangt eine Registrierung

