

## Hybride Events: Reale und virtuelle Welt vereint.



Erik Kastner, Geschäftsführer OPUS Marketing GmbH

Credit: OPUS Marketing  
Fotograf: Andreas Hross



Hybride Events kommen immer mehr zum Einsatz.

Credit: OPUS Marketing  
Fotograf: Andreas Hross

Utl.: OPUS Marketing erkennt das Potenzial von hybriden Events und setzt es gezielt ein. =

Wien (OTS) - Der Wandel durch technischen Fortschritt ist ein signifikanter Einflussfaktor in der Veranstaltungsbranche. Digital-Live-Events oder Hybrid Veranstaltungen sind eine neue Dimension der Live-Kommunikation. OPUS Marketing erkennt das Potenzial von hybriden Events und setzt es gezielt ein. Nachhaltige Ansätze werden von OPUS Marketing ständig weiter entwickelt und in ihren Events implementiert. In ihrer jüngsten Veranstaltung in Rio de Janeiro Mitte Juni konnte OPUS Marketing dies eindeutig unter Beweis stellen.

„Wir verbinden bei unseren Hybriden Events herkömmliche Wege der [Eventplanung] (<http://sites.miceportal.com/eventcheckliste>) mit dem Einsatz von mehreren digitalen Kommunikationstechniken“, so Erik Kastner, Geschäftsführer von OPUS Marketing GmbH. Der Eventplaner investierte aktuell in neue Eventtechnik. In einer immer stärker globalisierten Welt stellt zudem der stetig wachsende

Vernetzungsbedarf und -aufwand für alle am Informations- und Wissenstransfer beteiligten Organisationen, eine weitere technische Herausforderung dar. „Wir wurden Mitte Juni von einem international tätigen Pharmaunternehmen beauftragt, ihre Kunden aus Rio de Janeiro, Brüssel und Madrid für ein zweitägiges Event interaktiv zu vernetzen.

Mit dieser neuen Dimension der Live-Kommunikation, in denen sich 400 Gäste als aktiver Teil vor Ort einbringen konnten und das Thema Datensicherheit eine zentrale Rolle spielte, setzten wir das Thema Mobilität und Flexibilisierung sehr gut in dieser neuen Form von Veranstaltung für unseren Kunden um“, so Kastner. Durch dieses Hybride Event ließ sich die Reichweite, Interaktivität und Kommunikation im Rahmen der Veranstaltung multimedial vergrößern. Die Live-Übertragung ermöglichte es den Teilnehmern weltweit, virtuell am Event teilzunehmen, selbst wenn sie nicht räumlich anwesend sein konnten. Die Veranstaltung im Juni von OPUS Marketing bot sich an, dem internationalen Publikum die Teilnahme zu ermöglichen. Neu dabei war, dass die Kommunikation nicht nur in eine Richtung funktionierte, sondern jeder Teilnehmer mit jedem – diesmal über Kontinente hinweg – verknüpft war, Fragen zu ebenfalls übertragenen Präsentationen stellen konnte und direkt vom Vortragenden seine Antworten erhielt. Durch die virtuelle Anwesenheit wurden zahlreiche logistische Herausforderungen wie Anreise und Nächtigung eingespart: Dies wirkte sich auch auf die [CO2-Bilanz]

(<https://www.ots.at/redirect/co2bilanz>) des Events aus.

„Die Hybriden Events kommen immer mehr zum Einsatz. Es reicht nicht mehr aus, dass Vorträge parallel live als Stream oder zumindest hinterher als Aufzeichnung im Internet zu sehen sind. Das bietet zugleich sehr große Chancen. Man kann mit einer Live-Veranstaltung viel mehr Menschen vernetzen und erreichen als früher, weit über das eigentliche Event hinaus. Aber dabei ist auch vieles zu berücksichtigen, und auch diese Form des Contents funktioniert nur dann, wenn er in eine durchdachte Marketing- und Content-Strategie integriert ist“, so Erik Kastner. Voraussetzung für einen gelungen Event ist, eine hybride Strategie zu entwickeln. Virtuelle Angebote sollten für den Teilnehmer interaktiv gestaltet werden und nicht zu sehr von der realen Welt ablenken, denn Präsenz und Aufmerksamkeit der Gäste bleiben auch beim Hybriden Event eine der wichtigsten Erfolgskomponenten.

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM / Originalbild-Service sowie im OTS-Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

~

Rückfragehinweis:

Erik Kastner, MBA, mobil: +43 664 80900100

e.kastner@opus-marketing.com, www.opus-marketing.com

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/30523/aom>

\*\*\* OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT \*\*\*

OTS0091 2018-06-28/10:59

281059 Jun 18

Link zur Aussendung:

[https://www.ots.at/presseaussendung/OTS\\_20180628\\_OTS0091](https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20180628_OTS0091)