



Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Saarbrücken



LEITFADEN

Erfolgreiche Online-Veranstaltungen

Von der Idee bis hin zur Evaluation

Mittelstand-
Digital 

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Das Zentrum



Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Saarbrücken ist Ihr Partner bei allen Fragen zum wirtschaftlichen Einsatz von Digitalisierungs- sowie Industrie 4.0-Technologien in Ihrem Unternehmen. Dabei unterstützen wir insbesondere KMU mit einem bedarfsgerechten Angebot auf dem Weg der Digitalisierung.

Unser Ziel ist es, die Digitalisierungsfähigkeit in produktionsnahen kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) sowie Handwerksbetrieben aus dem Saarland aufzubauen und dadurch die Wettbewerbsfähigkeit zu steigern.



Vermittlung grundlegender
Informationen zur
Digitalisierung



Aufbau und Vertiefung
von Wissen



Transfer und Umsetzung in
die praktische Anwendung



Austausch von Erfahrungs-
wissen zwischen
Unternehmen

**Mehr zum KomZetSaar
erfahren**

Kontakt

☎ 0681 85787-350

✉ info@komzetsaar.de

🌐 www.komzetsaar.de

Social Media



Die Projektpartner des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Saarbrücken:

Einführung

Der Ausbruch der COVID-19-Pandemie hat Veranstaltungen wie Messen, Konferenzen, Seminare, Workshops aber auch Treffen mit persönlichem Kontakt fast unmöglich gemacht. Schnell mussten Alternativen für andere Formate gefunden werden. Seitdem liegen digitale Veranstaltungen ganz klar im Trend. Doch es gibt noch viel mehr gute Gründe eine Veranstaltung digital durchzuführen: Kosten und Ressourcen können eingespart, Abläufe effizienter gestaltet und die Umwelt durch weniger Reisetätigkeit geschont werden. Ein großer Vorteil liegt auch in der Planungssicherheit, da digitale Events immer stattfinden können, unabhängig von globalen Ereignissen. Für eine digitale Veranstaltung sprechen unter anderem die Faktoren Flexibilität, auch bezogen auf den Standort der Teilnehmenden und die Kosten- und Zeitersparnis.

Bei der Planung einer Veranstaltung sollte man sich als Veranstalter mit Fragen zum Ziel und Zweck der Veranstaltung auseinandersetzen: handelt es sich um eine Informationsveranstaltung oder liegt die Geselligkeit im Fokus?

In diesem Leitfaden erfahren Sie, welche Formen von digitalen Veranstaltungen es gibt, wie Sie erfolgreiche Formate durchführen und lernen Tipps & Tricks zur Organisation, Bewerbung und Evaluation kennen.

Formen digitaler Veranstaltungen

Interne Teammeetings

Ein kurzes Update am Morgen oder die wöchentlichen Meetings im Team: interne Besprechungen, bei denen es ausschließlich darum geht, neue Aufgaben zu verteilen, Updates zu teilen und Rückfragen zu stellen, eignen sich sehr gut für digitale Formate.

Informationsveranstaltungen für Mitarbeiter:innen

Die neue Geschäftsführung möchte sich vorstellen? Ihr Unternehmen will über bestimmte Änderungen informieren? Solche Informationsveranstaltungen für die Belegschaft können sehr gut online stattfinden und erreichen somit direkt alle Mitarbeiter:innen, unabhängig davon, ob sie vor Ort oder von zu Hause arbeiten.

Klassische Webinare oder Workshops

Auch Webinare und Workshops können mit einer guten Vorbereitung und einigen Tools online stattfinden.

Der Fokus liegt hier auf einer guten Kollaboration und auf einer anschaulichen Visualisierung.

Kurzformate

Kurzformate von ca. 20 Minuten sind besonders geeignet um schnell Informationen weiterzugeben oder kurze Fragestellungen zu bearbeiten. Diese können perfekt in Pausenzeiten integriert werden oder an deren Rand den Wiedereinstieg in die Produktivzeit darstellen. Besonders praktisch: jeder kann bequem von jedem beliebigen Standort aus teilnehmen und hat durch die Teilnahme keinen Mehraufwand. So können Pausen aktiv zur Weiterbildung oder zur Unterhaltung genutzt werden.

Konferenzen

Digitale Konferenzen zählen zu den umfangreicheren digitalen Formaten und finden oft halb- oder ganztägig statt. Verschiedene Eventformate können hier miteinander verbunden werden. Beispielsweise können in verschiedenen virtuellen Räumen Speaker ihre Vorträge mit den Konferenzteilnehmer:innen teilen, Gespräche über Chats, Diskussionsräume oder interaktive Fragerunden stattfinden.

Teilnehmermanagement

Jede Veranstaltung, auch im Onlinebereich, sollte optimal vorbereitet werden. Dabei ist das Teilnehmermanagement sowohl für die Organisatoren als auch für die Teilnehmenden selbst von großer Bedeutung.

Beim Teilnehmermanagement geht es darum, wie Sie die Zielgruppe am besten erreichen und wie Sie möglichst geringe Barrieren zur Anmeldung schaffen. Darüber hinaus ist es wichtig, die Anmeldungen optimal zu verwalten.

Vorab ist zu klären: Wie sollen sich die Teilnehmenden anmelden? Welche Daten benötige ich? Wie trete ich mit den Teilnehmenden in Kontakt?

Je nach Veranstaltungsformat und Zielgruppe sind verschiedene Optionen passend.

- ▶ Anmeldung durch Anmeldemaske auf der Webseite
- ▶ Anmeldung durch Ausfüllen einer Umfrage
- ▶ Sammlung der Kontaktdaten in einer Excel Tabelle oder in einem CRM-Tool
- ▶ In Kontakt treten durch ein Serienmailing

Abhängig davon welcher Anmelde- und Kommunikationsweg gewählt wird, müssen bei der Anmeldung die benötigten Daten (zum Beispiel Name, E-Mail, Unternehmen) abgefragt werden.

Teilnehmeraktivierung

Mit dem Start der Veranstaltung ist die Arbeit der Organisatoren keinesfalls getan. Nun geht es darum, die Teilnehmenden aktiv in das Geschehen der Veranstaltung miteinzubinden. Dafür gibt es verschiedene Möglichkeiten und Tools. Im Folgenden werden einige ausgewählte Beispiele vorgestellt.

Landkarte – Woher kommen Sie?

Diese Landkarte ist, vor allem bei einem überregionalen Teilnehmerkreis, eine sehr gute Möglichkeit für den Einstieg. Die Teilnehmenden markieren die Region auf der Karte, aus der sie kommen. Die Landkarte kann entsprechend angepasst oder erweitert werden.

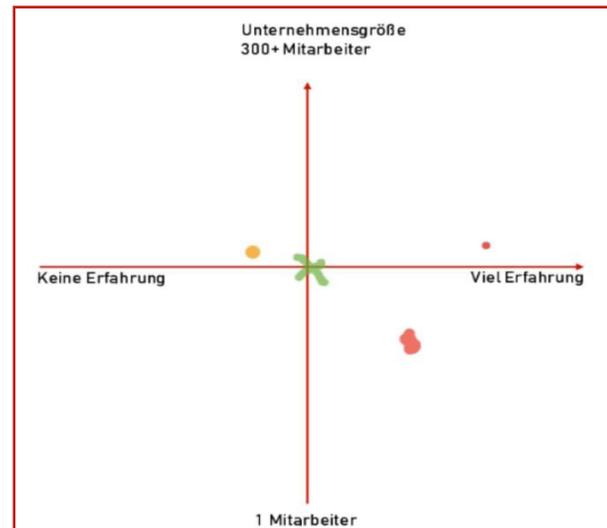
Alternatives Tool: Google Jamboard



Kennenlern-Matrix

Ebenso wie die Landkarte können Sie durch diese Matrix die Teilnehmenden besser kennenlernen. Aber auch die Teilnehmenden erfahren einiges übereinander. Hier kann beispielsweise die fachliche Richtung oder der Wissensstand abgefragt werden. Das ist vor allem bei Webinaren hilfreich, um gezielt auf die Bedürfnisse der Teilnehmenden einzugehen.

Alternatives Tool: Google Jamboard



MoSCoW-Methode

MoSCoW steht für Must, Should, Could und Won't. Die Methode fragt die Erwartungen der Teilnehmenden ab. Diese geben an, welche Themen für Sie bei der Veranstaltung im Fokus stehen und unterscheiden dabei zwischen Themen, die Sie unbedingt aufgreifen möchten und optionalen Themen.

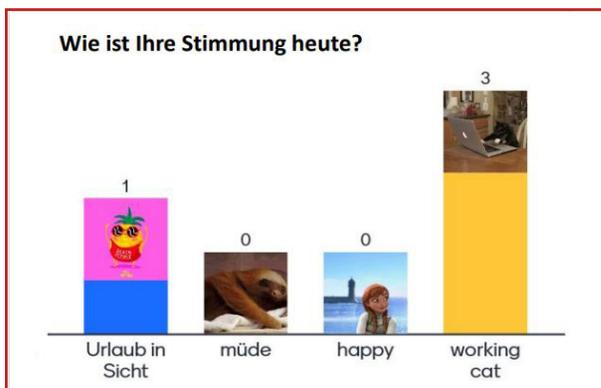
Alternative Tools: Miro, Mural

Umfrage-Tools

Umfragen dienen der Meinungs- und Stimmungsabfrage der Teilnehmenden. Diese lassen sich teilweise auch direkt in Meeting- und Konferenztools einbauen und verknüpfen. Auch im Anschluss der Veranstaltung können Umfragen genutzt werden, um eine Evaluationsabfrage zu starten. Dazu eignen sich am besten externe Tools, deren Link in den Besprechungschat sowie in das Follow-Up-Mailing eingebettet werden kann.

Um den aktuellen Wissensstand abzufragen, können auch Quizfragen in die Veranstaltung mit eingebaut werden. Dazu eignen sich Tools wie Kahoot sehr gut. Bei der Fragestellung und Gestaltung sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt.

Alternative Tools: Lamapoll, Mentimeter



Mindmapping

Mindmapping Tools eignen sich zur Zusammenarbeit mit den Teilnehmer:innen. Dazu wird zu einem bestimmten Schlagwort ein Whiteboard eröffnet auf dem alle Mitwirkenden Ideen und passende Wörter notieren können. Durch diese Art der Zusammenarbeit wird das Wissen der Teilnehmenden gesammelt, wodurch Lösungen für ein bestimmtes Problem schneller gefunden oder Ideen gesammelt werden können.

Alternative Tools: MindMeister, Miro, Mural



Tipps & Tricks zur Veranstaltungsorganisation

- ▶ Co-Moderation einplanen
- ▶ Ca. 10 min Pause für eine Stunde Workshop einplanen
- ▶ Elemente aus Workshop ausgliedern (zum Beispiel durch Vorab-Umfragen, Lese-Material, Briefings)
- ▶ Vorab-Mail mit Einwahllink, Kalenderdatei, technische Voraussetzungen, Hinweis auf Telefon-Support
- ▶ 5-10 min vor offiziellem Termin den Raum öffnen
- ▶ Technik-Check für Moderator (Kamera, Mikrophon, WLAN/LAN-Einstellungen)
- ▶ Wartezeit erklären, zum Beispiel durch Präsentationsfolie
- ▶ Videokonferenz-Funktionen erklären
- ▶ Auf Aufnahme und Mitschnitt hinweisen und Erlaubnis einholen
- ▶ Follow-Up-Mailing mit Informationen, Hinweisen und Link zur Evaluation
- ▶ Erkenntnisse festhalten

Meeting- und Konferenztools

Ausschlaggebend für den Erfolg einer Veranstaltung ist auch die Auswahl des richtigen Meeting- oder Konferenztools oder einer entsprechenden Webinarsoftware. Nicht jedes Tool ist für jede Art von Veranstaltung und jedes Unternehmen gleich gut geeignet. Vielmehr muss man sich bei der Auswahl des Tools eine Reihe an Fragen stellen, deren Antworten zum bestgeeignetsten Tool führen:

Nutzungsart

Ist Ihre Veranstaltung lange im Voraus geplant oder ist es ein spontanes Meeting? Wollen Sie das Meeting durch ein Passwort schützen? Benötigen Sie einen separaten, virtuellen Raum für eine wiederkehrende Veranstaltung?

Nutzungsform

Ob über den Webbrowser oder über Apps (Android, IOS, Mac, Windows, Linux): je nachdem welche Nutzungsform bevorzugt wird, sollte ein passendes Tool ausgewählt werden.

Anzahl

Die Anzahl der Teilnehmenden und Moderatoren oder die Option parallel Meetings zu halten geben Aufschluss darüber, ob ein ausgewähltes Tool geeignet ist.

Grundlegende Funktionen

Zu den wichtigsten Grundfunktionen gehören unter anderem die Möglichkeit der Präsentation, Screenharing, die Einwahloption über Telefon und die Integration des Kalenders. Das Tool sollte unbedingt mit diesen Funktionen ausgestattet sein, um die richtige Basis für eine erfolgreiche Veranstaltung zu bieten.

Interaktion

Die Chatfunktion oder auch die „Hand-Heben“ Funktion steigern die Interaktionsmöglichkeit mit den Teilnehmenden. Darüber hinaus können auch Umfragen oder Whiteboards von Relevanz sein.

Preise

Natürlich spielt der Preis eine entscheidende Rolle. Dabei reichen die Angebote von günstigen Versionen bis zu hochpreisigen Tools mit entsprechend weitgefassten Funktionen.

	Click Meeting	Big Blue Button	WebEx Meeting	Microsoft Teams	GoTo Webinar	edudipy
Unternehmenssitz	PL	Open Source	US	US	US	DE
Browserbasiert	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Eingeschränkt
Aufzeichnungsfunktion	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja	Ja
Whiteboardfunktion	Ja	Ja	Ja	Ja	Nein	Ja
Umfragemöglichkeit	Ja	Ja	Nein	ja	Ja	Ja
Preis	Ab 41 € / Monat	Ab 96 € / Monat	Ab 0 € / Monat	Ab 0 € / Monat	Ab 199 € / Monat	Ab 41 € / Monat

Zielgerichtete Bewerbung

Genau wie bei Präsenz-Veranstaltungen ist auch bei digitalen Formaten die Bewerbung ein zentraler Punkt der Vorbereitung. Zusammengefasst gibt es einige Punkte, die zu beachten sind:

Doch nicht jede Plattform ist für die Zielgruppe geeignet. Zur besseren Übersicht gibt es einige Tendenzen der verschiedenen Zielgruppen zur Nutzung ausgewählter Plattformen.

- ▶ Digitale Veranstaltungen sollten auch mittels digitaler Medien beworben werden.
- ▶ Flyer oder Printmedienbewerbung sind in diesem Kontext nicht unbedingt geeignet.
- ▶ Genutzt werden sollten vor allem Social Media Plattformen, die eigene Website und digitale Werbeanzeigen.

	Facebook	Instagram	Twitter	LinkedIn und Xing
Primäre Altersklassen	Ab 12 Jahren	25 bis 44 Jahre	25 bis 44 Jahre	35 bis 50 + Jahre
Funktionen	Unternehmensseite, Kommentar- und Messengerfunktion, Beiträge erstellen, teilen, kommentieren, Veranstaltungsseiten einrichten, paid Ad: Zielgruppenanalyse und direkte Bewerbung	Visuell ausgelegt, Storyfunktion für kurzweilige Informationen	Kurzbeiträge (280 Zeichen), Beiträge erstellen, verlinken auf externe Website	Beiträge erstellen, Unternehmensseite, Netzwerk aufbauen
Hauptthemen	Gesellschaftlich relevant, breit gefächert	Lifestyle, Marken	Live-Ticker bei Events, Austausch unter Fachleuten	Networking, Aktuelles, Business Events
weiteres	Nutzeranzahl und Interaktion geht zurück	Sehr visuell und kurzlebig	Hashtags relevant, um Trends zu erkennen	Soziales Netzwerk

Evaluation

Zu einem gelungenen Abschluss einer Veranstaltung gehört eine Bewertung seitens der Teilnehmenden. Gerade bei Online Veranstaltungen ist die Durchführung einer Umfrage einfacher als bei Präsenz-Formaten: die Teilnehmenden sitzen für gewöhnlich vor dem Laptop oder dem Computer. Durch die Bereitstellung eines Links, der zu einem Online Umfragetool führt, wird die Barriere zum Ausfüllen der Umfrage geringer. Das bedeutet, die Umfrage ist in der Regel nur einen Klick entfernt.

Mithilfe von Online Tools wird eine Umfrage in einigen wenigen Schritten erstellt.

Durch eine Befragung der Teilnehmenden bekommen Sie als Veranstalter direkte Rückmeldung zur Veranstaltung. Daher sollte eine entsprechende Umfrage möglichst zeitnah nach der Veranstaltung durchgeführt werden. Dazu hilft es besonders den Link der Umfrage bereits mehrmals in den Besprechungschat zu schicken und in der Follow-Up-Mail erneut darauf zu verweisen. So erreichen Sie möglichst viele Teilnehmende. Die Umfrage selbst sollte so kurz wie möglich und so ausführlich wie nötig sein. Je länger die Umfrage, desto weniger Teilnehmende beenden sie. Die einzelnen Fragen richten sich sowohl nach dem Veranstaltungsformat als auch ihrem eigenen Ziel der Evaluation.

Allerdings gibt es einige Fragen, an denen man sich in der Regel orientieren kann:

Fertigen Sie bei der Erstellung der Umfrage unbedingt Auswahlmöglichkeiten für die Antworten an. Das bloße Anklicken einer Antwortmöglichkeit ist leichter und schneller zu erledigen als das Eintippen der individuellen Antwort. Darüber hinaus helfen die einheitlichen Antwortmöglichkeiten dabei, die Ergebnisse auszuwerten.

Ungefähr zwei Wochen nach der Veranstaltung sollten Sie die Umfrage schließen. Im Anschluss können Sie die Ergebnisse auswerten oder durch das gewählte Online-Tool automatisch auswerten lassen. Einige Tools erstellen eine Übersicht oder Grafiken, um einen ersten Eindruck der Ergebnisse zu bekommen.

Lesen Sie sich sowohl die individuellen als auch die vorgefertigten Antworten genau durch. Dadurch machen sich Fehler und Auffälligkeiten bemerkbar.

Zu einer erfolgreichen Evaluation gehört ebenfalls, Problemen auf den Grund zu gehen und Möglichkeiten zu erörtern, die bei der Organisation der nächsten Veranstaltung unbedingt zu vermeiden sind.

- ▶ Wie sind Sie auf die Veranstaltung aufmerksam geworden?
- ▶ Wurden die Inhalte Ihrer Meinung nach verständlich vermittelt?
- ▶ Ist das Ziel der Veranstaltung klar kommuniziert worden?
- ▶ Wurden die Fragen ausreichend beantwortet?
- ▶ Konnten Sie einen deutlichen Nutzen der Veranstaltung erkennen?
- ▶ Waren Sie insgesamt mit der Veranstaltung zufrieden?

Was ist Mittelstand-Digital?

Mittelstand-Digital informiert kleine und mittlere Unternehmen über die Chancen und Herausforderungen der Digitalisierung. Die geförderten Kompetenzzentren helfen mit Expertenwissen, Demonstrationszentren, Best-Practice-Beispielen sowie Netzwerken, die dem Erfahrungsaustausch dienen. Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) ermöglicht die kostenfreie Nutzung aller Angebote von Mittelstand-Digital.

Der DLR Projektträger begleitet im Auftrag des BMWK die Kompetenzzentren fachlich und sorgt für eine bedarfs- und mittelstandsgerechte Umsetzung der Angebote. Das Wissenschaftliche Institut für Infrastruktur und Kommunikationsdienste (WIK) unterstützt mit wissenschaftlicher Begleitung, Vernetzung und Öffentlichkeitsarbeit.

Weitere Informationen finden Sie unter: www.mittelstand-digital.de

Impressum

Herausgeber/Projektleitung:

Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum
Saarbrücken
Prof. Dr.-Ing. Rainer Müller, Anne Blum M.Sc.
c/o ZeMA gGmbH
66121 Saarbrücken, Eschberger Weg 46,
Gebäude 9

Telefon: 0681 85787-350
E-Mail: info@komzetsaar.de

Geschäftsführung ZeMA gGmbH:

Prof. Dr. rer. nat. Martina Lehser
Prof. Dr.-Ing. Dirk Bähre
Dipl.-Wirtsch.-Ing. Andreas Noss

Handelsregister:

Amtsgericht Saarbrücken
Registernummer: HR B 17885
Steuernummer: 040/140/28027
Umsatzsteueridentifikationsnummer nach
§ 27a des Umsatzsteuergesetzes: DE 815 155 410

Redaktion:

Annika Busch
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Saarbrücken

Gestaltung:

Annika Busch
Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Saarbrücken

Bildnachweise:

Seite 1: www.pexels.com
Seite 2-7: Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum
Saarbrücken

Stand: Juni 2022