



Hochschulforum
Digitalisierung

DISKUSSIONSPAPIER NR. 12 / FEBRUAR 2021

Digitale Großveranstaltungen organisieren

Eine Handreichung des Hochschulforums Digitalisierung basierend auf den Erfahrungen aus dem University:Future Festival 2020

AUTORINNEN

Jasmin Ehrhardt, Stifterverband / Lavinia Hoesch, Stifterverband

Vorwort

Als die Idee des University:Future Festivals im Jahr 2018 aufkam, war der Grundgedanke, ein inklusives Format zu kreieren, in dem sich alle Stakeholder-Gruppen des Hochschulforums Digitalisierung (HFD) wiederfinden: Lehrende, Studierende, Hochschulleitungen und weitere Akteure aus Hochschule, Politik und Gesellschaft. Gefördert durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), planten wir die Veranstaltung für den Herbst 2020 als dreitägiges analoges Festival im Zentrum von Berlin. Spätestens im April 2020 war klar, dass eine physische Veranstaltung in dieser Größe aufgrund der Pandemielage nicht durchführbar sein wird. Aus diesem Grund entschieden wir uns im HFD, die ursprüngliche Idee sowie die bereits laufende Planung zu verwerfen und eine rein digitale Lösung anzustreben.

Mit der Entscheidung eines rein digitalen Festivals zur Hochschulbildung sind wir in Deutschland neue Wege gegangen und auch für das Hochschulforum Digitalisierung selbst war das Festival ein Pionierprojekt. Mit großer Resonanz aus der Community haben wir im Rahmen des dreitägigen Festivals 40 Barcamps, 30 Workshops und 66 Sessions mit mehr als 220 Speaker*innen

präsentieren können. Unsere Zielmarke von 1.000 bis 1.500 Teilnehmer*innen konnten wir mit dem Festival überbieten und verzeichneten auf alle Tage verteilt 1.800 Teilnehmer*innen.

Im Nachgang der Veranstaltung gab es viele Rückfragen bezüglich unserer Erfahrungen und Lehren aus dem University:Future Festival. Schließlich standen 2020 nicht nur wir vor der Herausforderung einer digitalen Veranstaltung. Vielmehr mussten nahezu alle, die eine Veranstaltung durchführen wollten, auf digitale Lösungen ausweichen. Hieraus entstand die Idee, einen Guide als praxisorientierte Handreichung für digitale Veranstaltungen zu erstellen, der unsere Erfahrungen und Learnings aus dem University:Future Festival 2020 bündelt.

Das Ziel des Guides ist hierbei nicht, eine umfassende Schritt-für-Schritt-Anleitung für digitale Veranstaltungen darzustellen, sondern die Besonderheiten und Chancen digitaler Veranstaltungen im Vergleich zu analogen Events herauszuarbeiten. Wir sind davon überzeugt, dass digitale und hybride Veranstaltungsformate die Zukunft sind.

Abschließend möchten wir den Rahmen dieses Vorworts nutzen, um uns bei unseren Konsortialpartnern, dem Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, dem Centrum für Hochschulentwicklung (CHE) sowie der Hochschulrektorenkonferenz (HRK) für ihre Unterstützung zu bedanken. Des Weiteren geht unser Dank an das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) für dessen Vertrauen in unser digitales Format sowie an das gesamte Team des University:Future Festivals 2020, ohne dessen Einsatz und Vision ein solches Projekt nicht umsetzbar gewesen wäre.

Jasmin Ehrhardt und Lavinia Hoesch
im Namen des Festival-Teams

Inhalt

Vorwort	1
1. Konzeption	4
2. Organisation	5
2.1. Budgetierung	5
2.2. Teamaufbau und Aufgabenbereiche	6
2.3. Meilensteinplan	7
3. Technik	8
3.1. Veranstaltungsplattform	8
3.1.1. Aufbau	9
3.1.2. Bedienung	10
3.2. Medienproduktion	11
3.2.1. Dienstleistungsunternehmen	11
3.2.2. Studio	12
4. Programm	12
4.1. Formate	12
4.1.1. Barcamp	13
4.1.2. Workshop	14
4.1.3. Conference	14
4.2. Rahmenprogramm	16
4.2.1. Creative:Space	16
4.2.2. Showcase	17
4.2.3. Pausenprogramm	17
4.2.4. Abendveranstaltung	17
4.3. Call for Participation	18
4.4. Netzwerken, Interaktion und Partizipation	19
5. Externe Kommunikation	20
5.1. Kommunikationsmaßnahmen	20
5.2. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	21
5.3. Sponsoren und Partner	21
5.4. Infoschreiben und Briefings	22
6. Umsetzung und Nachbereitung	23
6.1. Regieplan	23
6.2. Rollenverteilung	24
6.3. Support und interne Kommunikation	25
6.4. Nachbereitung	26

1. Konzeption

In Anbetracht der steigenden Infektionszahlen und der Unberechenbarkeit der Corona-Pandemie entschied sich das Hochschulforum Digitalisierung im Frühjahr 2020 dazu, das University:Future Festival als Veranstaltung in den virtuellen Raum zu verlegen. Entsprechend stand zu Beginn eine komplette Neukonzeption des Events. Was vom alten Konzept blieb: Das Datum und der Titel sowie das Ziel, alle Stakeholder-Gruppen des Hochschulforums Digitalisierung zusammenzubringen. Alles andere musste neu gedacht werden.

Zielgruppe und anvisierte Besucherzahl

Die Zielgruppe der Veranstaltung blieb im Wesentlichen dieselbe, jedoch bot sich durch die Verlegung der Veranstaltung in den digitalen Raum die Chance, eine potentiell größere und vor allem internationale Besucher*innengruppe anzusprechen. Die Annahme, dass sich aufgrund der niedrigen Zugangsschwelle (keine Reisekosten; zeitlich flexible Teilnahme usw.) eine größere Anzahl von Personen aktivieren ließe, bestätigte sich in der abschließenden Auswertung. Auch die Geschlechterverteilung, sowohl der Speaker*innen als auch der Teilnehmer*innen, erwies sich als ausgewogen (Speaker*innen) oder sogar mehrheitlich weiblich (Teilnehmer*innen).

Veranstaltungsort

Während der Konzeption des University:Future Festivals wurde sich früh für eine integrierte Lösung und somit die Nutzung einer digitalen Veranstaltungsplattform entschieden. Ausschlaggebend war der Wunsch, auch virtuell die Atmosphäre eines Festivals zu erzeugen und Teilnehmenden das Gefühl zu geben, sich in einer Veranstaltungslage gemeinsam mit anderen Personen zu bewegen. Darüber hinaus standen Interaktion und Netzwerken für die angestrebte Zielgruppe und Community des Hochschulforums Digitalisierung weit oben auf der Wunschliste (siehe [3.1 Veranstaltungsplattform](#)).

Programm(struktur)

Ein digitales Event funktioniert anders. Online sind die Aufmerksamkeitsspannen kürzer; eine 90-minütige Podiumsdiskussion übersteigt die Konzentrationsfähigkeit vieler. Zudem wird ein kurzes Eintauchen ins Event für einige wenige Sessions möglich: Während bei einem physischen Event die meisten Menschen für ganze Tage anreisen, kann man digital auch gezielt an einzelnen Programmpunkten teilnehmen. In Anbetracht dieser Rahmenbedingungen wurde das Programm in drei Formate aufgesplittet, jeweils ein Format pro Veranstaltungstag. Darüber hinaus wurden die einzelnen Sessions in ein übersichtliches Raster mit einem regelmäßigen Wechsel von Inhalt zu Pausen gebracht. Im Rahmen dieses Rasters sollten stets mehrere parallele Sessions angeboten werden, wovon zu jeder Zeit mindestens ein Beitrag in englischer Sprache stattfinden sollte. Dies ermöglichte Besucher*innen eine punktuelle Teilnahme an den für sie interessantesten Sessions (siehe [4. Programm](#)).

Sonstiges

Darüber hinaus wurden erste Planungen zum Rahmenprogramm, dem Showcase (ein digitaler Marktplatz) und dem Creative:Space (ein Bereich für die künstlerisch-kreative Auseinandersetzung mit der Thematik) verschriftlicht (siehe [4.2 Rahmenprogramm](#)). Auch das angestrebte (Netzwerk-) Partnermodell sowie mögliche Sponsoring-Partnerschaften flossen in das Konzept mit ein.

2. Organisation

2.1. Budgetierung

Generell lässt sich sagen, dass sich die Sachkosten des digitalen Events auf circa 40 Prozent des ursprünglich veranschlagten Budgets für das University:Future Festival als Präsenzveranstaltung belaufen. Dies ist hauptsächlich dem Wegfall von Posten wie Miete, Catering und Druckproduktion zuzuschreiben. Eine digitale Veranstaltung ist bezogen auf die Sachkosten also deutlich günstiger. Beim Personal sollte man dagegen bei virtuellen Events keinesfalls sparen, denn der Arbeitsumfang ist vergleichbar mit einer analogen Veranstaltung. Hier ist von einem ungefähr gleichbleibenden Kostenaufwand auszugehen.

Posten, die in der Budgetierung eines Online-Events bedacht werden sollten:

- Veranstaltungsplattform oder Videokonferenz-Tool ([3.1 Veranstaltungsplattform](#))
- Technik
- Grafik
- Personalkosten
- Lizenzen (z. B. für zusätzliche Online-Tools)

Weitere optionale Posten:

- Moderation
- Website ([5.1 Kommunikationsmaßnahmen](#))
- Honorare
- Medienproduktion und Studio-Räumlichkeiten ([3.2 Medienproduktion](#))
- Werbung (z. B. Anzeigen, Merchandise)
- Weitere Dienstleistungen (z. B. Ticketing, Agenturen)

2.2. Teamaufbau und Aufgabenbereiche

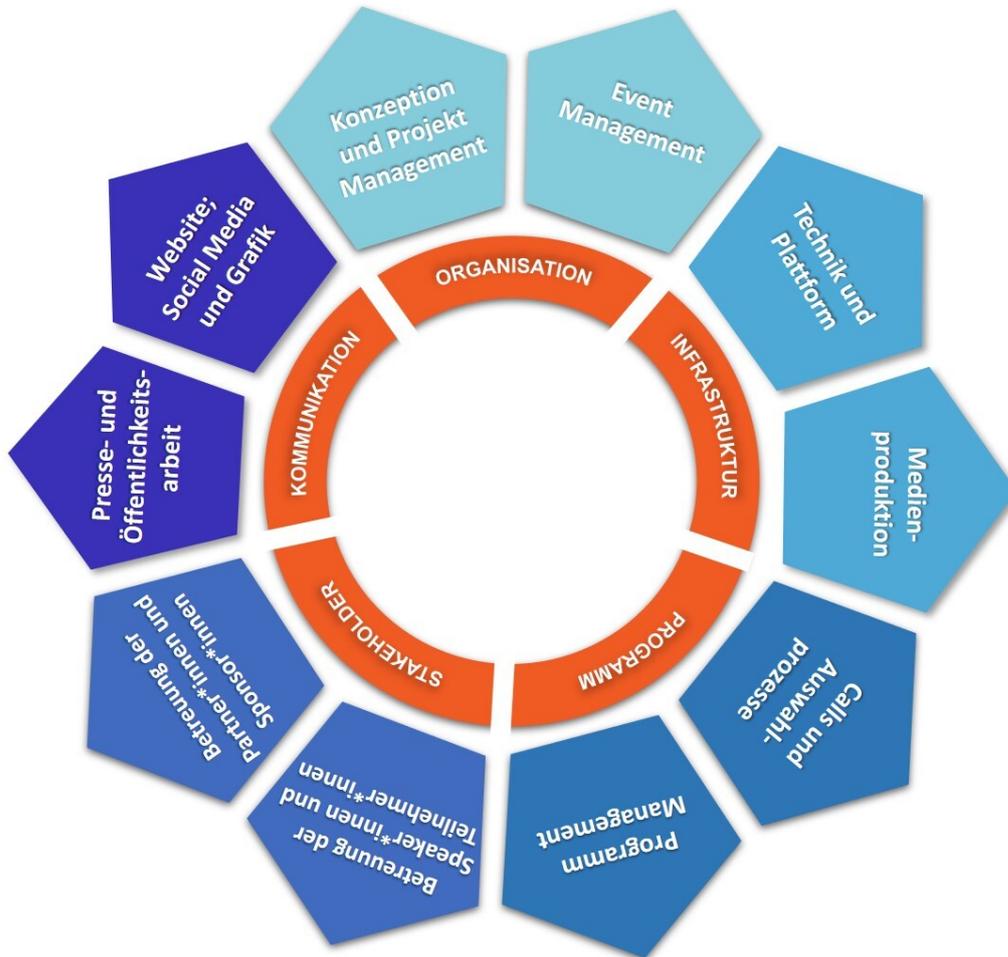


Abbildung 1: Organigramm digitale Veranstaltungen

Die Rollenverteilung im Veranstaltungsteam ist von zentraler Bedeutung für den Erfolg eines digitalen Events. Eine Übersicht der verschiedenen Aufgabenbereiche bietet das Organigramm in Abbildung 1. Neben der Projektleitung und der klassischen Veranstaltungsorganisation, spielt insbesondere der Bereich Infrastruktur eine wichtige Rolle. Die digitale Plattform und das darin integrierte Videokonferenz-Tool stellen den Rahmen der Veranstaltung und sollten entsprechend dieser Schlüsselposition Aufmerksamkeit erhalten.

Zusätzlich sollte nach Möglichkeit ein*e Verantwortliche*r für den Bereich Medienproduktion benannt werden. Wird diese Position im eigenen Team übernommen, gilt es, sich mit dem Videokonferenz-Tool vertraut zu machen, [technische] Briefings zu verfassen und den reibungslosen Ablauf der Produktion zu organisieren und zu betreuen. Entscheidet man sich für die Zusammenarbeit mit einem Mediendienstleister, stehen Absprachen und Koordination sowie die Regie[planung] im Vordergrund [siehe [3.2 Medienproduktion](#)].

Weitere zu besetzende Positionen richten sich nach Konzept und Zielen der geplanten Veranstaltung. Beim University:Future Festival umfasste der Arbeitsbereich Programm Management beispielsweise die Betreuung der Calls sowie die Setzung der ausgewählten Beiträge zu einem kohärenten Programm. Der Arbeitsbereich Stakeholder-Management umfasste vor allem die Betreuung der Speaker*innen und Teilnehmer*innen des Festivals. Eine digitale Veranstaltung und die Nutzung einer entsprechenden Plattform sind äußerst erklärungsbedürftig. Daher sind Kommunikation, Briefings und Betreuung bezüglich Abläufen, Technik, Handhabung und die Organisation eines Probeaufes wesentlich arbeits- und zeitintensiver als bei einer Präsenzveranstaltung. Wird zudem mit Partnern oder Sponsoren zusammengearbeitet, sollte auch hierfür eine Betreuung eingeplant werden. Im Bereich Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit wurden die folgenden Arbeitsbereiche identifiziert: Website-Betreuung, Social-Media-Management, Marketing und Pressearbeit.

2.3. Meilensteinplan

Der Meilensteinplan einer digitalen Veranstaltung unterscheidet sich von der Struktur her nicht grundsätzlich von den allgemein bekannten Modellen aus dem Projektmanagement. Zur Ansicht stellen wir im Folgenden beispielhaft einen vereinfachten Meilensteinplan des University:Future Festivals zur Verfügung (siehe Abbildung 2).

Aufgabe/Monat	1	2	3	4	5	6	7	8
Konzeptentwicklung	■							
Ankündigung der Veranstaltung		■						
Finanzplan		■						
Corporate Design		■						
Ermittlung Dienstleistungsbedarfe		■	■					
Wunschliste Keynote-Speaker*innen		■	■					
Anfrage Partner*innen		■	■					
Aufbau der Website		■	■	■				
Kommunikationsstrategie		■	■	■				
Anfrage Keynote-Speaker*innen			■	■				
Call for Participation			■	■				
Ticketing			■	■	■	■	■	
Angebote Dienstleister				■	■			
Ende Call + Jury Sitzungen					■	■		
Finales Programm					■	■		
Durchführung der Veranstaltung							■	
Dankeschreiben							■	
Nachbereitung der Veranstaltung							■	■

Abbildung 2: Beispielhafter Meilensteinplan des University:Future Festivals

Key Learnings: Organisation

- Die Sachkosten einer digitalen Veranstaltung sind deutlich geringer als die einer Präsenzveranstaltung. Die Personalkosten hingegen bleiben in etwa gleich.
- Neben dem Projekt- und Veranstaltungsmanagement ist insbesondere der Arbeitsbereich Technik und Infrastruktur von zentraler Bedeutung für eine digitale Veranstaltung und sollte dementsprechend personell besetzt sein.

3. Technik**3.1. Veranstaltungsplattform**

Die Nutzung einer Veranstaltungsplattform bietet diverse Vorteile bei der Organisation und Durchführung eines digitalen (Groß)Events. So vereint eine entsprechende Plattform bereits alle nötigen Funktionen und Tools, bietet einen gestalterischen Rahmen und ermöglicht den Teilnehmer*innen eine einheitliche User Experience, da nicht zwischen verschiedenen Tools gewechselt werden muss. Schon früh im Planungsprozess des University:Future Festivals stand daher fest, dass das Event möglichst auf einer multifunktionalen Veranstaltungsplattform stattfinden soll. Als ausschlaggebend für die Wahl des Plattformanbieters wurden folgende Kriterien definiert:

- Kapazitäten für mindestens zehn parallele Live-Streams
- Kapazitäten für mindestens 1.500 Teilnehmer*innen
- umfassender technischer Support seitens des Anbieters
- Zugang zum Backend der Plattform
- DSGVO-Konformität
- Verknüpfungsmöglichkeiten mit weiteren Tools, z. B. Ticketing-Anbieter
- User Experience
- Interaktions- und Networking-Angebote für Teilnehmer*innen
- Mehrsprachigkeit
- größtmögliche Gestaltungsfreiheit und eigenes Branding

Unter Berücksichtigung dieser Aspekte wurde sich im Rahmen des Auswahlprozesses für die Plattform Let's get digital des Anbieters Event Insight entschieden. Obwohl zu diesem Zeitpunkt erst vergleichsweise kurz auf dem Markt, bot die Plattform eine übersichtliche Optik sowie eine begleitende App für Apple und Android. Darüber hinaus überzeugte der gut strukturierte Aufbau der Plattform und die daraus resultierende Benutzer*innenfreundlichkeit. Ein kleiner Wermutstropfen war allerdings die fehlende Browser-Kompatibilität der Plattform.

Für die Live-Streams wurde im Rahmen der Möglichkeiten der ausgewählten Plattform das Video-Konferenz-Tool SambaLive genutzt, welches vergleichbare Funktionen wie andere bekannte Anbieter bietet. Darüber hinaus wurde für vorproduzierte Videos eine Einbettung von Vimeo- oder YouTube-Videos vorgenommen.

Zu beachten:

Wir empfehlen dringend, zum Zeitpunkt der eigenen Veranstaltungsplanung den Markt kritisch zu evaluieren und eigene Faktoren zu definieren. Wir wollen mit unserer Handreichung lediglich unsere Erfahrungswerte teilen, keine Empfehlungen für einzelne Dienstleister aussprechen.

3.1.1. Aufbau

An allen drei Veranstaltungstagen fungierte eine digitale Lobby als Dreh- und Angelpunkt des Events und ermöglichte Zugang zu allen relevanten Bereichen des Festivals sowie Kontakt zum Support und zum Festival-Team. Alle weiteren Bereiche der Veranstaltung konnten über entsprechende Kacheln in der Lobby betreten werden (siehe Abbildungen 3 und 4):



Abbildung 3: Die virtuelle Lobby des University:Future Festivals

Virtuelle Bühnen und Veranstaltungsräume

Die unterschiedlichen virtuellen Veranstaltungsräume und Bühnen wurden über das in der Lobby hinterlegte Programm betreten. Die sogenannte Mainstage diente als durchgehend moderierte Hauptbühne des Festivals. Auch die weiteren digitalen Bühnen beziehungsweise Veranstaltungsräume konnten durch das in der Lobby befindliche Programm aufgerufen werden.

Rahmenprogramm

Sowohl der Showcase (virtueller Marktplatz) als auch der Creative:Space (digitale Ausstellungsfläche) konnten direkt über die Lobby besucht werden. Inhalte des Pausenprogramms spielten sich entweder auf der Mainstage oder direkt im in der Lobby eingebetteten Video-Stream ab (Weitere Informationen unter [4.2 Rahmenprogramm](#)).

Interaktion

Eine Liste aller Teilnehmer*innen und Speaker*innen ermöglichte eine gezielte Suche nach Personen. Diese konnten über einen entsprechenden Button direkt kontaktiert werden. Die Kontaktaufnahme lief in der Regel über das plattformeigene Messaging-Tool, ähnlich einer persönlichen Postbox.

Kontakt und Support

In der Lobby bot ein für alle sichtbares Chatfenster eine direkte Kontaktmöglichkeit zum Event-Team sowie zu allen in der Lobby anwesenden Personen. Via Live-Stream oder eingebettetem Video erhielten die Teilnehmer*innen wichtige Informationen zu Ablauf und Nutzung der Plattform oder wurden in den Pausen unterhalten. Des Weiteren bot ein entsprechender Button Zugang zum Helpdesk.

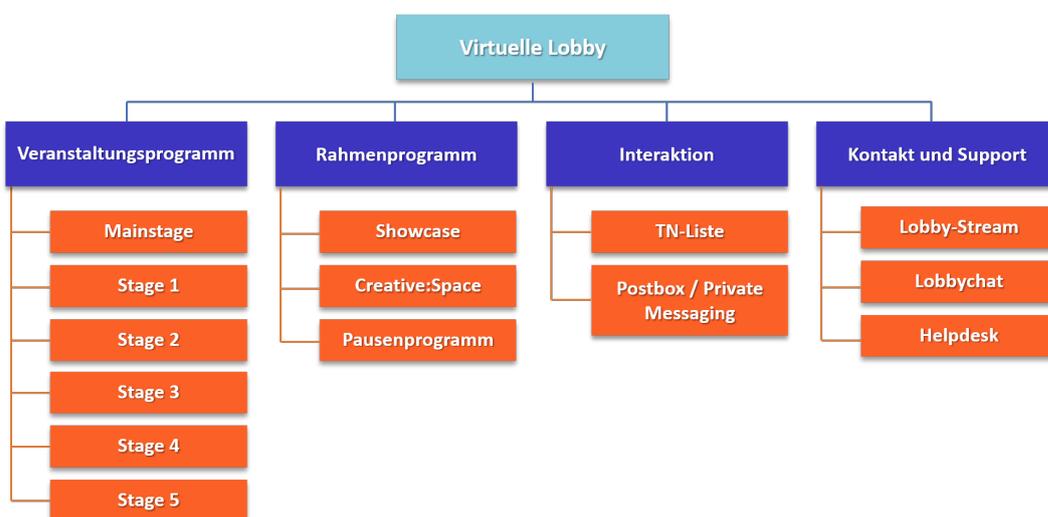


Abbildung 4: Aufbau der Veranstaltungsplattform des University:Future Festivals

3.1.2. Bedienung

Aus organisatorischer Perspektive ist die komplexe Konfiguration und Pflege einer digitalen Veranstaltungsplattform zwar aufwändig, jedoch muss sich im Gegenzug nur in ein einziges Tool eingearbeitet werden. Es reicht in der Regel aus, wenn ein bis zwei Personen mit der konkreten Befüllung der Plattform betraut werden. Kennen sich jedoch alle Teammitglieder gut mit der Plattform und ihren allgemeinen Funktionen aus, erleichtert dies die spätere Betreuung sowie den Support erheblich. Daher ist es angeraten, genügend Zeit für die Einarbeitung in die digitale Umgebung sowie das Setup der Plattform einzuplanen.

Es sollte ebenfalls bedacht werden, dass nicht nur das Veranstaltungsteam, sondern auch die Speaker*innen die Plattform und ihre Tools (zumindest teilweise) bedienen können sollten. Bei einer digitalen Veranstaltung tragen die Speaker*innen für das Gelingen der eigenen Session wesentlich mehr Verantwortung als bei einer Präsenzveranstaltung. Sie sollten sich sicher in der digitalen Veranstaltungsumgebung bewegen und selbstständig dafür Sorge tragen können, dass ihre heimische Technik funktioniert.

Neben entsprechenden Hilfestellungen in Form von Briefings oder Schulungen ist es daher unabdinglich, eine Generalprobe oder einen sogenannten Dry Run einige Tage vor der Veranstaltung anzusetzen. Im Rahmen des Dry Runs werden alle Funktionen der Veranstaltungsplattform getestet. Darüber hinaus sollte nach Möglichkeit jede*r Speaker*in gemeinsam mit den für die Medienproduktion verantwortlichen Teammitgliedern einen Test des eigenen Video-Setups durchführen und sich probeweise in den digitalen Veranstaltungsraum einloggen.

Der Dry Run des University:Future Festivals wurde einige Tage vor dem Event durchgeführt. Ein zentraler Mehrwert dieser Generalprobe war der Umstand, dass bestehende Unsicherheiten bezüglich der Bedienung der Plattform seitens einiger Speaker*innen durch die Generalprobe effektiv minimiert werden konnten. Darüber hinaus bot der Dry Run eine gute Gelegenheit, bereits vor Beginn des Festivals potentielle Fehlerquellen zu identifizieren.

3.2. Medienproduktion

3.2.1. Dienstleistungsunternehmen

Die Zusammenarbeit mit einem Mediendienstleistungsunternehmen sehen wir als optional, insbesondere wenn eine Veranstaltungsplattform genutzt wird. Denn der große Vorteil einer Plattform ist vor allem, dass Veranstalter*innen nahezu alles selbstständig einstellen und gestalten können und somit nicht zwangsläufig eine externe Medienproduktion benötigt wird.

Verlangen allerdings Größe und Aufbau der Veranstaltung ein erhebliches Maß an personellem Einsatz sowie Technik-Know-How, lohnt sich die Zusammenarbeit mit einem spezialisierten Dienstleister. Im Falle des University:Future Festivals wurde eine physische Mainstage und eine Lobby-Stage in einem Studio-Setting gewünscht. Benötigte Gewerke wie Beleuchtung, Ton, Kamera- und Streamingtechnik in einer solchen Größenordnung konnten nur durch eine professionelle Medienproduktionsfirma koordiniert und betreut werden.

Tipp:

Wird sich für die Zusammenarbeit mit einem Dienstleistungsunternehmen entschieden, wird frühzeitig ein detailliertes Briefing benötigt, um anhand dessen entsprechende Angebote einzuholen. Darüber hinaus sollte sichergestellt werden, dass das ausgewählte Dienstleistungsunternehmen Erfahrung mit dem genutzten Konferenz-Tool und, falls möglich, mit der Veranstaltungsplattform hat.

3.2.2. Studio

Ein physisches Studio bietet einige Vorteile, bedeutet aber auch erhebliche Mehrkosten. Im Rahmen des University:Future Festivals entschieden wir uns für eine physische Studio-Lösung für die Aufzeichnung der Beiträge auf der Mainstage und der Lobby des Festivals. Dadurch war es möglich, Gäste live vor Ort auf der Mainstage begrüßen zu können und eine einheitliche Gestaltung der Bühnen zu erhalten. Darüber hinaus erlaubte ein physisches Studio kurze Abstimmungswege mit der Moderation und den Mitarbeiter*innen vor Ort. Zusätzlich konnte auf den Studiobühnen eine über alle Veranstaltungstage konstante technische Qualität der Medienproduktion sichergestellt werden.

Tipp:

Passende Räumlichkeiten bieten sowohl professionelle Studios als auch reguläre Veranstaltungsorte, die bereits eine Grundausstattung an Technik bieten. Oftmals arbeiten Veranstaltungsorte bereits mit Medienproduktionsdienstleistern zusammen oder bieten sogar selbst entsprechende Services an.

Key Learnings: Technik

- Formulieren Sie für die Auswahl einer Veranstaltungsplattform Kriterien, die für die erfolgreiche Durchführung Ihrer Veranstaltung essentiell sind. Bedenken Sie hierbei auch die Besucher*innenzahlen und die zu erwartende Serverauslastung.
- Achten Sie bei der Auswahl der Veranstaltungsplattform auf Kompatibilität (z. B. mit Betriebssystemen und Browsern).
- Rechnen Sie mit einem erheblichen personellen und zeitlichen Aufwand für die Konfiguration, Befüllung und Pflege der Veranstaltungsplattform.
- Planen Sie einen Dry Run (Generalprobe) einige Tage vor Ihrer Veranstaltung ein.

4. Programm

4.1. Formate

Das University:Future Festival widmete jeden der drei Veranstaltungstage programmatisch einem Veranstaltungsformat:

- 6. Oktober 2020: Barcamp:Day
- 7. Oktober 2020: Conference:Day
- 8. Oktober 2020: Workshops:Day

Im Folgenden möchten wir die Formate näher vorstellen, die im Rahmen des University:Future Festivals durchgeführt wurden. Darüber hinaus zeigen wir die Übersetzungsmöglichkeiten dieser Veranstaltungsformate in den digitalen Raum und mögliche Stolperstellen auf.

Zu beachten:

Die dargestellten Formate sind als beispielhafte Impulse für eine (Groß)Veranstaltung zu verstehen, da selbstverständlich viele weitere Formate denkbar sind. Welches Format im Rahmen Ihrer Veranstaltung sinnvoll erscheint, muss im Einzelfall entschieden werden.

4.1.1. Barcamp

Das Format des Barcamps (auch bekannt als Unkonferenz) ist ein offenes Veranstaltungsformat, bei dem Ablauf und Inhalte nicht im Vorhinein festgelegt sind. Die Teilnehmer*innen der Veranstaltung legen beides selbst fest und entscheiden ad hoc, an welchen Themen sie mitarbeiten möchten. Das Barcamp eignet sich besonders für den Austausch und die Diskussion von Veranstaltungsteilnehmer*innen untereinander. Auch die gemeinsame Arbeit an konkreten Problem- oder Fragestellungen kann in einem Barcamp umgesetzt werden. Im Rahmen des University:Future Festivals stand der gesamte erste Veranstaltungstag im Zeichen des Barcamp-Formats.

Wie läuft ein Barcamp ab? Über einen Aufruf wurden interessierte Teilnehmer*innen aufgefordert, ihre Pitches für das Barcamp über ein einfaches Webformular einzureichen. Die Pitches konnten bis zum Vortag des Festivals eingereicht werden. Nach Fristende wurden die gesammelten Pitches in vier Blöcke aufgeteilt, in das Programm eingefügt und über die Veranstaltungswebsite veröffentlicht.

Jeder der vier Blöcke gestaltete sich nach dem gleichen Muster; eine Moderation führte durch das Programm:

Pitches → (15 Min.)	Maximal zehn Ideengeber*innen warben auf der Mainstage für jeweils eine Minute für ihre zuvor eingereichten Barcamp-Themen. Die Pitch-Runden wurden durch die Moderation entsprechend angeleitet.
Findungsphase → (15 Min.)	Die Pitches wurden durch die Moderation nummeriert und durch das Festival-Team den jeweiligen, ebenfalls nummerierten, digitalen Veranstaltungsräumen zugewiesen.
Sessions → (60 Min.)	Nach Abschluss der Pitch-Runde sortierten sich die Teilnehmer*innen selbstständig in die ihrem gewählten Thema entsprechenden digitalen Räume. Orientierung gab hierbei eine Übersichtsfolie, welche sowohl auf der Mainstage als auch in der Lobby eingeblendet wurde. In den Räumen arbeiteten die Teilnehmer*innen dann gemeinsam mit den Ideengeber*innen für je eine Stunde an dem jeweiligen Thema.

Eine große Herausforderung bei der Durchführung eines digitalen Barcamps ist die, gerade auch im Vergleich zu anderen Formaten, stark eingeschränkte Planbarkeit. Das Format steht und fällt mit der Beteiligung der Teilnehmenden und erfordert eine hohe Eigeninitiative.

Tipp:

*Es ist wichtig, sich trotz aller Spontaneität eines Barcamps um eine strukturierte Herangehensweise und klare Kommunikation mit den Teilnehmer*innen zu bemühen. Besonders relevant ist das in den Phasen, in denen sich die Teilnehmer*innen selbstständig auf der Plattform zurechtfinden müssen (z. B. in der Findungsphase). Auch Kleinigkeiten müssen bedacht werden: Stimmt die Zuordnung der Pitches zu den jeweiligen Räumen? Können alle Teilnehmenden auf Anhieb ihre Session selbstständig finden? Unterstützen kann hierbei eine geübte Moderation, die in stressigen Situationen routiniert reagiert und die Teilnehmer*innen souverän durch das Programm führt.*

4.1.2. Workshop

Der Workshops:Day des University:Future Festival widmete sich dem digitalen Workshop-Format. Aufgrund der großen Anzahl an qualitativ hochwertigen Einreichungen, die uns über den Workshops:Call erreichten, entschieden wir uns für insgesamt 30 Workshopangebote.

Der Workshops:Day wurde in drei Sessions aufgeteilt, die jeweils über zwei Stunden bis zu elf parallel laufenden Workshops Platz boten. Die Workshop-Sessions waren auf jeweils ein bis zwei Stunden ausgelegt. Um den Workshopgeber*innen eine gewisse Planbarkeit zu gewähren, wurden die Teilnehmer*innen vor und während des Festivals dazu aufgefordert, sich über eine Funktion der Veranstaltungsplattform für die Workshops zu registrieren.

Unterstützend zu den bereits über das Videokonferenz-Tool zur Verfügung stehenden Funktionen, wie zum Beispiel Breakout-Räumen oder Whiteboards, wurde für jeden Workshop ein Kollaborationsboard zur Verfügung gestellt. Unterstützt wurden die Workshopgeber*innen durch eine Moderation, die seitens des Festival-Teams gestellt wurde.

Tipp:

Um Unzufriedenheiten vorzubeugen, sollte die maximale Personenzahl pro Workshop im Vorhinein und während der Veranstaltung für alle Beteiligten klar ersichtlich sein. Da auch hier mit einer gewissen No-Show-Rate zu rechnen ist, können die Workshops in der Regel um circa 30 Prozent überbucht werden (Schätzwert).

4.1.3. Conference

Im folgenden Kapitel werden die Formate Talks und Panels sowie Lightning Talks vorgestellt. Alle Formate fanden im Rahmen des University:Future Festivals am Conference:Day statt und wurden über einen öffentlichen Call, den Conference:Call, gespeist. Insgesamt wurden beim University:Future Festival 119 Sessions eingereicht, wovon es mit 66 ungefähr die Hälfte der Sessions ins Festivalprogramm schafften (siehe [4.3 Call for Participation](#)). Lediglich für das Programm auf der Mainsstage wurden gezielt Keynote-Speaker*innen eingeladen.

4.1.3.1 Talks und Panels

Talks

Unter dem Format Talks fanden hauptsächlich klassische Vorträge statt, jeweils mit einer Dauer von 30 Minuten. Das Format wurde durch zusätzlich eingeblendete Präsentationen oder Videoeinspielungen unterstützt. In der Durchführung recht unkompliziert, referierten die Speaker*innen in einem Videokonferenz-Raum, welcher auf die Veranstaltungsplattform, bzw. auf die jeweilige digitale Bühne übertragen wurde. Falls sinnvoll, wurde die Moderation punktuell dazugeschaltet.

Panels

Die Panels des University:Future Festivals funktionierten in Planung und Ablauf ähnlich den Panels, die aus Präsenzveranstaltungen bekannt sind. In der Regel begleitet durch eine Moderation, ermöglichten sie einen Austausch zu einem oder mehreren Leitthemen. Hierfür wurden alle Panellist*innen sowie die Moderation in einen gemeinsamen Videokonferenz-Raum eingeladen und dieser auf der Veranstaltungsplattform übertragen.

Als Ansichtsmodus in einem digitalen Panel wurde größtenteils eine Galerieansicht genutzt. Diese ermöglicht es den Zuschauer*innen, die Gesprächsrunde in ihrer Gesamtheit wahrzunehmen und die Reaktionen der Speaker*innen einzufangen. Alternativ wurde mit einer sogenannten Spotlight-Ansicht gearbeitet.

4.1.3.2 Lightning Talks

Im Gegensatz zum klassischen Talk ist das Format des Lightning Talks kurzweiliger. Gute Lightning Talks sind besonders inspirierend und unterhaltsam. In der Regel halten im Rahmen einer Lightning-Talk-Session mehrere Speaker*innen in einem vorgegebenen Zeitrahmen Kurzvorträge, meist direkt aufeinanderfolgend. Die Kurzvorträge werden begleitet durch Präsentationsfolien. Um einen reibungslosen Ablauf sicherzustellen, bietet es sich an, einen automatischen Folienwechsel in einem zuvor festgelegten zeitlichen Rhythmus einzustellen. In der Programmerstellung empfiehlt es sich, Lightning Talks, die sich mit inhaltlich nahen Themen beschäftigen, in einer Lightning-Talk-Session zusammenzufassen.

Im Rahmen des Conference:Day wurde sich für insgesamt fünf Lightning-Talk-Slots à 30 Minuten entschieden. Die Talks speisten sich hierbei aus Einreichungen des Conference:Calls. In der abschließenden Auswertung der Besucherströme erwiesen sich die Lightning Talks als äußerst beliebtes Format und stellten sich mitunter als meistbesuchte Sessions heraus.

Die Lightning-Talk-Slots des University:Future Festivals gestalteten sich folgendermaßen:

- 3 – 4 Speaker*innen pro 30-Minuten-Slot
- 15 Folien pro Präsentation
- 20 Sekunden pro Folie → 5 Minuten Vortragszeit pro Speaker*in

Zu Beginn fand eine kurze Einleitung und eine Erklärung des Ablaufs durch die Moderation statt und am Ende wurde die verbliebene Zeit für eine Fragerunde im Anschluss an die Talks genutzt.

Tipp:

*Der Fokus auf eine schnelle Abfolge und den begrenzten Zeitrahmen setzen eine gute Planung und klare Absprachen mit den Vortragenden voraus. Wir empfehlen in jedem Fall, eine Moderation einzusetzen, die die Abläufe im Blick behält. Besonders zu beachten ist bei diesem Format, dass der schnelle Wechsel zwischen den Speaker*innen und deren Präsentationen sichergestellt werden muss.*

4.2. Rahmenprogramm

Das Rahmenprogramm stellt eine sinnvolle Klammer für das eigentliche Veranstaltungsprogramm dar. Dieses muss sich nicht zwingend mit dem inhaltlichen Schwerpunkt der Veranstaltung decken, sondern dient primär einer Abrundung des Events sowie der Verstärkung des Eventcharakters im Digitalen. Im Kontext des University:Future Festivals wurde sich für eine Integration verschiedener Programmpunkte entschieden: dem Creative:Space, dem virtuellen Showcase sowie variierenden Pausenprogrammen. Darüber hinaus wurde der Conference:Day durch ein Abendprogramm abgerundet.

4.2.1. Creative:Space

Mit dem Creative:Space wurde ein digitaler Raum für eine kreative Auseinandersetzung mit dem Leitthema der Veranstaltung geschaffen. Insbesondere künstlerische Fachrichtungen, die in vergleichbaren Formaten oft unterrepräsentiert sind, sollten sich im Creative:Space präsentieren können. Hierfür wurde im Vorhinein der Veranstaltung eine Ausschreibung (Creative:Call) veröffentlicht, bei der sich Interessierte mit einem entsprechenden Projekt bewerben konnten (siehe [4.3 Call for Participation](#)).

Der Creative:Space fungierte als eine Art digitale Ausstellungsfläche, auf der Projekte sowohl inhaltlich als auch visuell dargestellt werden konnten. Angelegt wurde der Creative:Space als klassische Wordpress-Seite (außerhalb der eigentlichen Veranstaltungsplattform), die innerhalb der Veranstaltungsplattform verlinkt wurde.

Tipp:

Obwohl der Creative:Space im Rahmen des University:Future Festivals prominent auf der Startseite der Veranstaltungsplattform zu finden war, wurde das Angebot verhältnismäßig wenig wahrgenommen. Als mögliche Begründungen lassen sich die Dichte des Programms sowie eine nicht eindeutige Betitelung anführen. Daher sollte bei vergleichbaren Konzepten auf eine strategische Platzierung innerhalb des eigentlichen Programms, eine verstärkte Bewerbung sowie auf eine eindeutige Benennung des jeweiligen Angebotes geachtet werden.

4.2.2. Showcase

Der Showcase fungierte als virtueller Marktplatz, auf dem sich Projekte, Institutionen und ausgewählte Unternehmen präsentieren konnten. Hierzu wurde im Vorfeld der Veranstaltung der Showcase:Call ausgeschrieben [siehe [4.3 Call for Participation](#)].

Die Veranstaltungsplattform des University:Future Festivals bot bereits innerhalb der Plattform eine entsprechende Lösung für einen digitalen Marktplatz, was den organisatorischen Aufwand erheblich vereinfachte. Die Aussteller*innen konnten im Rahmen eines digitalen Marktstandes ein Video (Imagefilm o. Ä.), ein PDF, eine kurze Beschreibung der Institution oder des Projektes sowie Kontaktinformationen hinterlegen. Darüber hinaus konnten die Teilnehmer*innen während der Veranstaltung innerhalb dieser virtuellen Booths via Chat direkt mit Aussteller*innen ins Gespräch kommen.

Tipp:

*Gerade im virtuellen Raum sollte eine entsprechende Aktivierung der Teilnehmer*innen bewusst mitgedacht und ausreichend Zeit zum Schlendern über den Marktplatz ins Programm integriert werden.*

4.2.3. Pausenprogramm

Während des University:Future Festivals wurden in regelmäßigen Abständen 20-minütige Pausen im Programm integriert. Für Teilnehmer*innen, die in den Pausen das Bedürfnis nach Aktivierung, Austausch oder Reflexion hatten, bot das Festival ein wechselndes Pausenprogramm. Pro Pause gab es die Möglichkeit, aus bis zu drei verschiedenen Programmpunkten zu wählen. Zur Aktivierung wurden unter anderem Reflexionsübungen, Meditation sowie Yoga angeboten. Darüber hinaus lud ein digitales Konzert und ein virtuelles Quiz zur Unterhaltung ein. Als Networking-Aktivitäten bot das Programm ein Konferenz-Speeddating und die Plattform Laptops in Space im Rahmen des Creative:Space an (Weitere Informationen unter [4.4. Netzwerken, Interaktion und Partizipation](#)).

Tipp:

*Besonders bei digitalen Veranstaltungen schaffen Pausenaktivitäten ein spürbares Veranstaltungserlebnis. Bei der Planung des Pausenprogramms sollte inklusiv gedacht werden, damit alle Teilnehmer*innen aktiv teilnehmen können ohne weitere Tools zu benötigen (z. B. Schreibtisch-Yoga).*

4.2.4. Abendveranstaltung

Bei analogen Veranstaltungen bietet das Abendprogramm in der Regel einen gemeinschaftlichen Abschluss eines intensiven Tages. Dieses Gemeinschaftsgefühl kann auch bei digitalen Veranstaltungen erzeugt und analoge Abendveranstaltungen für den digitalen Raum adaptiert werden. Eine digitale Gala, Preisverleihung oder auch ein live gestreamtes Konzert können attraktive Varianten des klassischen Abendprogramms darstellen. Ähnlich einer physischen Veranstaltung wurde das Abendprogramm beim University:Future Festival an einem Tag (in diesem Fall dem Conference:Day) gebündelt.

Tipp:

*Falls realisierbar, sollte eine zum Format passende Abendveranstaltung ins Programm integriert werden, um auch im Digitalen einen Eventcharakter zu erhalten und das Veranstaltungsprogramm stimmig abzurunden. Dies ist auch über eine Kooperation mit externen Partnern oder Partner-Veranstaltungen möglich. Darüber hinaus empfiehlt es sich, keine längere Pause zwischen dem Ende des regulären Programms und der Abendunterhaltung entstehen zu lassen, damit die Teilnehmer*innen die Veranstaltung nicht bereits verlassen haben, bis das Abendprogramm beginnt.*

4.3. Call for Participation

Als ausdrückliches Community-Event speiste sich das Programm des University:Future Festivals vornehmlich aus Einreichungen derselbigen, also aus der Gemeinschaft. Aufgrund der großen Bandbreite an Formaten wurden mehrere Calls veröffentlicht. Insgesamt rief das Hochschulforum Digitalisierung mit vier verschiedenen Calls zur Programmgestaltung des Festivals auf: Conference:Call, Workshops:Call, Showcase:Call und Creative:Call.

Der Showcase:Call sowie der Creative:Call wurden über die Website des Festivals abgewickelt. Einreichende konnten in einer entsprechenden Maske alle relevanten Informationen eingeben und, falls vorhanden, ergänzende Dateien (Grafiken, PDF-Dokumente etc.) hochladen. Die Bewertung und die Auswahl der Einreichungen wurde nach Ablauf der Frist innerhalb des Festival-Teams vorgenommen.

Für den Conference:Call und den Workshops:Call wurde ein Call-Management-Tool genutzt, über das Beiträge eingereicht werden konnten. Die Bewertung und Auswahl der Einreichungen nahm eine Expert*innen-Jury aus Community-Mitgliedern vor.

Tipp:

*Ein Call-Management-Tool kann die Gestaltung des Calls und vor allem die Verwaltung der Einreichungen vereinfachen. Viele Tools sind günstig zu erwerben oder sogar kostenfrei nutzbar. Jedoch sollte bei der Auswahl des Anbieters, neben Aspekten wie der DSGVO-Konformität und der Nutzer*innenfreundlichkeit, auch der vorgesehene Auswahlprozess betrachtet werden – denn mit der Wahl des Tools wird sich auch automatisch für ein bestimmtes Vorgehen entschieden. Ist dieser Prozess für das gewünschte Jury-System sinnvoll, stellen Call-Management-Tools eine gute Alternative zu klassischen Bewertungssystemen dar.*

4.4. Netzwerken, Interaktion und Partizipation

Austausch, Interaktion und Partizipationsmöglichkeiten sind relevante Teilaspekte jeder gelungenen Veranstaltung und spielen eine wichtige Rolle in der positiven Wahrnehmung der Teilnehmer*innen. Dies ist bei digitalen Veranstaltungen nicht anders als bei ihrem analogen Pendant.

Interaktionsmöglichkeiten

Innerhalb der einzelnen Sessions konnten sich die Teilnehmer*innen über eine Chat-Funktion untereinander sowie mit den Speaker*innen austauschen. Darüber hinaus hatten die Teilnehmer*innen in der virtuellen Lobby die Möglichkeit, sich mit Hilfe des Lobby-Chats mit dem Festival-Team und mit anderen Teilnehmer*innen auszutauschen. Auch via Private Messaging oder einer Videochat-Funktion konnten die Teilnehmer*innen untereinander kommunizieren.

Partizipationsmöglichkeiten

Um während der Veranstaltung Partizipationsmöglichkeiten zu schaffen, wurden im Kontext des Festivals Fragerunden integriert. Als weiteres Tool für mehr Partizipation seitens der Teilnehmer*innen wurden kleine Umfragen genutzt, die innerhalb von Vorträgen durchgeführt beziehungsweise beantwortet wurden. Zudem bot ein Fragen-Tool und ein Chat während der Sessions die Möglichkeit, aktiv an den Vorträgen teilzunehmen und sich mit den anderen Teilnehmer*innen sowie Speaker*innen auszutauschen.

Netzwerkmöglichkeiten

Durch ein Konferenz-Speeddating als Teil des Pausenprogramms (siehe [4.2.3 Pausenprogramm](#)) wurde den Teilnehmer*innen eine aktive Möglichkeit zum Netzwerken geboten. Teilnehmer*innen wurden innerhalb des Konferenz-Speeddatings zufällig mit anderen Personen in einem Video-Chat zusammengebracht. Bei gegenseitigem Interesse konnten Kontaktinformationen ausgetauscht werden. Dieses Tool war in der Veranstaltungsplattform bereits integriert.

Tipp:

*Während der gesamten Veranstaltung wurden die interaktiven und partizipativen Angebote gut angenommen. Dennoch ergab sich in der Auswertung einer abschließenden Umfrage, dass sich die Teilnehmer*innen mehr Interaktions- und Netzwerkmöglichkeiten gewünscht hätten. Daher sollte bei digitalen Events besonders auf eine aktive Ansprache der Teilnehmer*innen geachtet und vermehrt auf Netzwerk-, Partizipations- sowie Interaktionsmöglichkeiten aufmerksam gemacht werden.*

Key Learnings: Programmgestaltung

- Teilnehmer*innen haben bei digitalen Veranstaltungen in der Regel eine kleinere Aufmerksamkeitsspanne. Sorgen Sie für ausreichend Pausen und überfrachten Sie das Programm nicht.
- Planen Sie Beteiligungsmöglichkeiten und Zeit für Austausch ein.
- Beugen Sie möglichen Unzufriedenheiten mit einer klaren Kommunikation zu Teilnehmerlimits und Partizipationsmöglichkeiten vor.
- Zusatzangebote, wie z. B. ein Pausen- und Abendprogramm, sind eine gute Möglichkeit, um auch im Digitalen einen Eventcharakter zu erhalten.

5. Externe Kommunikation**5.1. Kommunikationsmaßnahmen**

Im folgenden Kapitel werden die Kommunikationsmaßnahmen des University:Future Festivals überblicksartig dargestellt. Hierbei wird eine Auswahl vorgestellt und kein Anspruch einer vollumfänglichen Darstellung aller kommunikativer Mittel erhoben.

Zu beachten:

Die gewählte Kommunikationsstrategie ist abhängig von der jeweiligen Zielgruppe sowie der Art der geplanten Veranstaltung. Die Wahl der verwendeten Medien ist zudem abhängig von den bereits etablierten Kanälen der ausrichtenden Organisation.

Social Media und Newsletter

Bei digitalen Veranstaltungen stellen sowohl Social-Media-Posts als auch Newsletter reichweitenstarke Tools dar, um diese im digitalen Raum zu bewerben. Im Rahmen des University:Future Festivals wurden über die Social-Media-Kanäle des Hochschulforums Digitalisierung beispielsweise potentielle Teilnehmer*innen angesprochen und alle relevanten Informationen geteilt. Zudem wurden die Kanäle der Veranstaltungspartnern aktiviert und ebenfalls in regelmäßigen Abständen mit Inhalten zum Festival bespielt, um eine höhere Reichweite zu generieren. Während der Veranstaltung wurde über die Social-Media-Kanäle mit den Teilnehmer*innen interagiert und aktiv am digitalen Austausch teilgenommen.

Im Kontext des University:Future Festivals wurde zusätzlich verstärkt mit digitalen Rundbriefen und Newslettern gearbeitet, um möglichst direkt und persönlich an die Community heranzutreten.

Tipp:

Informationen sollten möglichst frühzeitig über Social-Media-Kanäle und Newsletter gestreut werden. Kleine Challenges oder Umfragen mit Bezug zur Veranstaltung können zusätzlich Aufmerksamkeit und Bindung generieren.

Website

Im Kontext einer virtuellen Veranstaltung kann eine eigene Veranstaltungswebsite eine wichtige Rolle als zentrale Informationsquelle und Kommunikationstool spielen. Ist die Erstellung einer eigenständigen Website nicht möglich, kann die Integration einer Unterseite in einen bestehenden Webauftritt eine kostengünstige Alternative darstellen.

Im Rahmen des University:Future Festivals wurde eine eigene Veranstaltungswebsite aufgesetzt, auf der alle zentralen Informationen gebündelt wurden. Dabei blieb die Website kein statisches Konstrukt, sondern entwickelte sich dynamisch anhand der Meilensteine weiter und wurde stetig mit neuen Inhalten befüllt. Während der Veranstaltungstage wurde die Website des University:Future Festivals nur noch sekundär verwendet und bot hauptsächlich die Weiterleitung zur Veranstaltungsplattform prominent auf der Startseite. In der Nachbereitung des Festivals diente die Website erneut als Informationsquelle.

5.2. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

In der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit können digitale Veranstaltungen eine Herausforderung darstellen. So gibt es nicht die Möglichkeit, spannendes Vor-Ort-Bildmaterial anzubieten. Screenshots der Veranstaltungsplattform können eine Notlösung hierfür darstellen, jedoch sind diese meist nicht sonderlich interessant für die Berichterstattung. Aus diesem Grund wurden beim University:Future Festival vor dem Versand der Pressemitteilung Programmpunkte identifiziert, welche sich auch in einem digitalen Format ansprechend abbilden lassen. Diese wurden in der entsprechenden Mitteilung besonders hervorgehoben und gezielt für eine Berichterstattung vorgeschlagen.

5.3. Sponsoren und Partner

Wie auch bei Präsenzveranstaltungen können Partner und Sponsoren auch im Kontext digitaler Veranstaltungen ein sinnvolles Instrument sein, um eine höhere Reichweite oder eine finanzielle Förderung für die Veranstaltung zu erreichen.

Beim University:Future Festival konnten wir von dem bereits gut etablierten Netzwerk des Hochschulforums Digitalisierung profitieren. Netzwerkpartner bewarben die Veranstaltung auf ihren Kanälen und wurden im Gegenzug auf der Veranstaltungswebsite sowie in der gesamten Kommunikation des Festivals genannt – ein kommunikativer Mehrwert für beide Seiten.

5.4. Infoschreiben und Briefings

Neben einer öffentlichkeitswirksamen Kommunikation spielt auch die Kommunikation mit den beteiligten Redner*innen, Workshopgeber*innen und Moderator*innen (abhängig von den gewählten Formaten) eine wichtige Rolle für eine erfolgreiche Veranstaltung und einen reibungslosen Ablauf. Im Rahmen des University:Future Festivals wurden, insbesondere in Hinblick auf die Bedienung der Veranstaltungsplattform, aussagekräftige Briefings und Infoschreiben an alle Beteiligten gesendet. Diese enthielten alle relevanten Informationen über die jeweilige Rolle, die Funktionen der Plattform sowie die verschiedenen Support-Angebote. Darüber hinaus enthielten die Briefings eine Zehn-Schritte-Anleitung, wie man eine erfolgreiche Session durchführt. Diese hatte den Vorteil, dass die Speaker*innen auf einen Blick alle relevanten Informationen überblicksartig erhielten (siehe Beispiel: 10 Schritte zu einer erfolgreichen Session).

Beispiel: 10 Schritte zu einer erfolgreichen Session

1. Machen Sie sich vor der Veranstaltung mit der Plattform und Ihrem Session-Raum vertraut.
2. Bitte prüfen Sie im Vorfeld der Veranstaltung, ob Sie alle notwendigen Informationen für Ihre Session haben und alle relevanten Dokumente, Videos etc. in Ihrem Session-Raum hinterlegt sind.
3. Nutzen Sie einen Computer oder Laptop, um die Veranstaltungsplattform zu öffnen. Bitte verwenden Sie kein Smartphone oder Tablet.
4. Verwenden Sie x als Browser, um die Plattform zu öffnen.
5. Sie brauchen eine stabile Internetverbindung (mindestens 8 Mbps download/2.5 Mbps upload).
6. Bitte unterbrechen Sie VPN-Verbindungen und schließen Sie alle weiteren Programme, Tabs sowie andere Videokonferenz-Tools während Ihrer Session.
7. Bitte nutzen Sie ein Headset mit Mikrofon und nach Möglichkeit eine externe Webcam. Dies ermöglicht in der Regel eine bessere Ton- und Bildqualität.
8. Bitte betreten Sie Ihren Raum 20 Minuten vor Ihrem Vortrag, um einen letzten Check durchzuführen. Ein(e) HFD-Mitarbeiter*in erwartet Sie und unterstützt Sie als Moderator*in bei Ihrer Vorbereitung und während Ihrer Session. Fünf Minuten vor dem offiziellen Beginn Ihres Vortrages können Besucher*innen den Raum betreten.
9. Sollte es Probleme geben, lesen Sie das FAQ, um nach allgemeinen Problemen zu suchen und kontaktieren Sie Ihre/n Moderator*in.
10. Haben Sie Spaß bei Ihrem Vortrag.

Tipp:

Neben schriftlichen Briefings können auch digitale Q&A-Meetings oder Schulungsvideos ein relevantes Kommunikationstool sein, um alle Beteiligten zu briefen.

Key Learnings: Kommunikation

- Die Kommunikationsstrategie sollte an das digitale Konzept angepasst und nicht einfach von analogen Veranstaltungen übernommen werden.
- Die Veranstaltungswebsite spielt, insbesondere in der Vorabkommunikation, eine entscheidende Rolle.
- Strategische Partnerschaften können bei der Gewinnung von Teilnehmer*innen und Reichweite ein relevantes Tool sein.

6. Umsetzung und Nachbereitung**6.1. Regieplan**

Im Regieplan wird der inhaltliche und zeitliche Ablauf eines Events festgehalten. Neben den genauen Zeit- und Raumangaben sollten die relevanten Programmpunkte, Aktionen, Akteur*innen und gegebenenfalls Dokumente hinterlegt sein. Auch sonstige Notizen bezüglich des Ablaufs oder der Technik können integriert werden. Der Regieplan ist somit das zentrale Dokument für die Organisator*innen sowie die Technik.

Digitale Veranstaltungen können weitaus detailliertere Angaben im Bereich der Technik und Medienproduktion im Regieplan benötigen, kommen diesen Gewerken doch wesentlich höhere Stellenwerte als bei einer Präsenzveranstaltung zu. Im Falle des University:Future Festivals wurde sich dazu entschieden, mit zwei Regieplänen zu arbeiten. Ein Regieplan koordinierte alle Abläufe in den Studios vor Ort, ein weiterer Plan koordinierte alle Abläufe auf der digitalen Eventplattform. Eine solche Aufteilung ist natürlich nur sinnvoll, wenn eine digitale Veranstaltung auf mehreren Ebenen operiert. In anderen Fällen ist auch ein klassischer Regieplan ausreichend.

Tipp:

*Ein Regieplan für eine digitale Veranstaltung sollte neben den inhaltlichen Programmpunkten auch jeden Übergang, jeden Einspieler, jede Präsentation mit Uhrzeit und Dauer enthalten. Zusätzlich benötigt es genauer Angaben zu den Speaker*innen mit Kontaktinformationen. Gibt es technische Probleme, müssen die betroffenen Personen schnell erreichbar sein – auch ohne Internetverbindung.*

Es empfiehlt sich, weitere Informationsdokumente im Regieplan zu verlinken. So kann der Regieplan als umfassende Quelle für alle weiterführenden Informationen, wie beispielsweise zum Einsatzplan, zur Distribution, zu den Präsentationsfolien oder zu technischen und inhaltlichen Briefings, dienen.

6.2. Rollenverteilung

Die auszufüllenden Rollen während des Events richten sich stark nach den individuellen Ansprüchen der Veranstaltung. Während der Durchführung des University:Future Festivals wurden folgende Rollen durch Teammitglieder, Helfer*innen oder Dienstleister*innen besetzt:

Showrunner & Regie

- Regeln die Abläufe und geben ggf. die Einsatzsignale an die jeweiligen Akteur*innen und die Technik.

[Technischer] Support

- Der Support sollte auf mehreren Ebenen stattfinden: Für die Teilnehmer*innen und Speaker*innen sowie für die eigenen Teammitglieder bzw. Helfer*innen. (Falls möglich, kann separat noch ein technischer Support geboten werden.)

[Raum]Moderation

- Neben einer klassischen Moderation, die die Teilnehmer*innen durch das Programm leitet, kann eine digitale Moderation noch weitere Rollen übernehmen und bildet die Brücke zum Support der Speaker*innen. Die Moderation unterstützt die Vortragenden technisch und behält beispielsweise den Chat des digitalen Veranstaltungsraums im Blick. Darüber hinaus ist sie während der Veranstaltung die direkte Ansprechperson für die Speaker*innen. Aus diesem Grund bietet es sich an, dass sich die Moderation und die Speaker*innen bereits 20 Minuten vor Beginn jeder Session in den digitalen Räumen einfinden, um sich vorab kurz kennenzulernen und letzte Absprachen zu treffen.

Kommunikation

- Eine erfolgreiche Veranstaltung benötigt Möglichkeiten zum Austausch untereinander und mit dem Veranstaltungsteam. Deshalb sollte auch hier jemand zuständig sein und im Namen des Teams kommunizieren. Das Gleiche gilt natürlich für Social-Media-Plattformen wie Twitter oder Facebook, sofern diese aktiv in die Veranstaltungskommunikation mit einbezogen werden sollen.

6.3. Support und interne Kommunikation

Es ist ratsam, bereits während der Planung die möglichen (technischen) Stolpersteine für Teilnehmer*innen und Speaker*innen zu identifizieren und entsprechende Support-Strukturen einzurichten. Während des University:Future Festivals wurde auf mehreren Ebenen (technischer) Support angeboten:

1. E-Mail Support

Eine erste mögliche Hürde kann für die Teilnehmer*innen das Betreten der Veranstaltungsplattform sein. Gibt es hier Probleme, sind die Betroffenen nicht in der Lage, die auf der Plattform angebotenen Hilfsangebote zu erreichen. Aus diesem Grund benötigt es ein Hilfsangebot, welches ohne großen Aufwand zu erreichen ist. Im Rahmen des University:Future Festivals wurde ein E-Mail-Support eingerichtet, der über die Veranstaltungswebsite kontaktiert werden konnte. Darüber hinaus wurde der Kontakt zum E-Mail-Support über entsprechende Info-Mailings kommuniziert (siehe [5.4 Infoschreiben und Briefings](#)).

2. Helpdesk

Eine Helpdesk-Funktion gehört in der Regel zur Grundausstattung einer Veranstaltungsplattform und sollte während der gesamten Dauer des Events besetzt sein. Der Helpdesk des University:Future Festivals konnte direkt über die virtuelle Lobby aufgerufen werden.

3. Lobby-Chat

Ist ein öffentlicher Chat auf der Startseite der Plattform verfügbar, so wird dieser oftmals von Teilnehmenden als erster Kontaktpunkt zu den Organisator*innen der Veranstaltung wahrgenommen und genutzt. Das Chatfenster in der virtuellen Lobby des University:Future Festivals diente somit nicht nur zum allgemeinen Austausch der Teilnehmer*innen untereinander, sondern wurde oftmals auch als Kontaktpunkt bei Fragen oder auftretenden Problemen genutzt. Ein schöner Nebeneffekt dieser öffentlichen Chat-Lösung war die Hilfestellung der Teilnehmer*innen untereinander.

Eine weitere Ebene stellt der Support der Teammitglieder und Helfer*innen untereinander dar. Hierfür sollte ein Kanal in einem separaten Kommunikationstool, zum Beispiel einem Instant Messenger, angelegt werden. Über diesen Kanal können Fragen des Teams beantwortet und allgemeine Mitteilungen an das Festival-Team weitergegeben werden.

6.4. Nachbereitung

Bei der Nachbereitung einer digitalen Veranstaltung bieten sich ähnliche Tools wie bei analogen Veranstaltungen an. Im Rahmen des University:Future Festivals wurde im direkten Nachgang an das Festival ein Evaluationsbogen an alle Teilnehmer*innen und Speaker*innen gesendet. Dieser sollte als Grundlage für die Bewertung der Veranstaltung sowie zur Optimierung zukünftiger Veranstaltungen dienen. Auch ist es sinnvoll, die Veranstaltung im Nachgang noch einmal kommunikativ aufzubereiten. Hierfür wurde ein Best-Of-Video produziert, das über Social Media verbreitet wurde. Zusätzlich wurden die Aufzeichnungen der Sessions des Conference:Day auf dem YouTube-Kanal des Hochschulforums Digitalisierung zugänglich gemacht. Ein Blogartikel, verfasst als eine Art Erfahrungsbericht, wurde abschließend auf der Website des Hochschulforums Digitalisierung publiziert.

Ein großer Vorteil einer digitalen Veranstaltung, insbesondere bei der Verwendung einer virtuellen Veranstaltungsplattform, ist das detaillierte Tracking aller Aktivitäten innerhalb der Plattform. Mit diesem Tool erhalten Veranstalter*innen die Möglichkeit, das Event im Nachhinein umfassend aufzuarbeiten. Die somit nachvollziehbaren Besucherströme deuten an, welche Bereiche und Angebote besonders stark und welche vergleichsweise gering genutzt wurden. Hieraus lassen sich interessante Rückschlüsse für kommende Veranstaltungen ziehen. Ebenso können die Klick- und Teilnehmer*innenzahlen gewisse Trends abbilden und zeigen, welche Themen die Zielgruppe aktuell besonders beschäftigt, woraus sich weitere Mehrwerte für die Veranstalter*innen ziehen lassen.

Key Learnings: Umsetzung und Nachbereitung

- Erstellen Sie einen möglichst detaillierten Regieplan. Bedenken Sie hierbei nicht nur die inhaltlichen, sondern auch die organisatorischen und technischen Abläufe.
- Sorgen Sie für eine klare Rollenverteilung während der Durchführung des Events. Gerade bei digitalen Großveranstaltungen sollte jedes Teammitglied die eigenen Verantwortlichkeiten genau kennen.
- Legen Sie bei der Durchführung einer digitalen Veranstaltung einen besonderen Fokus auf Supportstrukturen (z. B. Helpdesk, Support-Mail o. Ä.).
- Nutzen Sie das Tracking und die vielfältigen Statistiken, die eine digitale Veranstaltungsplattform bietet, in Ihrer abschließenden Evaluation

Impressum

Diskussionspapiere des HFD spiegeln die Meinung der jeweiligen Autoren wider.
Das HFD macht sich die in diesem Papier getätigten Aussagen daher nicht zu Eigen.



Dieses Werk ist unter einer Creative Commons Lizenz vom Typ Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 International zugänglich. Um eine Kopie dieser Lizenz einzusehen, konsultieren Sie <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>. Von dieser Lizenz ausgenommen sind Organisationslogos sowie falls gekennzeichnet einzelne Bilder und Visualisierungen.

ISSN (Online) 2365-7081; 4. Jahrgang

Zitierhinweis

Ehrhardt, J., Hoesch, L. (2021). Digitale Großveranstaltungen organisieren. Diskussionspapier Nr. 12. Berlin: Hochschulforum Digitalisierung.

Herausgeber

Geschäftsstelle Hochschulforum Digitalisierung beim Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft e.V.
Hauptstadtbüro • Pariser Platz 6 • 10117 Berlin • T 030 322982-520
info@hochschulforumdigitalisierung.de

Redaktion

Kristin Schoenke

Verlag

Edition Stifterverband – Verwaltungsgesellschaft für Wissenschaftspflege mbH
Barkhovenallee 1 • 45239 Essen • T 0201 8401-0 • mail@stifterverband.de

Layout

Satz: Katharina Fischer
Vorlage: TAU GmbH • Köpenicker Straße 154a • 10997 Berlin

Das Hochschulforum Digitalisierung ist ein gemeinsames Projekt des Stifterverbandes, des CHE Centrums für Hochschulentwicklung und der Hochschulrektorenkonferenz.
Förderer ist das Bundesministerium für Bildung und Forschung.

www.hochschulforumdigitalisierung.de