



# MEET GERMANY & EventMobi begeistern mit richtungweisender virtueller Veranstaltung

## Über MEET GERMANY

Mit über 35.000 Mitgliedern und 2500 Netzwerkpartnern ist MEET GERMANY das führende MICE-Netzwerk Deutschlands. Bei bundesweit stattfindenden Branchenveranstaltungen und den beliebten SUMMITS werden innovative Trends vermittelt und die angesagtesten Locations der Region vorgestellt. Über Events hinaus verbinden die digitale COMMUNITY und der MARKETPLACE Eventplaner ganzjährig online mit Anbietern und Experten.

### Über MEET GERMANY goes virtual

“MEET GERMANY bedeutet Innovation, Inspiration und Interaktion” – und das hat die erste virtuelle Konferenz für die MICE-Branche erfolgreich bewiesen! Die kostenlose, zweitägige virtuelle Veranstaltung bot über 3400 registrierten Besuchern ein breites Angebot an Fachvorträgen zu brandaktuellen Themen sowie einen virtuellen Ausstellerbereich, wo wissenschaftliche Plener via Live-Chat auf Convention Bureaus, Hotels & Locations sowie hochklassige Dienstleister trafen. Live-Yoga, Kochkurse, Gamification-Elemente und Netzwerkfunktionen luden die Teilnehmer ein, mit ihrer Umgebung und anderen Teilnehmern zu interagieren und so für sich das meiste aus der Veranstaltung herauszuholen.

## Die Frauen hinter dem Event



Tanja Schramm  
Geschäftsführerin



Simke Leifert  
Head of Operations

## MEET GERMANY goes virtual in Zahlen

2 Tage      38 Programmpunkte      3.494 Teilnehmer      80+ Aussteller

## Die Herausforderung: plötzlich virtuell

Die Covid-19-Pandemie traf die Veranstaltungsbranche besonders hart. Der gesamte Sektor lebt vom Schaffen von Begegnungen – mit Experten, Partnern, Kunden, Gleichgesinnten. Doch plötzlich war dies durch die gesetzlichen Vorschriften und notwendigen Maßnahmen des “Social Distancing” in Folge der Pandemie nicht mehr möglich – zumindest nicht physisch vor Ort. Für MEET GERMANY hieß das, die bereits geplanten und voll gebuchten SUMMITS in München, Hamburg, Rhein-Main und Berlin absagen zu müssen. Eine ganze Branche stand still. Doch nach anfänglicher Verzweiflung war für Tanja und Simke klar: den Kopf in den Sand stecken können und wollen sie nicht! Innerhalb von nur 8 Wochen wurde zahlreiche Partner an Bord und stellten sich mutig der Herausforderung, mit der ersten virtuellen Konferenz für die deutsche MICE-Branche aufzulegen, das Lernen, Netzwerke und das Erleben von Gemeinschaft auch online möglich sind.

## Eventziele

### 1. Mutmacher & Experimentierplattform

Das Hauptziel hinter MEET GERMANY goes virtual war es, den Branchenkollegen als leuchtendes Beispiel voranzugehen und Mut zu machen. Während für nahezu alle Planer und Dienstleister schwierige Zeiten anstanden, stellte sich das Team von MEET GERMANY den neuen Umständen und suchte proaktiv nach innovativen Lösungen, um auch weiterhin Begegnungen und Markenerlebnisse zu ermöglichen. Dabei war klar: Risiko und Unsicherheit waren riesengroß und es gab scheinbar nicht viel zu gewinnen. Trotzdem – oder gerade deshalb – stellte sich MEET GERMANY goes virtual auch als Experimentierplattform zur Verfügung, und wollte eine möglichst große Bandbreite an unterschiedlichen Formaten und Technologien ausprobieren und auf ihre Praxistauglichkeit prüfen.

### 2. Ultimative Anlaufstelle für Informationen für Eventplaner

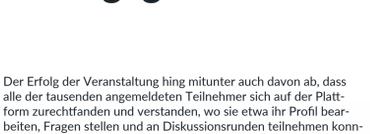
Virtuelle (auch: digitale, online) Veranstaltungen als Konzept sind seit rund zehn Jahren bekannt und erreichen in letzter Zeit auch wegen zunehmendem Umweltbewusstsein (Stichwort: Flugscham), Sparmaßnahmen vieler Marketingabteilungen und dem Ruf nach mehr Inklusion erhöhtes Interesse. Für viele Akteure der

### 3. Communitygefühl erzeugen – auch in schweren Zeiten

Mit über 35.000 Kontakten versammelt MEET GERMANY die führende MICE-Community im deutschsprachigen Raum unter einem Dach. Neben attraktiven Vergünstigungen bei über 2.500 Netzwerkpartnern steht vor allem das persönliche Kennenlernen bei SUMMITS oder im kleineren Kreis bei regionalen MEETUPS im Vordergrund. Auch wenn die zufällige Begegnung in der Kaffeepause oder der herzliche Handschlag unter alten Bekannten erst einmal ausfallen muss, wollte MEET GERMANY mit der virtuellen Konferenz ein Communitygefühl erzeugen und die Solidarität stärken. Das Ziel: Als starke Community Synergien nutzen und gemeinsam die Branche vorantreiben.

## Die App als Herzstück der Interaktion

Die Events-App von EventMobi war fester Bestandteil des Technologie-Setups und Herzstück der Interaktion. Die App wurde durch Farben und Widgets dem Markendesign von MEET GERMANY angepasst, um bereits beim ersten Öffnen den Eindruck zu vermitteln: Hier bin ich richtig. Obwohl viele Eventplaner bereits mit der Nutzung von Event-Apps vertraut sind, wurde bei der Gestaltung der Benutzung auf Benutzerfreundlichkeit und intuitive Navigation geachtet. So war für das Nutzen der App kein Download notwendig, sondern sie konnte in jedem gängigen Browser sowohl am Smartphone, als auch am Tablet und PC aufgerufen werden.



## Von der Anmeldung bis zur Produktion – die perfekte Synergie

MEET GERMANY goes virtual setzte bei der technischen Umsetzung auf die starken Partner vom EventCloud Network: doo, FastLane und EventMobi. So wurde die Registrierung durch die Münchner Experte der doo GmbH abgewickelt, die Plattform Expo-IP für die Ausstellerstände wurde durch die Fastlane GmbH umgesetzt und EventMobi sorgte mit der personalisierten Event-App für Netzwerkmöglichkeiten und Interaktion in Echtzeit. Durch die enge Zusammenarbeit der drei erfahrenen Technologiepartner aus Deutschland war für die Teilnehmer ein nahtloses Eventerlebnis garantiert. Für die umfangreiche Produktion des Live-Streams sowie die Aufnahme der Vorträge in den Studios vor Ort war NIKKUS Veranstaltungstechnik zuständig. Für Tanja und Simke von MEET GERMANY war es wichtig, die Stärken aller Technologiepartner für ein gemeinsames Ziel zu nutzen: das perfekte Teilnehmererlebnis.

## Vorbereitung und Ressourcen gegen Technologiefrust

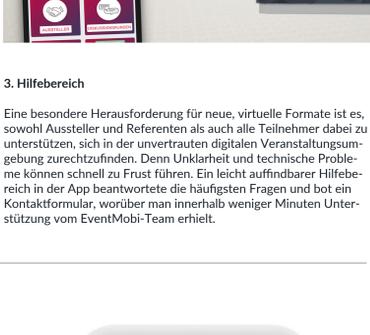


Der Erfolg der Veranstaltung hing mitunter auch davon ab, dass alle der tausenden angemeldeten Teilnehmer sich auf der Plattform zurechtfinden und verstanden, wo sie etwa ihr Profil bearbeiten, Fragen stellen und an Diskussionsrunden teilnehmen konnten. Unwissenheit oder gar Technologiefrust kann dazu führen, dass Teilnehmer frühzeitig den Stream verlassen oder bestimmte Teile der Veranstaltung nicht nutzen können oder wollen. Um dem vorzubeugen, hat unsere Kollegin Lisa ein kurzes Video aufgenommen, das die Bedienung der App Schritt für Schritt erklärt. Das Video wurde sowohl vorab in einer Emailkampagne beworben als auch zu Beginn der Veranstaltung eingespielt – so blieben keine Fragen offen. Und wenn doch, so hatte man gleich ein Gesicht zur Supportperson, die einem helfen konnte.

## So wurden die Eventziele mit der App erreicht

### Mutmacher & Experimentierplattform

- MEET GERMANY goes virtual Award**  
Für viele der über 80 Aussteller aus ganz Deutschland war es das erste Mal, dass sie nur virtuell präsentieren konnten. Dennoch war eine Messeumgebung gefragt denn sie, um schnell und unkompliziert von unterschiedlichen Anbietern Informationen einzuholen. Durch hilfreiche Gestaltungsvorlagen für die Stände, das Hochladen nützlicher Inhalte wie Video und Broschüren und die Einbindung eines Chat-Tools standen die virtuellen Ausstellerstände den wesentlich teureren und aufwändigeren realen Ständen in nichts nach. Um den Einfallsreichtum der Aussteller zu belohnen, wurde der MEET GERMANY goes virtual Award für den beeindruckendsten und überraschendsten Stand vergeben. Abstimmen konnten die Teilnehmer unkompliziert in der App und die Ergebnisse lagen den Organisatoren in Echtzeit als grafische Auswertung vor.
- Durch das Event begleiten mit Push-Nachrichten**  
Die App machte es einfach, Teilnehmer mit Push-Nachrichten über den Veranstaltungsverlauf zu informieren, Vorfreude zu generieren und Änderungen bekannt zu geben. Die Organisatorinnen Tanja und Simke versandten beispielsweise Hinweise auf den MEET GERMANY goes virtual Award und kündigten die Live-Kochshow während der Mittagspause an und sorgten so für zusätzliche Markenstärke und Sponsoren. Eine Push-Nachricht zum Ende des Events bat alle Teilnehmer um das Ausfüllen eines Feedbackfragebogens – eine einfache Möglichkeit, die Rücklaufquote zu erhöhen.



### Hilfebereich

Eine besondere Herausforderung für neue, virtuelle Formate ist es, sowohl Aussteller und Referenten als auch alle Teilnehmer dabei zu unterstützen, sich in der unvertrauten digitalen Veranstaltungsumgebung zurechtzufinden. Denn Unklarheit und technische Probleme können schnell zu Frustration führen. Ein leicht auffindbarer Hilfebereich in der App beantwortete die häufigsten Fragen und bot ein Kontaktformular, worüber man innerhalb weniger Minuten Unterstützung vom EventMobi-Team erhielt.

### Ultimative Anlaufstelle für Informationen für Eventplaner

- Die App als übersichtlicher Begleiter**  
Die MEET GERMANY goes virtual App diente den über 3000 Teilnehmern als zentraler Begleiter während der zweitägigen Veranstaltung. Neben dem Programm und Referentenbiografien verlinkte die App auch auf den Live-Stream und die Ausstellerstände. So konnte man sich gar nicht verirren.
- Live Polls & Q&A**  
Die Frage-und-Antwort-Runde ist oft der beliebteste Teil von Konferenzbeiträgen. Und das gilt sicherlich besonders jetzt, wo Technologieanbieter, Experten für neue, digitale Formate oder Eventseherheit ihr Wissen effizient mit zahlreichen Eventplanern teilen. Das Q&A-Tool der MEET GERMANY goes virtual App ermöglichte es Teilnehmern, anonym und unkompliziert parallel zum Live-Stream in Echtzeit Fragen an Referenten zu richten und interessante Fragen anderer nach oben zu wählen. Der Moderator Marco konnte im Studio vor Ort so erkennen, welche Fragen die Teilnehmer an den Schreibtischen zu Hause am brennendsten interessierten. Live-Umfragen erlauben es Referenten, ein Stimmungsbild einzufangen: Wie bewertet das Publikum die aktuelle Lage, welche Maßnahmen haben sie in ihren Organisationen getroffen? Die Ergebnisse werden als Balken- oder Tortendiagramm in den Markfarben der Veranstaltung in Echtzeit in den Live-Stream eingebunden werden. So wurden die Konferenzbeiträge nicht zur Einbahnstraße und Teilnehmer vor ihren Bildschirmen dazu animiert, regelmäßig ihre Tastatur zu bedienen, um ihre Sichtweise mitzuteilen.
- Diskussionsrunden**  
Wie auch bei Präsenzveranstaltungen ziehen besonders spannende Beiträge mehr Publikumsfragen an, als der Referent in der kurzen Zeit beantworten kann. Was tun mit den interessantesten, aber unbeantworteten Fragen? Die Organisatoren von MEET GERMANY entschlossen sich dazu, für jeden Vortrag eine Diskussionsrunde in der App zu eröffnen. Dorthin wurden unbeantwortete Fragen im Anschluss an den Vortrag übertragen und von den Referenten beantwortet. Dies ermöglichte einen themenspezifischen Austausch unter Teilnehmern und dem Referenten bereits vor, während und nach dem Live-Vortrag und wirkte unterstützend dabei, ein Communitygefühl entstehen zu lassen.



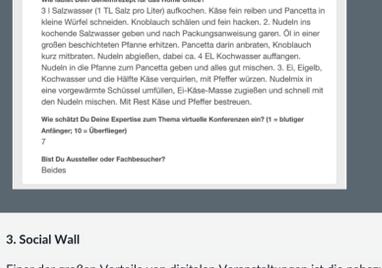
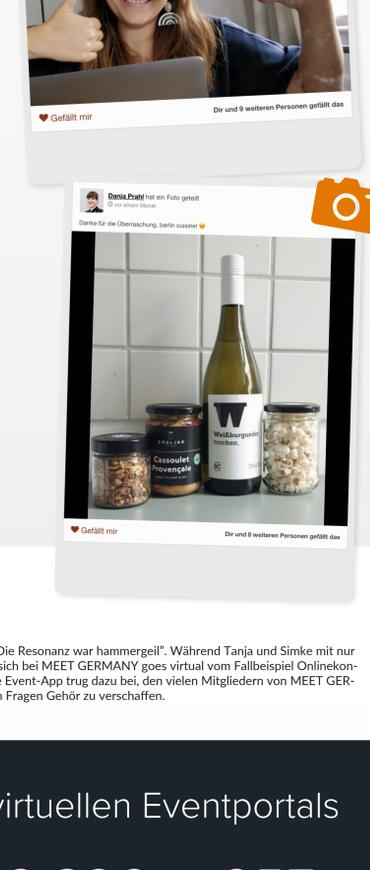
“Besonders die Integration von Q&A und Umfragetool ist gut gelungen.”  
— Teilnehmerfeedback

### Communitygefühl erzeugen – auch in schweren Zeiten

- Netzwerken durch interessante Profile**  
Off sind es die kleinen Ideen, die den größten Effekt haben. Biografie konnten in ihren Profilen nicht nur ihr Foto und Biografie hinterlegen, sondern vorab definierte Felder ausfüllen. So fragten die Organisatoren die Teilnehmer, wie ihr Geheimrezept für das Home Office lautet oder wie sie ihre Expertise zum Thema virtuelle Konferenzen einschätzen. Diese einfache Taktik erlaubte es Teilnehmern, sich ihrer Community anzuschließen und bot so manchen witzigen Eisbrecher an, um via Direktnachricht oder Gruppendiskussion einfacher ins Gespräch zu kommen.

### 2. Home Office Schnapsschuss

Unter dem Motto “Dein Home Office Schnapsschuss” teilen zahlreiche Teilnehmer ihren heimischen Schreibtisch. Von frechen Katzen und Kaffeetassen-Selfies über ungewöhnliche Arbeitsorte (der Bildschirm am Heimtrainer erhielt die meisten Likes!) war alles dabei, und zauberte der MEET GERMANY Community ein Lächeln auf den Mund. Denn die vielen Fotos machten deutlich: wir sitzen alle im selben Boot!



### 3. Social Wall

Einer der großen Vorteile von digitalen Veranstaltungen ist die nahezu grenzenlose Reichweite. Besonders der kostenlose zugängliche Events lässt sich so ein größeres Publikum erreichen, das dann auch dazu animiert werden kann, die Vorfreude und das Erlebte in sozialen Netzwerken zu teilen. Die in der Event-App integrierte Social Wall zeigte die Beiträge mit dem Hashtag #meetgermany von Plattformen wie Instagram und Twitter an einem zentralen Ort an. So wurden Teilnehmer, Sponsoren und Referenten dazu angeregt, für maximale Sichtbarkeit ebenfalls zum Event zu posten und MEET GERMANY goes virtual zum heißesten Thema der Branche zu machen. Zudem sorgte die Social Wall für ein Gefühl von Gemeinschaft, egal von welchem Ort aus gepostet wurde.

## Ergebnisse

Um es in die Worte von Mitorganisator und Moderator Marco zu fassen: “Die Resonanz war hammergeil”. Während Tanja und Simke mit nur 800 Besuchern rechneten, waren es am Ende über 3.300 Eventplaner, die sich bei MEET GERMANY goes virtual vom Fallbeispiel Onlinekonferenz begeistern ließen und brandaktuelle Informationen mitnahmen. Die Event-App trug dazu bei, dem vielen Mitgliedern von MEET GERMANY ein Gesicht und eine Plattform zum Netzwerken zu geben und ihren Fragen Gehör zu verschaffen.

## Nutzungsstatistiken des virtuellen Eventportals

99.986 Seitenaufrufe      1.072 Anmeldungen      2.826 Gesendete Nachrichten      257 Nachrichten in Diskussionsrunden

“Es war schön, in diesen schwierigen Zeiten dennoch eine Plattform zu haben, um sich in Erinnerung zu bringen, im Austausch zu bleiben und Kontakte zu knüpfen”  
— Teilnehmerfeedback

“Virtuell hat absolut seine Daseins-Berechtigung und ergänzt Live ideal”  
— Teilnehmerfeedback

## Was kommt als nächstes für MEET GERMANY?

Für MEET GERMANY war die blitzschnelle Umstellung auf digitale Events ein voller Erfolg. Die ersten Meetups fanden bereits online statt, und Simke plant bereits hoffnungsvoll das Jahr 2021: Sie versteht sich zunehmend gemeinsam mit EventMobi als Partner.