



05.17

# & Stiftung Sponsoring

Das Magazin für Nonprofit-  
Management und -Marketing



## Event: Mehr als schöner Schein

**Rote Seiten:** Die Stiftung von Todes wegen.  
Ein Praxisleitfaden

**Herausgeber:** DSZ – Deutsches Stiftungszentrum GmbH, Erich Steinsdörfer  
Institut für Stiftungsberatung Dr. Mecking & Weger GmbH, Dr. Christoph Mecking  
[www.stiftung-sponsoring.de](http://www.stiftung-sponsoring.de)

**ESV** ERICH  
SCHMIDT  
VERLAG

# Bilder sagen mehr als Worte

## Event-Videos im Stiftungswesen

von Jörg Birkelbach (Frechen-Königsdorf)

Pressekonferenzen, Fach- und Verbandstagungen, aber auch Mitarbeiterveranstaltungen sind Events, die besondere Erlebnisse schaffen und nachhaltig wirksam sein sollen. Die transportierten Botschaften sollen möglichst lange in den Gedanken der Gäste verankert bleiben und das Unternehmensbild nachhaltig geprägt werden, um so z. B. Kunden und Mitarbeiter auf außergewöhnliche Weise zusammenzuführen. Events fördern ferner die Chance zum Dialog und ermöglichen die direkte Ansprache aller Beteiligten. In diesem Sinne reduzieren sie eventuelle Streuverluste und erhöhen durch langanhaltende Erinnerungen die Reichweite und Nachhaltigkeit.

Ein Event gilt in der Regel dann als besonders erfolgreich, wenn man möglichst viele Interessenten dazu bewegen kann, daran teilzunehmen. Um dies zu erreichen, spielen unterschiedliche Faktoren eine Rolle:

- die Themen bzw. der Anlass
- die Qualität der Referenten
- Zeit und Ort
- das Format

Der Werbung im Vorfeld kommt in diesem Kontext ebenfalls große Bedeutung zu. Je intensiver die Werbung, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass eine möglichst hohe Teilnehmeranzahl erreicht werden kann.

### Bewegtbild-Einsatz im Eventbereich als Zukunftstrend

Im Veranstaltungsbereich setzt sich in jüngster Vergangenheit der Trend durch, Events medial zu begleiten. Dabei gibt es graduelle Unterschiede. Die Skala reicht von einer kurzen einfachen Nachberichterstattung per Videoreportage, über ausführliche Videodokumentationen bis hin zum Livestreaming.

Bislang erschienen diese Optionen für viele Veranstalter schon alleine aus Kostengründen undenkbar. Aber die stark gesunkenen Kosten für Videoproduktionen, die technische Verfügbarkeit (Bandbreite, Endgeräte), die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von Videos und das veränderte Nutzerverhalten eröffnen nun zukünftig völlig neue Dimensionen im Eventbereich, die allen Beteiligten viele Vorteile bieten:

#### Vorteile von Videoproduktionen im Eventbereich

Dokumentation

- Generierung von Content
- Image- und Kompetenztransfer Erhöhung/Verlängerung der Reichweite
- Mehrwert für Dozenten und Sponsoren
- Vielfältige Einsatzmöglichkeiten im Web und Social Media

### Argumente für den Einsatz von Videos im Eventbereich

Bleiben die Inhalte und Erlebnisse einer Veranstaltung bislang im Wesentlichen auf den Teilnehmerkreis und den Veranstaltungstag beschränkt, kommen durch den Einsatz von Videos auch Personen in den Genuss eines Events, die z. B. aus zeitlichen Gründen nicht teilnehmen konnten oder gar nichts von der Veranstaltung wussten.

Mit einer Videoreportage lässt sich so der Wirkungsbereich deutlich erhöhen, sowohl was die Anzahl der Interessenten als auch die zeitliche Dimension angeht. Videos können geklickt, geliked, geteilt und per Mail verschickt werden.

Die genaue Abrufzahl und Abspieldauer von Videos kann präzise ermittelt werden, was bei traditionellen Medien nicht ohne Weiteres möglich ist.

### Ein Bild sagt mehr als tausend Worte

Der Einsatz von bewegten Bildern eröffnet darüber hinaus Möglichkeiten, Inhalte der Veranstaltung deutlich emotionaler und auch authentischer zu transportieren, als das geschriebene Wort es zu leisten vermag.

Statements von hochkarätigen, prominenten Rednern und Teilnehmern eines Events, Auszüge von spannenden Podiumsdiskussionen lassen sich zu stimmungsvollen Reportagen zusammenfügen und so den Geist der Veranstaltung und deren bewegenden, einzigartigen Momente in einem stimmungsvollen Video auf den Punkt bringen. Eine gut gemachte Videoreportage kann so positiv auf die Reputation des Events und das Image des Veranstalters wirken.

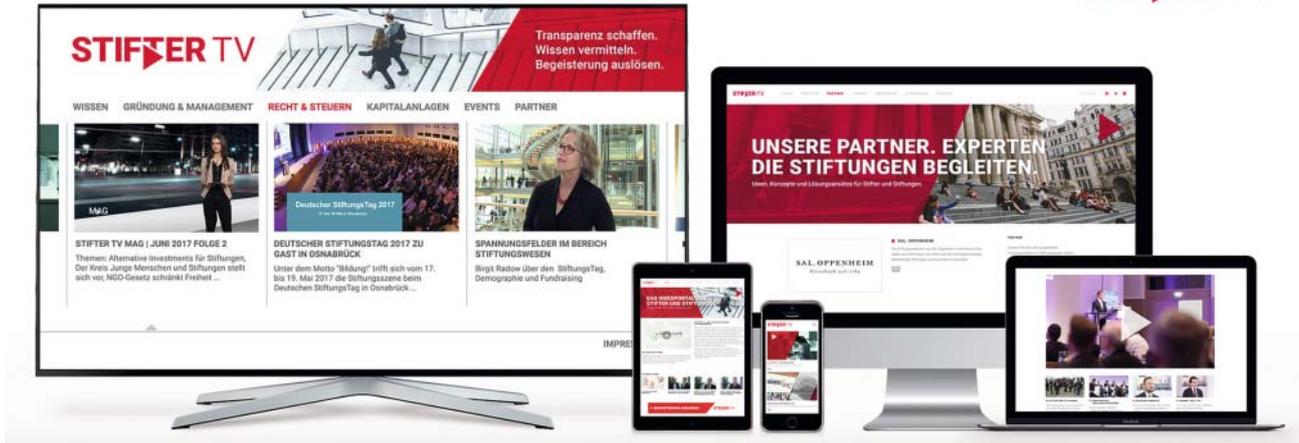
Auch Referenten nehmen gerne die Möglichkeit wahr, ihre eigene Reputation durch den Auftritt in einem Veranstaltungsvideo zu erhöhen.

### Mehrwert für Referenten und Sponsoren

Professionell organisierte Veranstaltungen kosten viel Geld. Neben dem Aufwand für die Konzeption und Planung fallen Kosten für Raummiete, Veranstaltungstechnik, Werbung, Catering und ggf. Honorare und Reisespesen für Referenten an. Passen da noch die Kosten für eine professionelle Videoproduktion ins Budget?

Bei größeren Events werden gerne Sponsoren eingeworben, die sich an den Kosten beteiligen und im Gegenzug werblich präsentieren dürfen. Bislang beschränken sich diese Werbemöglichkeiten für Sponsoren auf klassische Dinge, wie der Darstellung des Logos auf Flyern, Webseiten, Roll-Ups oder Ähnlichem. Der Wirkungsgrad dieser Werbemittel ist überschaubar und bleibt im Wesentlichen beschränkt auf die Teilnehmer und den Zeitpunkt des Events.

Der Einsatz von Videos eröffnet Veranstaltern zukünftig die Möglichkeit, Sponsoren deutlich bessere Werbe-



möglichkeiten und damit einen höheren Mehrwert zu bieten. Sponsoren könnten sich z. B. in einem fachlich motivierten Videointerview als Kompetenzpartner präsentieren, was traditionellen Werbeformen deutlich überlegen ist. Dieses Video – aufgezeichnet im redaktionellen Umfeld eines Events – hat überdies einen hohen Imagewert für den Sponsoren, wenn es auf dessen eigener Webseite eingesetzt werden kann. Die präzise statistische Messbarkeit von Videoinhalten ist ein weiteres Argument, um Sponsoren für ein Engagement zu überzeugen.

### Nach der Veranstaltung ist vor der Veranstaltung

Vor allem wiederkehrende Veranstaltungsreihen müssen sich regelmäßig um möglichst viele Teilnehmer bemühen und tun dies mit traditionellen Mitteln via Direct Mailings und der Schaltung von Anzeigen per Print oder Online. Aus einer Videoreportage, die primär der Dokumentation und als Nachbericht der aktuellen Veranstaltung dient, lässt sich mit überschaubarem Aufwand ein Vorbericht für die kommende Veranstaltung gestalten. Im Wettbewerb um die Aufmerksamkeit des Betrachters liegen Videos deutlich vor den traditionellen Werbemedien; gleiches gilt für die Auffindbarkeit von Videoinhalten im Suchmaschinenmarketing (SEO).

### Video ist nicht gleich Video

Entscheidet man sich für den Einsatz von Videotechnologie im Rahmen eines Events, sind neben der Budgetfrage eine Reihe weiterer Dinge zu beachten, um einen größtmöglichen Erfolg zu gewährleisten:

Die Qualität der Videoproduktion steht im engen Kontext zum Gesamtauftritt des Veranstalters. Bei der Auswahl des Videoteams sollte man deshalb auf dessen Erfahrungen speziell im Eventbereich, auch hinsichtlich Zuverlässigkeit, Diskretion und Vertraulichkeit achten. Neben der technischen Versiertheit (Bild, Licht und Ton) verfügt das Videoteam im Idealfall auch über inhaltliche Kompetenz, insb. dann, wenn Fachinterviews oder O-Töne aufgezeichnet werden sollen. Die redaktionelle Kompetenz hilft auch im späteren Schnitt und trägt dazu bei, dass der Veranstalter entlastet wird und zeitnah mit dem Ergebnis arbeiten kann.

Bei der Videoproduktion gilt es auch eine Vielzahl rechtlicher Details zu beachten, die im Vorfeld zu klären

sind: hier geht es insb. um Persönlichkeitsrechte von Teilnehmern, mitunter auch von Rednern. Teilnehmer sollten im Vorfeld über die Aufzeichnung informiert werden. Die Referenten sollte man fragen, ob der Mitschnitt ihres Vortrags erwünscht bzw. erlaubt ist und klären, ob und wie das Material später genutzt werden darf, v. a. dann, wenn es sich dabei um Experten handelt, die den strengen Regeln der Corporate Governance unterliegen.

Im Vorfeld sollte man sich bereits Gedanken über die genauen Formate machen. Schneidet man einen kompletten Vortrag bzw. eine Veranstaltung mit? Oder führt man anstatt dessen lieber Kurzinterviews mit Referenten?

### Kurz & knapp

Es gibt viele Gründe, ein Event mit Videos zu begleiten. Selbst wenn man sich dafür entscheidet ein Event live zu streamen, bedeutet dies nicht, dass physikalische Events zunehmend unwichtiger wären. Ganz im Gegenteil, der persönliche Kontakt auf Events bleibt weiterhin ein wichtiger Aspekt beim Netzwerken. Der zusätzliche Einsatz von Videoreportagen im Eventbereich bringt aber eine Vielzahl an Vorteilen mit sich. Mit Blick auf die Kosten-Nutzen-Relation empfiehlt es sich, diese zukünftig fest in die Organisation mit einzubeziehen. Sie erhöhen und verlängern die Reichweite signifikant, bieten vielfältige Nutzungsmöglichkeiten und dürften die Sponsorensuche erleichtern. ■

### Zum Thema

im Internet  
[www.stifter-tv.com](http://www.stifter-tv.com)

### in Stiftung&Sponsoring

Rehländer, Jens: Wie Stiftungen vom Web 2.0 profitieren. Eine Anleitung zum Verständnis und Nutzen sozialer Netzwerke, S&S RS 4/2013, [www.susdigital.de/SuS.04.2013.052](http://www.susdigital.de/SuS.04.2013.052)



**Jörg Birkelbach**, Geschäftsführender Gesellschafter der FinanzplanerTV GmbH, produziert u. a. den Spartenkanal Stifter-TV.com und unterstützt seit Jahren nationale und internationale Events bei der Videoproduktion.  
[birkelbach@finanzplaner-tv.de](mailto:birkelbach@finanzplaner-tv.de)

[www.stifter-tv.com](http://www.stifter-tv.com)