I HAVE A STREAM!

SIEBEN PRAKTISCHE LEITGEDANKEN FÜR DIE ERFOLGREICHE KONZEPTION, PRODUKTION UND REALISIERUNG DIGITALER EVENTS

rate5.me
Kundenstimmen
Cristián Gálvez
Training & Coaching
★★★★★
„Sehr empfehlenswert"
5,0 von 5,0 aus 61 Bewertungen

rate5.me
Kundenstimmen
Cristián Gálvez
Vorträge & Moderationen
★★★★★
„Sehr empfehlenswert"
5,0 von 5,0 aus 106 Bewertungen

CRISTIÁN GÁLVEZ
SCHAFFT WIRKUNG®

PROLOG

Die weltweite Corona-Pandemie führt zu einer Veränderung des klassischen Event-Geschäfts. Die Live-Kommunikation wird noch zielgruppenspezifischer, und Liebgewonnenes aus der alten Welt wird virtualisiert. *Hybride* und *digitale Events* sind in vielerlei Hinsicht sogar effizienter als die klassische Live-Kommunikation. Hinzu kommt der Faktor Klimaneutralität, der in unserer Gesellschaft mehr und mehr an Bedeutung gewinnt.

Klar ist auch, dass nicht jedes klassische Live-Event ersetzbar ist. Doch ein großer Teil des Budgets verlagert sich durch die aktuelle Situation ins Netz – und findet dort für immer einen festen Platz. Die neue Realität der Event-Branche ist deshalb auch mehr und mehr digital.

Sie kennen mich vielleicht als Moderator unzähliger Corporate-Events oder als Autor und Redner zu den Themen *Persönlichkeit*, *Motivation* und *Veränderung*. In den letzten Jahren durfte ich aber auch für namhafte Unternehmen (u.a. *ProSiebenSAT.1*) digitale Trainingsprogramme entwickeln. Meine eigenen Online-Trainings (*www.7Minutes-Methode.de* und *www.richtig-selbstbewusst.de*) haben bereits über 2.000 Teilnehmer absolviert. Zudem habe ich in der Vergangenheit neben meiner TV-Tätigkeit jahrelang das Unternehmensfernsehen für eine große deutsche Warenhauskette moderiert. Diese vielfältigen Erfahrungen helfen mir heute bei der Moderation und Entwicklung neuer digitaler Live-Formate.

Mit diesem Paper teile ich meine wichtigsten Leitgedanken mit Ihnen. Denn ich bin zutiefst davon überzeugt, dass wir gerade jetzt voneinander und miteinander lernen können. Es freut mich, wenn Ihnen meine Erfahrungen bei der Konzeption, Planung und Umsetzung Ihrer digitalen Live-Events hilfreich sind.

Gerne können Sie mich und mein kleines Team jederzeit persönlich ansprechen. Auch in Zukunft halte ich mit Freude bei Ihren Veranstaltungen meinen Kopf für Sie hin – vor und hinter der Bühne.

Lassen Sie uns auch mit Abstand in guter Verbindung bleiben!

Herzliche Grüße

Cristián Gálvez
cg@galvez.de

INHALT

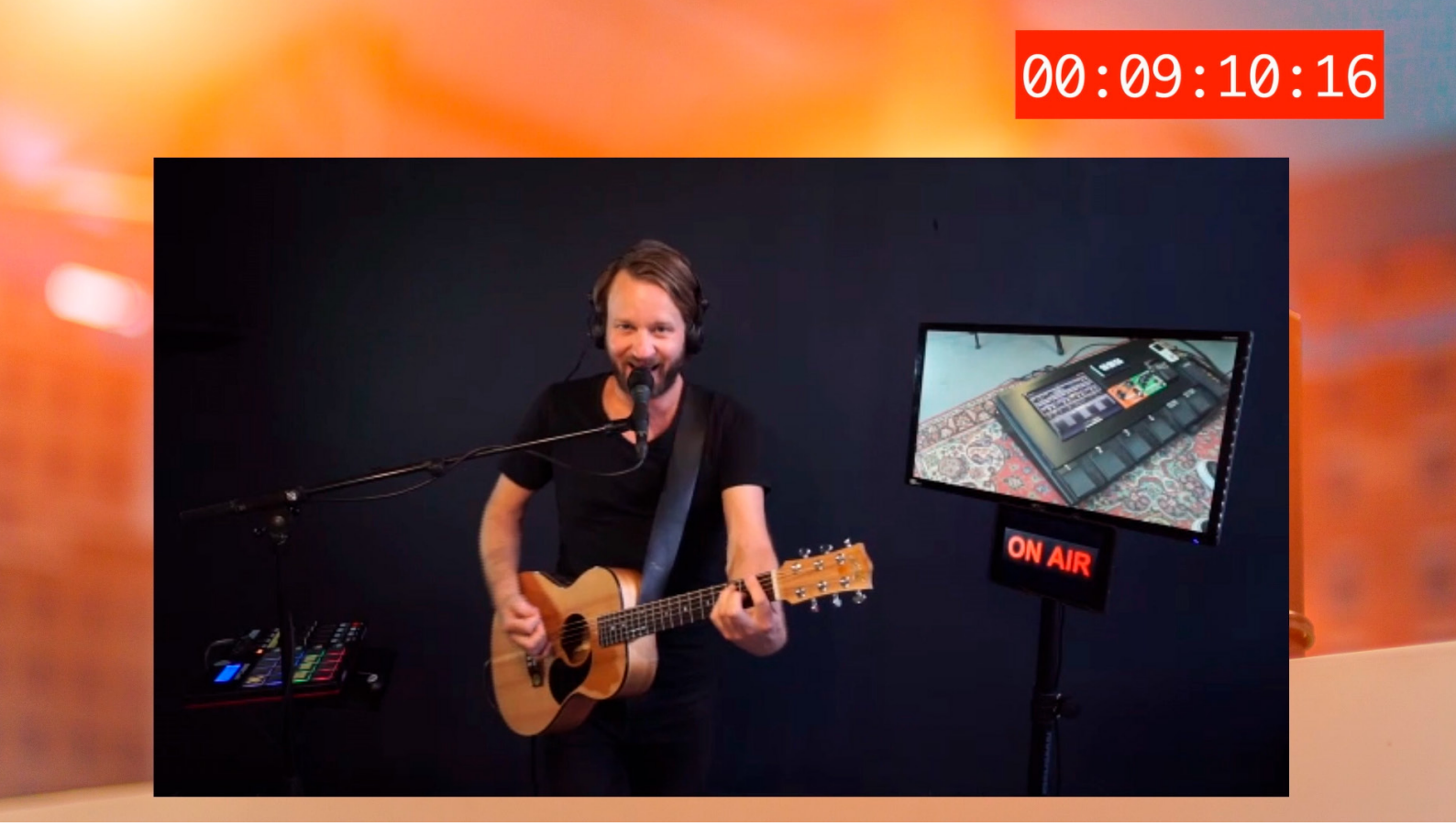
Prolog

1. **DAS** ONLINE-EVENT **BEGINNT VOR DEM** ONLINE-EVENT.
2. ONLINE-EVENTS **SIND KEIN FERNSEHEN.**
3. **GUTE** ONLINE-EVENTS **SIND WIE EISBERGE.**
4. LIVE **BEDEUTET NICHT IMMER** LIVE.
5. **DIE RICHTIGEN** INTERAKTIONEN **SORGEN FÜR BINDUNG.**
6. **BLEIBEN SIE** REIZ**-VOLL.**
7. **COACHING FÜR MEHR** WIRKUNG **VON MENSCH ZU MENSCH.**

Wer ist Cristián Gálvez?

Service

Kontakt



1. DAS ONLINE-EVENT BEGINNT VOR DEM ONLINE-EVENT.

Priming bezeichnet in der Psychologie die Aktivierung implizierter Gedächtnisinhalte. Diese unbewusste Aktivierung hat wiederum zur Folge, dass die Verarbeitung nachfolgender Reize beeinflusst wird. Ein digitales Event ist ein solcher nachfolgender Reiz, der bereits im Vorfeld durch entsprechende Maßnahmen geprimed werden kann.

Die gezielte Aktivierung beginnt bereits in der Vorkommunikation. Das kann beispielsweise eine kurze persönliche Videobotschaft des Hauptredners nach der Anmeldung, eine automatisierte E-Mail-Serie oder auch ein vorab versendetes Überraschungspaket mit Pausensnacks und erstem Content sein.

Das wertvollste Priming findet jedoch wenige Minuten vor dem eigentlichen Live-Event statt. Die Psychologie spricht in diesem Zusammenhang vom ***affektiven Priming***. Hier findet die neuronale Bespielung statt, die vor dem eigentlichen Start für gute Gefühle sorgt und die Wahrnehmung der Zuschauer beeinflusst.

Beispiele:

- *Videos und Bilder der letzten Präsenz-Konferenz*
- *Aktivierender Countdown mit überraschenden Inhalten*
- *Live-Musik / Couch-Konzert*
- *Zusammenschnitt von zuvor eingereichten (Smartphone-)Videostatements mit Ideen, Gedanken und Wünschen zu dem Online-Event*
- *u.v.m.*

PRAXISTIPP:

Auf vielen technischen Plattformen ist der Play-Button eine Herausforderung. Dieser muss aktiv gedrückt werden, um in den Stream zu kommen. Oftmals wird dieser erst pünktlich zum Event-Start aktiviert. Das führt dazu, dass nicht alle Teilnehmer vom ersten Moment an mit dabei sind. Auch deshalb lohnt sich eine aktivierende Vorsequenz.

Wie können wir im Vorfeld die Wahrnehmungsbrille und die Gefühle der Teilnehmer positiv aktivieren?

2. ONLINE-EVENTS **SIND KEIN FERNSEHEN.**

Die durchschnittliche tägliche Fernsehnutzung in Deutschland liegt laut *STATISTA* bei 211 Minuten. Die *ARD/ZDF-Langzeitstudie Massenkommunikation* gilt als repräsentative Intermediastudie, die das Medienverhalten der deutschen Bevölkerung analysiert. Es wundert nicht, dass als Top-Nutzungsmotive der Studie *Spaß, Entspannung und Ablenkung* genannt werden. Fernsehen ist ein **Konsummedium**. Deshalb verwundert es auch nicht, dass laut zahlreichen Studien selbst bei einer *Tagesschau* die Erinnerungsleistung an die dargebotenen Informationen eher als bescheiden einzuordnen ist.

Wer digitale Events wie ein Fernsehformat plant, der muss sich nicht wundern, dass die Zuschauer in den *Tagesschau*-Modus verfallen und innerlich abschalten. Fernsehen und digitale Events folgen unterschiedlichen Gesetzmäßigkeiten. Digitale Events sollen informieren, begeistern und im besten Fall auch emotional etwas bewegen.

Deshalb lautet die klare Empfehlung: Befreien Sie sich von dem Gedanken, Fernsehen spielen zu wollen. Das gelingt Ihnen ohnehin nicht. Denn gut gemachte Formate wie *Maischberger*, *Stern-TV*, *Let's dance* oder *Exklusiv* haben mit ihrer Bildersprache die Messlatte für TV-Sehgewohnheiten geprägt. Da kommt die Event-Branche realistischerweise nur mit sehr viel Aufwand dran.

Radio ist nicht Fernsehen. Fernsehen ist nicht Bühne. Und Bühne ist nicht Online. Das digitale Event ist ein eigenes Format. Hier stehen die (gefühlte) Interaktion, das Gemeinschaftserlebnis und der Informationsaustausch mit einer spitzen Zielgruppe im Mittelpunkt einer virtuellen Kommunikation.

Produzieren wir ein Konsumformat oder schaffen wir ein Erlebnis mit (gefühlter) Interaktion?

3. GUTE ONLINE-EVENTS SIND WIE EISBERGE – IHRE ZUSCHAUER SEHEN NUR DIE SPITZE.

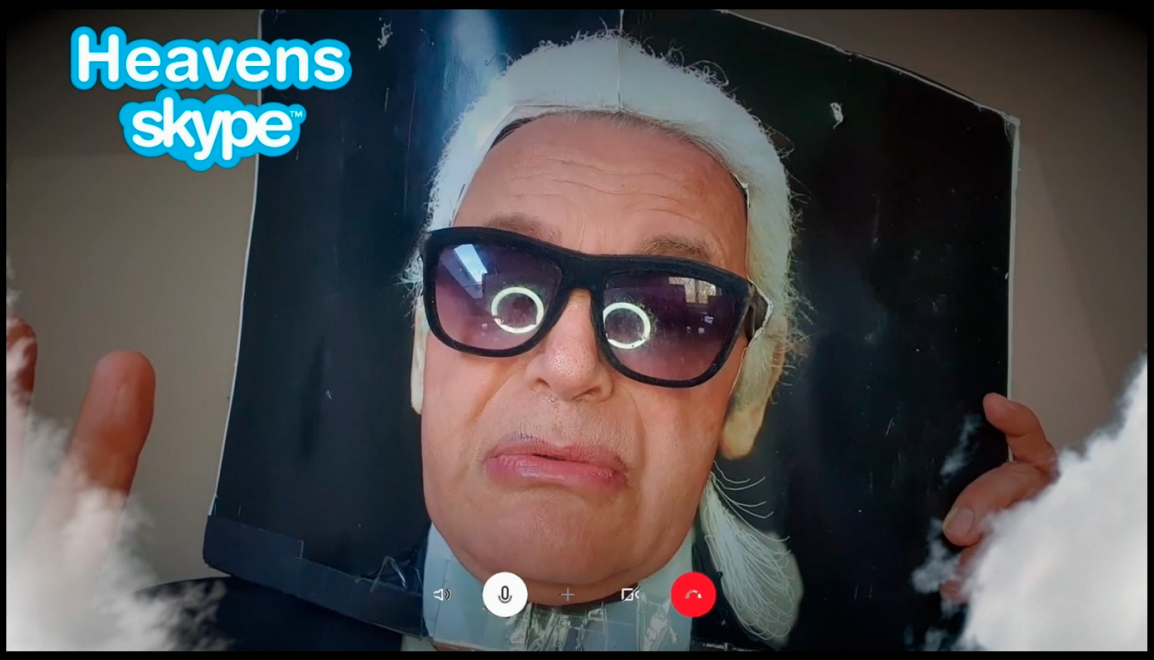
Auf YouTube erklärt ein Vater, wie er die Pop-up-Strandmuschel des Warendiscounters ALDI zusammenfaltet. Der einfach produzierte, dreiminütige Clip hat über 2 Millionen Aufrufe und erfreut sich bester Bewertungen. Verzweifelte Väter und Mütter aus ganz Deutschland finden hier die Antwort auf ihre **drängendste Frage**: Wie falte ich das Ding wieder zusammen?

Wer mit seinem Online-Event die wirklich wichtigen Fragen seiner Zielgruppe beantwortet, der wird auch gesehen. Egal wie gut oder schlecht das Format ist. **Content ist und bleibt King.** Vor allem online.

Deshalb leben gute Online-Events von der Reduktion. Langweilen Sie nicht mit dem Bekannten. Gerade online geht es darum, sich auf das wirklich Neue zu beschränken. In Anlehnung an den guten alten Steve Jobs möchte man sagen: Lassen Sie das Überflüssige weg.

Helfen Sie Ihren Gästen beim Mitdenken. Ernest Hemingway sagte einmal: „*Eine gute Story ist wie ein Eisberg. Der größte Teil ist unter Wasser.*" Hemingway schaffte es, eine ganze Geschichte in nur einem Satz auf einen Bierdeckel zu schreiben: „*For sale, baby shoes, never worn.*" Was ist bloß mit dem Kind passiert, für das diese Schuhe einmal gekauft wurden? Sechs Wörter, die sofort unterschiedliche Handlungsstränge im Kopf entstehen lassen. Aktivieren Sie das Kopfkino. Machen Sie es kurz. Machen Sie es kraftvoll.

Wo kann ich reduzieren und aus Sicht meiner Zielgruppe den wirklich wichtigen Content liefern, der das Kopfkino aktiviert?



4. LIVE BEDEUTET NICHT IMMER LIVE.

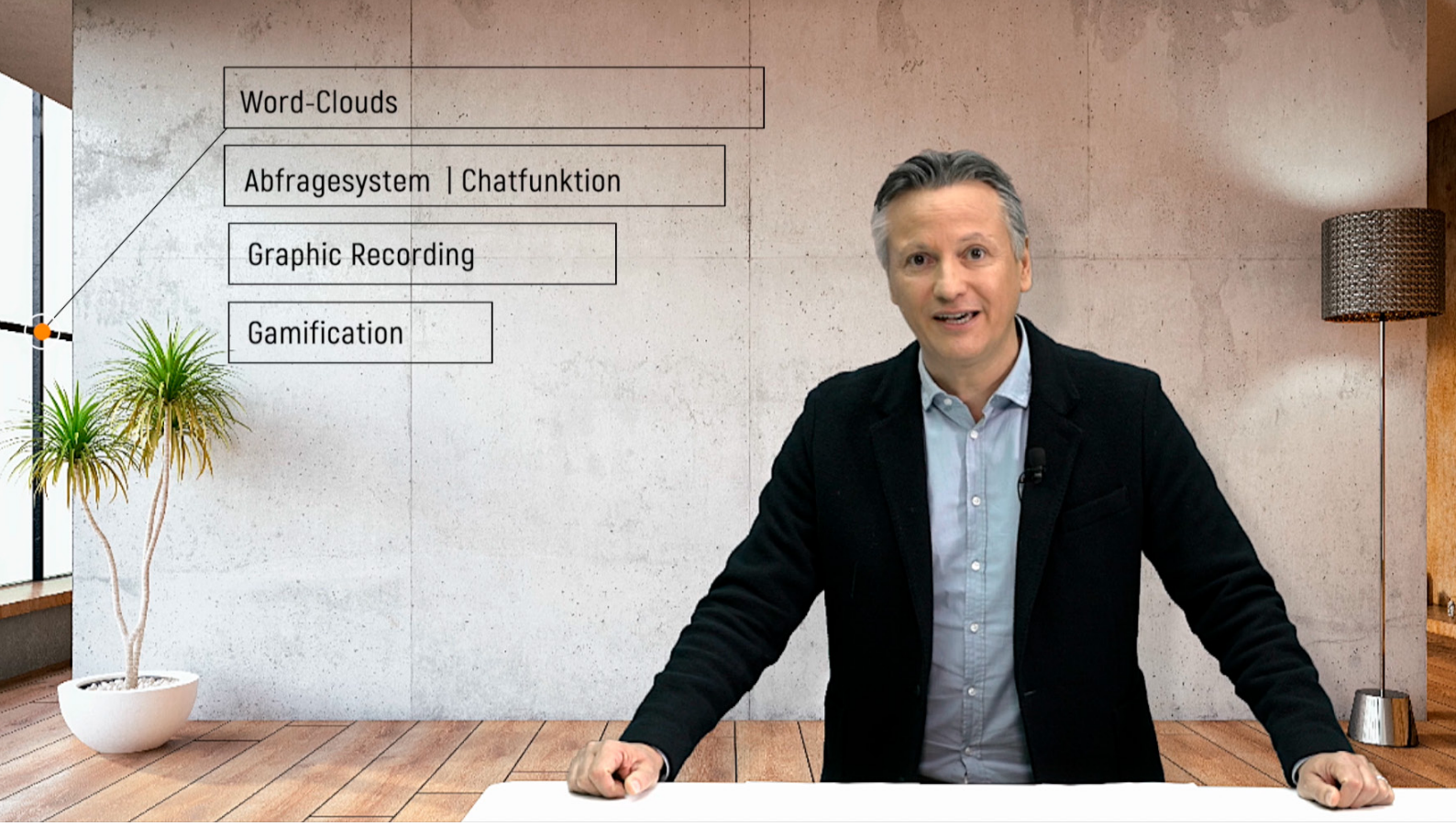
Die CISCO LIVE gilt mit über 30.000 Gästen als eines der weltweit größten Events für Netzwerkspezialisten. Im Juni 2020 fand die CISCO LIVE aufgrund der weltweiten Corona-Pandemie zum ersten Mal als rein virtuelles Event statt. An zwei Tagen statt der üblichen vier Tage gab es auf vier Kanälen insgesamt 42 Stunden digitale Konferenz.

Alle Präsentationen und Keynotes wurden vorab aufgezeichnet. Nur die Moderation war live. Dennoch wurde über die gesamte Konferenz der Eindruck vermittelt, dass es sich bei allen Beiträgen um Live-Präsentationen handelte.

Vielfach wird gangenommen, dass bei einem digitalen Live-Event unbedingt alles live sein muss. Tatsächlich kommt es eher auf die **Mischung** und die **Anmutung** der Beiträge an. Zudem verpflichtet die Vorproduktion die Redner*innen, ihren Content vorab auf den Punkt zu bringen. Gleichzeitig werden **mögliche technische Probleme** einer Live-Situation umgangen.

Gerade hier kommt der zentralen **Moderation eine besonders wichtige Rolle** zu, denn diese sollte immer live sein. Durch die Art und Weise der Kommunikation entsteht so die **Illusion** eines vollständigen **Echtzeit-Events**.

Welche Beiträge kann ich im Vorfeld aufnehmen? Wie kann ich aufgezeichnete Formate mit Live-Formaten verbinden, um für den Betrachter ein Echtzeiterlebnis zu inszenieren?



5. DIE RICHTIGEN INTERAKTIONEN SORGEN FÜR BINDUNG.

Eines der größten menschlichen Bedürfnisse ist Bindung. Klassische Events verbinden Mitarbeiter, Kunden oder Geschäftspartner in einem gemeinsamen (Erlebnis-)Raum.

Gerade deshalb gilt es bei der Produktion von Online-Events, den Teilnehmern ein **Gemeinschaftsgefühl** zu vermitteln und sie durch Interaktionen zu einem **Teil der Veranstaltung** werden zu lassen.

Interaktion sorgt für Bindung. Hierzu gibt es zahlreiche technische Möglichkeiten.

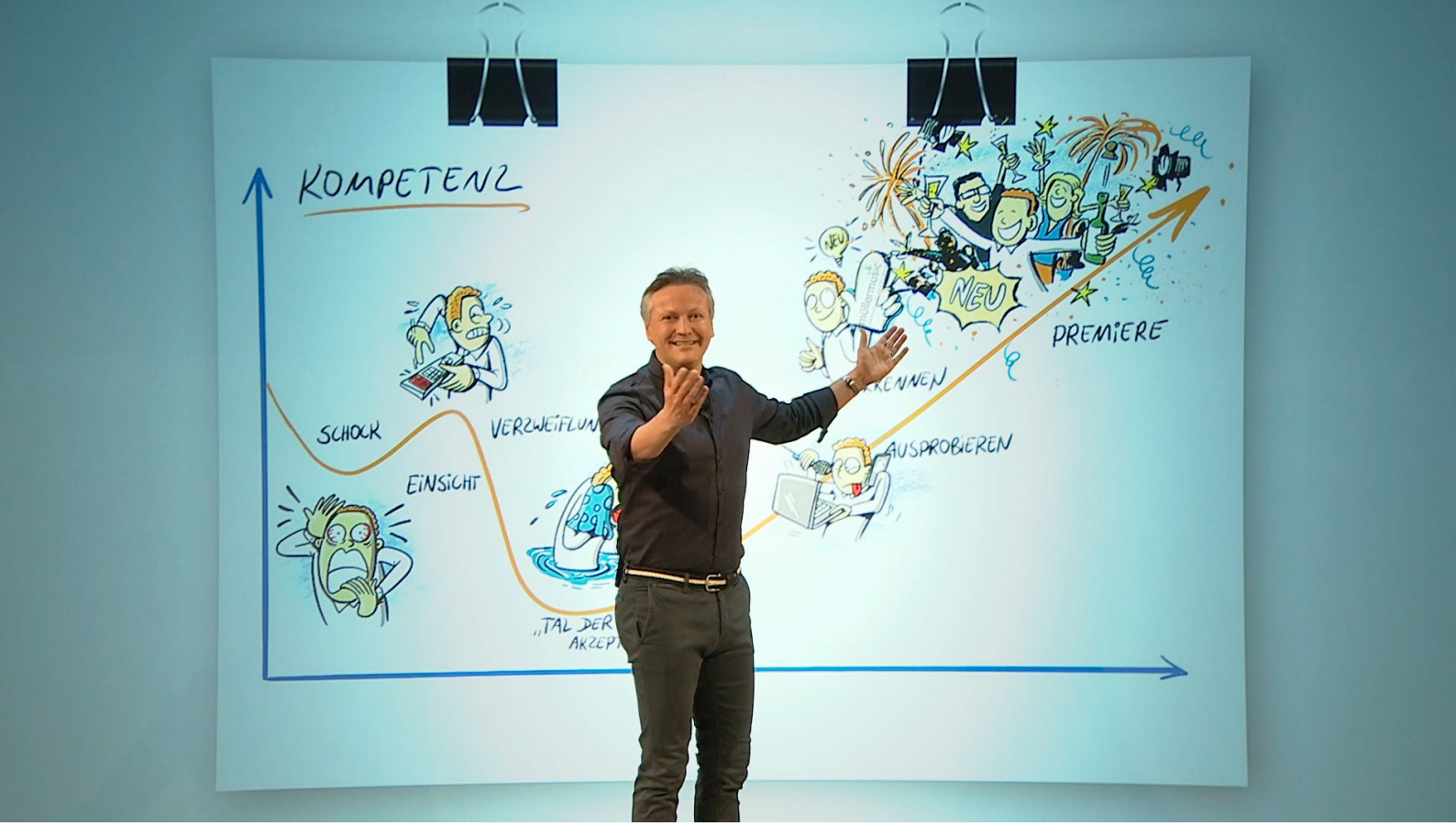
Ein **offener Chat** aktiviert das Gemeinschaftsgefühl, weil der Zuschauer sieht, dass er nicht allein im Raum ist. Ein **Redaktionssystem** bietet die Möglichkeit, sich mit Fragen aktiv zu beteiligen. **Umfragen** erzeugen einen weiteren Live-Charakter, der das Echtzeiterlebnis unterstreicht. **Word-Clouds** spiegeln ein Stimmungsbild der Gruppe wider. Ein **Quiz** nutzt die Möglichkeiten, mit **Gamification** einen spielerischen Moment zu schaffen.

Sorgen Sie bei allen Interaktionen dafür, dass nach Möglichkeit der Bildschirm nicht verlassen wird. Die Chatfunktion sollte optimalerweise am **rechten Bildschirmrand** angebracht und auch **ausstellbar** sein.

Sollten Sie klassische Eventtools wie z.B. *www.mentimeter.com* oder *www.sli.do* nutzen, sorgen Sie unbedingt dafür, dass die jeweilige App bereits im Vorfeld auf dem Smartphone installiert ist.

Achten Sie bei der Moderation unbedingt auf einen aktivierenden Grundton und Sprachmuster, die ein Gefühl von Gemeinschaft erzeugen.

Wie können wir durch Interaktionen für eine stärkere Bindung sorgen?



6. BLEIBEN SIE REIZ-VOLL.

Digitale Live-Erlebnisse leben von reizvoller Kommunikation. Gerade vor einem Computermonitor sind Menschen es gewohnt, sich durch die Programme und die zahlreichen Online-Angebote zu klicken. Die **Aufmerksamkeitsspanne** ist gerade auf diesem Kanal besonders **gering**.

Arbeiten Sie daher mit allen Reizen, die für Aktivierung sorgen. **Videotrenner**, **kurze Einspieler**, **Bauchbinden** und **Musik** gehören zur Grundausstattung eines erfolgreichen Online-Events.

Kernbotschaften können durch **Inserts/Lower Thirds** eine zweite reizvolle Ebene aufmachen und **verdichten** gleichzeitig die **Botschaft** des Redners. **Zusätzliche Infofenster** auf der Benutzeroberfläche **(Pling-Funktion)** verstärken die Aufmerksamkeit. **Wechselnde Bildformate** bei Live-Schalten sorgen aus Sicht der Zuschauer für Lebendigkeit auf dem Monitor. **PIP** (Picture in Picture) bietet die Einbindung einer zweiten Bildebene, z.B. für PowerPoint.

Besonders stark wirken **wechselnde Hintergründe**, weil sie gerade bei längeren Konferenzen für den entsprechenden Rahmen einer Botschaft sorgen. Dazu benötigen Sie entweder eine wirklich **gute Greenbox** oder eine **Rückprojektion**. Insbesondere bei längeren Konferenzen lohnt sich hier das Investment für eine Rückprojektion.

Eine **zweite Kamera** sorgt für **mehr Lebendigkeit** durch immer neue Bilder und bietet zudem die Möglichkeit, Schnitte zur Verdichtung der Inhalte zu nutzen. Vor allem für **Interviewsituationen** empfiehlt sich das Investment.

Auch die Einbindung von **Künstlern**, die „online" können, bietet zahlreiche Möglichkeiten, aktivierende Momente zu setzen.

Welche Möglichkeiten kann ich wie nutzen, um immer wieder neue Reize zu setzen? Wie können diese Reize die Botschaft des Redners verstärken?

7. COACHING FÜR MEHR WIRKUNG VON MENSCH ZU MENSCH.

Menschen sind Schwingungswesen. Auch ein digitales Event ist ein Face-to-Face-Erlebnis. Im Mittelpunkt steht die Begegnung von Mensch zu Mensch. Sonst könnten Sie auch ein Produktblatt verschicken.

Während sich die meisten Redner*innen schon auf einer klassischen Event-Bühne wie auf der Klippe ihrer Komfortzone fühlen, geraten sie im Online-Setting oftmals in den freien Fall. Alles ist neu.

Denn der Blick durch eine Kameralinse ohne jede Form von Feedback entspricht nicht der Alltagssituation von Produktexperten, Marketingverantwortlichen und Finanzvorständen. Doch gerade die **Kamera** zeigt sich hier ganz besonders gnadenlos und spiegelt den **Mangel an Souveränität** direkt auf den Computermonitor der Zielgruppe.

Die herausragendsten Experten verblassen oftmals in Online-Formaten. Gutes Coaching ist eine komplexe Angelegenheit: Es beginnt beim **Inhalt** und führt über die **Sprachmuster** gelingender Online-Kommunikation bis hin zur Stärkung von **Persönlichkeit** und **Wirkung** vor der Kamera.

Lassen Sie Ihre herausragenden Köpfe auch herausragend wirken! Das Investment für ein professionelles Coaching liegt deutlich unter dem Investment für ein gutes Streaming. Doch für den Erfolg eines digitalen Events ist gerade die Persönlichkeit und Wirkung Ihrer wichtigsten Protagonisten von entscheidender Bedeutung.

Welcher meiner Protagonisten braucht einen guten Coach?

WER IST CRISTIÁN GÁLVEZ?

Cristián Gálvez hat als Moderator und Redner in über 6.000 Live-Präsentationen Menschen bewegt und begeistert. Seine Referenzen lesen sich wie das *Who-is-Who* der Unternehmenswelt.

Gálvez studierte BWL und Wirtschaftspsychologie in Deutschland und den USA. Nach seinem Studium verbrachte er weitere 18 Monate in Los Angeles und erforschte die Wirkungsmuster der Traumfabrik. Nach seiner Rückkehr moderierte er u.a. den *Vorabend im Ersten* und das Unternehmensfernsehen der *Galeria Kaufhof AG*. Zahlreiche psychologisch geprägte Weiterbildungen runden seine Expertise ab.

Der Autor erfolgreicher Ratgeber entwickelt zudem digitale Lernprogramme und coacht Top-Executives namhafter Unternehmen in Auftritt und Wirkung.

Der Fernsehsender SAT.1 nennt ihn *„Deutschlands führenden Persönlichkeitstrainer"*. 2018 wurde er von der Rhetorikakademie Tübingen mit der Auszeichnung *Speaker des Jahres* geehrt. Cristián Gálvez hat zahlreiche Online-Formate moderiert und mit seiner Erfahrung konzeptionell begleitet.

Möglichkeiten der Zusammenarbeit im Rahmen digitaler Live-Formate:

- *Moderation*
- *Konzeption/Beratung*
- *Unterstützung bei der Auswahl des passenden Studiopartners*
- *Entwicklung digitaler Lerninhalte*
- *Content-Coaching*
- *Medientraining*

REFERENZEN

„Cristián hat unsere Managementkonferenz nicht nur moderiert, er hat die Teilnehmer im besten Wortsinn hindurchgeführt. Sowohl seine Methodenkompetenz, aber vor allem auch seine wertschätzende Art haben dazu beigetragen, ein offenes Diskussionsklima zu schaffen.
Durch seine inhaltlichen Impulse hat er wertvolle Denkanstöße gegeben, ohne dabei zu belehren. Schon in der Vorbereitung der Veranstaltung war uns der fachliche Austausch eine große Hilfe, unser Vertrauen in Cristián wurde mit einer für uns herausragenden Managementkonferenz belohnt. Jederzeit mit dem größten Vergnügen wieder!"
Anne Katrin Wieser, MAN Truck & Bus AG, Head of Internal Communications

„Cristián Gálvez gehört für mich zur A-Liga der Speaker, Persönlichkeits- und Team-Trainer. Er verfügt über ein umfängliches Fachwissen, das er auf wertschätzende, und mehr noch, liebenswürdige Art und Weise vermittelt, so dass die Adressaten es sehr gut annehmen können. Seine Kundenorientierung ist herausragend. Er vermag die Bedürfnisse und die jeweilige Unternehmenskultur zu erkennen, bezieht sie in seine Überlegungen ein und macht sehr gute Vorschläge. Mein Fazit: ein wunderbarer Mensch mit ausgeprägter Kundenorientierung."
Dr. Linda Dahm, Stuttgarter Lebensversicherung a.G., Leiterin Marketing

„Charismatisch, authentisch und absolut mitreißend! Cristián Gálvez hat auf unserem 300-Mann-Führungskräfte-Event die Energie seiner eigenen Persönlichkeit auf sein Publikum übertragen. Wir freuen uns schon aufs nächste Mal!"
Juliane Landgraf, Daimler AG, Supply Chain Management, SC Steuerung & Kommunikation

„Die Vorträge und Moderationen von Cristián Gálvez bestechen durch Klarheit, Spontanität und Humor. Sie transportieren zentrale Botschaften im Rahmen von Konferenzen & Events, sind aber gleichzeitig unterhaltend und kurzweilig. Kurzum: eine ‚sichere Bank' für jeden Veranstalter!"
Erik Bertenrath, Deutsche Bank AG, PBC Banking Services,
Director / Head of Change & Communication

„Höchst professionelles Auftreten, Vorbereitung und Einarbeitung in die Materie und die Bedürfnisse der Gruppe. Wir haben die Zusammenarbeit sehr genossen."
Sanela Smailhodzic, ProSiebenSat.1 Licensing GmbH, München

„Inspirierend, motivierend und auf den Punkt! Unser Team war ausnahmslos begeistert und unfassbar angetan von Cristiáns empathischem, gehaltvollem und zugleich humorvollem Vortrag."
Anica Strucks, Henkel AG & Co. KGaA, Head of Authentic Beauty Concept DACH

„Wir haben bereits einige Erfahrung mit anderen Moderatoren sammeln können, aber Cristián ist hier besonders hervorzuheben. Er hat sich innerhalb kürzester Zeit tief in die doch sehr komplexe Thematik einfinden können, was absolut respektabel und nicht selbstverständlich ist … Absolute Empfehlung."
Katharina Emmel, Director Commercial Excellence, Santis im Auftrag von AstraZeneca

SERVICE

Sie möchten Ihrem Umfeld konkrete Anwendungsbeispiele für die Möglichkeiten von Online-Events zeigen? Gerne übersenden wir Ihnen für Ihre Präsentationen kurze Ausschnitte, die eine mögliche visuelle Umsetzung verdeutlichen.

Kreuzen Sie einfach an, mit welchen konkreten Anwendungsbeispielen wir Sie für die Planung Ihres Online-Events unterstützen können.

Faxen oder mailen Sie diese Seite an das Büro Cristián Gálvez.

- ☐ **Kompletter Zusammenschnitt Live-Showcase**
- ☐ **Erklärvideo Möglichkeiten der Greenbox**
- ☐ **Intro/Countdown mit Live-Musik**
- ☐ **Live-Interview mit wechselnden Screens für mehr Dynamik**
- ☐ **Wirkung von wechselnden Hintergründen**
- ☐ **Qualitätsunterschied Rückprojektion versus Greenbox**
- ☐ **Welche Möglichkeiten bietet eine Greenbox?**
- ☐ **Die Wirkung von Trennern für mehr Dynamik**
- ☐ **Eine oder zwei Kameras? Hier sehen Sie die Wirkung**
- ☐ **Auflösung Interview mit Studiogast und zwei Kameras**
- ☐ **Frontend: Was sehen die Zuschauer?**
- ☐ **Pop-up-Studio: Wie könnte eine kleine Studiolösung aussehen?**
- ☐ **Servicebeitrag mit Trainingsinhalten**

© Cristián Gálvez. Alle Rechte vorbehalten.
Die Inhalte dürfen – auch auszugsweise – nur mit Genehmigung des Autors wiedergegeben werden.

CRISTIÁN GÁLVEZ
SCHAFFT WIRKUNG®

Büro Cristián Gálvez
Bonner Str. 242
Gewerbehof 242
D – 50968 Köln

T 0221 – 340 49 00
F 0221 – 340 49 20
M office@galvez.de
W www.galvez.de