



Teilnehmen mittels Livestream: Hybride Events bieten eine Alternative zu bisher organisierten Veranstaltungsformen.

interaktiv vernetzt. Hier bietet die Digitalisierung zahlreiche Vorteile. Mit dieser neuen und erweiterten Dimension der Live-Kommunikation, in der sich die Gäste als aktiver Teil lokal einbringen, bleibt der Live-Charakter einer Veranstaltung erhalten, kann jedoch um einen enormen Multiplikationsfaktor bereichert werden. Das Thema ‚Datensicherheit‘ spielt dabei eine zentrale Rolle. Wir setzen hier neue Maßstäbe“, so Kastner.

Hybride Events

Weltweite Gesundheits- und Umweltbedenken haben Auswirkungen auf die gesamte Veranstaltungsbranche.

WIEN. Die aktuellen Geschehnisse haben auch einen Einfluss auf die Veranstaltungsbranche; Digital-Live Events oder hybride Veranstaltungen können dabei als eine neue Chance der Live-Kommunikation gesehen werden. Neue Übertragungsmöglichkeiten und technische Geräte sind Zeichen dieses Trends. „Opus Marketing – live & hybrid events“ setzt schon

seit Jahren auf diese Veranstaltungsform. „Wir bieten diese hybriden Technologien und Umsetzungen in professioneller und höchster Qualität“, so Erik Kastner, Geschäftsführer von Opus Marketing GmbH.

„Für unsere Kunden senden wir Audio- und Videosignale in höchster Qualität durch den Äther, ohne zusätzliches CO₂ zu produzieren, Reisezeiten

sowie Hotelkosten zu verbrauchen oder viele Menschen an einem Ort zusammenbringen zu müssen. Wie die technisch anspruchsvolle Planung setzen wir für unsere Kunden auch weltweit die Koordination um“, betont Kastner.

„Das Opus-Hybrid-Event-Team hat bereits in der Vergangenheit viele internationale Kunden mit Hybrid-Events

Teilnahme durch Livestream

Durch hybride Events lassen sich Reichweite, Interaktivität und Kommunikation im Rahmen einer Veranstaltung multimedial wesentlich vergrößern. Die Live-Kommunikation in alle Richtungen ermöglicht es den Teilnehmern weltweit, virtuell am Event teilzunehmen und sich „live“ einzubringen, selbst wenn sie physisch nicht am anderen Ende der Welt sein können.

„Die hybriden Events werden immer mehr zum Einsatz kommen. Es reicht nicht mehr aus, dass Vorträge als ‚Livestream‘ oder hinterher als Aufzeichnung im Internet zu sehen sind. Neue und bei Opus bereits im Portfolio befindliche Technologien bieten große Chancen“, sagt Kastner abschließend. (red)

A match made online

MLM: Plattform für Suche nach Sponsor-Partnern.

WIEN. ML Connect heißt die neue Plattform der Full Service Social Media-Agentur ML Marketing. Diese soll Sponsorings im Sport und in der Kultur vermitteln und für Sportler, Musiker, Veranstalter ebenso wie für Unternehmen neue Perspektiven bieten. Firmen generieren Reichweite und Werbewerte und die gesponserten Personen oder Organisationen erhalten die oft

dringend notwendige Unterstützung. „Diese Idee haben wir innerhalb des letzten Jahres dann auch in die Tat umgesetzt“, sagt ML Marketing-CEO Michael Litschka. „Durch unsere Erfahrung im Social Media-Bereich ergeben sich erstklassige Synergien zum Thema Sponsoring“, sagt Jakob Hofer, verantwortlich für Business Development bei ML Marketing. (red)



ML-CEO Michael Litschka und Digital Sales Manager bei ML, Jakob Hofer.