Do not cancel – let's go digital!

Um mehr zu erfahren, lesen Sie weitere Case Studies und Neuigkeiten in unserem Blog unter: **www.dexp.one**

LUMEN GmbH

Mai 2020

Mitwirkende: Klaus Motoki Tonn, Bella-Sabrina Hettich, Serge Enns, Natalie Enns
Design by Lumen: Valentin Koller

Vorwort

01

Analoge Events ins Digitale überführen und Teilnehmer*innen begeistern

ab Seite 3

02

Wie kann ich Teilnehmer*innen im digitalen Raum bei Laune halten?

ab Seite 13

03

Als Moderator*in kleine und große Digital-Events meistern

ab Seite 17

04

Skills für Ihre digitalen Vorträge und eine ansprechende Moderation

ab Seite 23

05

Digital als das neue Normal: gute Gründe dafür

ab Seite 31

06

Event-Plattformen: ein Blick in die Zukunft virtueller Veranstaltungen

ab Seite 37

07

Die 7 Etappen der Digital Event Experience

ab Seite 45

Vorwort

Stellen Sie sich vor, Sie haben tolle Ideen und Kontakte für ein physisches Event und finden sich nun inmitten dieser Zeit wieder. So ging es auch unseren Kunden, so dass wir uns auf den Weg gemacht haben, mit unserem Know-how und unserem Partner, der Katholischen Universität Lissabons eine Plattform zu gestalten, die Ihnen in kurzer Zeit ermöglicht, Ihr Event Vorhaben in eine Digitale Event Experience zu transformieren. So kamen wir auch zum Namen: DEXP.

Dieses eBook ist mit unseren Kenntnissen aus den letzten Wochen angereichert und wird beständig wachsen. Sie finden hier Interviews mit unseren Partnern und erhalten Einblicke in die Möglichkeiten der DEXP.

Klaus Motoki Tonn ist ein kreativer Geist, Unternehmer und Gründer mehrerer preisgekrönter Unternehmen/Initiativen, z. B. Lumen Design und gobasil. Qualifiziert in digitaler Transformation, digitaler Ethik, Unternehmertum, sozialen und interaktiven Medien und Unternehmensberatung. Starker Kommunikationsprofi mit einer 3-stelligen Anzahl von durchgeführten Projekten.

„Lassen Sie uns gemeinsam das Potenzial von digitalen Events entdecken.“

Klaus Motoki Tonn

Analoge Events ins Digitale überführen und Teilnehmer*innen begeistern

Großveranstaltungen sind bis zum 31. August 2020 untersagt – das setzt Veranstalter wie Unternehmen unter Zugzwang. Viele überlegen nun, ihre geplanten Konferenzen online umzusetzen. Wie aber lässt sich ein analoges Event ins Digitale überführen? Hier finden Sie unsere Learnings aus den Erfahrungen unserer kleinen und großen Online-Konferenzen.

Die gute Nachricht vorweg: Digitale Events lassen sich verwirklichen!

Sind die Rahmenbedingungen richtig gesetzt, können Sie Teilnehmer*innen ein einzigartiges Erlebnis bieten und ihnen ungeahnte Möglichkeiten in der Kundenkommunikation eröffnen. Klar ist aber auch: Ein einstündiges Online-Meeting für 30 Personen braucht ein anderes Rahmenwerk als eine Tageskonferenz für 500 Teilnehmer*innen.

Worauf kommt es an?

Aller Anfang ist die Connection

> *Über Wohl und Wehe digitaler Eventformate entscheidet der erfolgreiche Beziehungsaufbau.*

Fangen wir mit einem wichtigen Unterschied an: Stärker als bei analogen Veranstaltungen machen die Protagonist*innen und ihr digitaler Auftritt den Löwenanteil der Erfolgsrechnung aus. Kein Wunder – immerhin ist die Wahrnehmung des Geschehens auf einen kleinen Bildausschnitt beschränkt. Das kennen wir in einer ähnlichen Form von Fernsehen oder YouTube.

Über Wohl und Wehe digitaler Eventformate entscheidet daher der erfolgreiche Beziehungsaufbau über die Grenzen der digitalen Kommunikation hinaus. Damit das gelingt, geht es in erster Linie darum, eine Umgebung zu schaffen, in der sich die Teilnehmer*innen wohl und vor allem sicher fühlen. Das hat mit dem Zusammenspiel verschiedener Faktoren zu tun:

Wesentlich ist, in welche Atmosphäre die Veranstaltung vorab eingebettet wurde. Dazu gehören Fragen der Unternehmenskultur, des Marketings und der User-Journey ebenso wie (vermeintlich kleine) Klärungen zur gewünschten Interaktion. Möchten Sie, dass sich die Teilnehmer*innen aktiv beteiligen, müssen Sie andere Voraussetzungen für ein Sicherheitsgefühl schaffen, als wenn die Teilnehmer*innen nur zuhören und zusehen sollen.

Die Wirkung der Schlüsselpersonen wie der Moderatorin oder des Hosts spielt ebenfalls eine große Rolle: Diese ergibt sich aus Persönlichkeit, Charisma, Kleidung und Stimme. In digitalen Formaten sind es oft nur wenige Sekunden, die darüber entscheiden, ob die Person vor der Kamera als sympathisch empfunden wird – und damit, ob die Teilnehmer*innen die vermittelten Inhalte überhaupt akzeptieren.

Ein auf das Thema abgestimmter Spannungsbogen, der auf vielfältige digitale Instrumente und Gestaltungselemente zurückgreift, ist ebenfalls wichtig. Dazu gehört auch ein vorab geklärtes UX-Design und die technische Erprobung der genutzten Software.

Tiefgang per Knopfdruck

> *Das Geniale und zugleich Praktische am Digitalen ist die Unabhängigkeit von örtlichen Gegebenheiten.*

Das Geniale und zugleich Praktische am Digitalen ist die Unabhängigkeit von örtlichen Gegebenheiten. Dies hat sich kürzlich auch in der Zusammenarbeit mit Liferay gezeigt, für die Lumen innerhalb von vier Wochen eine Online-Konferenz mit über 500 Teilnehmer*innen digitalisiert und umgesetzt hat. Analog findet sich kaum eine Location mit 50 schnell zugänglichen Workshop-Räumen. Digital hingegen braucht es dafür nur einen Klick. Innerhalb von Sekunden können 200 Leute in 50 Q&A- oder Breakout-Räume entsendet werden und ein paar Minuten später ohne großen Aufwand wieder zurückgeholt werden.

Dieser Umstand spart allen Beteiligten nicht nur wertvolle Transferzeit, wie sie etwa beim Wechsel der Workshop-Räume, Toilettenpausen oder Smalltalk anfallen würde. Es ermöglicht vor allem auch, Abwechslung in das Programm zu bringen, kleinere Austauschgruppen zu formen oder gar eine Art Liturgie zu etablieren. Zwischen dem großem Forum und dem Austausch bzw. der Anwendung in kleineren Gruppen liegen wenige Klicks. Das schafft didaktische Lernerfahrung – und die Leute haben, wenn sie aus dem Raum wiederkommen, in der Regel einen Riesenspaß. Oft ist es diese gemeinsame Erfahrung, an die sich die Teilnehmer*innen später zurückerinnern. Das Digitale wird hier mit einem Mal ganz persönlich. Man findet Raum, in dem man das Gehörte wirken lassen und es mit anderen reflektieren kann. Das stärkt das Wir-Gefühl und weitet den eigenen Horizont.

> *Das Digitale wird hier mit einem Mal ganz persönlich. Man findet Raum, in dem man das Gehörte wirken lassen und es mit anderen reflektieren kann.*

Ein energetischer Fahrplan

Um solche Erfahrungen zu ermöglichen, ist bei der Eventkonzeption ein Blick auf den “energetischen Fahrplan” unerlässlich. Das bedeutet, sich die Aufs und Abs der Auf-

merksamkeit der Teilnehmer*innen anzuschauen.
Dabei kann man sich an den Regeln analoger Formate orientieren:

- Wann erleben die Teilnehmer*innen was?
- Wie und in welcher Intensität werden sie eingebunden?
- Wann ist ein Energietief zu erwarten?
- Wie können solche Tiefs aufgefangen werden?

Das Digitale ist seit jeher auch ein Kampf um die Aufmerksamkeit der eigenen Bezugsgruppe. Oft ist es nur ein Moment, der darüber entscheidet, ob die Beteiligten dabei bleiben oder auf einen anderen “Kanal” schalten. Damit das nicht passiert, sollte man bei den Vorbereitungen ein Art “Energie-EKG” vom Konferenztag erstellen. Eine integrierte Pause, eine feste Zeit abseits des Bildschirms, verhindert, dass die Teilnehmer*innen von Reizen überflutet werden.

> *“ Oft ist es nur ein Moment, der darüber entscheidet, ob die Beteiligten dabei bleiben oder auf einen anderen ‘Kanal’ schalten.*

Integration der Sinne

Allzu oft verlaufen Online-Meetings eindimensional – mit Input und Output im Fokus. Spannungsbogen, Interaktion, Aktivierung – Fehlanzeige! Dabei gibt es viele Möglichkeiten, die „Connection“ zwischen den Beteiligten zu gestalten und damit für ein anregendes Meeting zu sorgen. Zum Beispiel, indem man die Sinne integriert:

Hören & Sehen
Digitale Formate sind (noch) im Zweidimensionalen beheimatet. Es dominieren akustische und visuelle Eindrücke. Diese können um audiovisuelle Elemente angereichert werden, um eine vertrauensvolle Umgebung zu schaffen. Zum Beispiel durch das Einblenden von Bildern oder das Einspielen von Live-Musik. Auch animierte GIFs zur Kommunikation im Chat oder ein fortlaufendes Graphic-Recording bietet Abwechslung.

Tasten
In vielen Online-Sessions hat sich bereits ein aktiver, körperlicher Check-in bewährt. Solche Übungen bringen den Kreislauf in Fahrt und – richtig eingesetzt – die Teilnehmer*innen in Schwung. Hilfreich sind hier auch Elemente aus der Arbeit mit Gehör-Schwachen oder Gehör-Geschä-

digten für eine einfachere Kommunikation, etwa digitales Händeschütteln oder stummer Applaus.

Riechen & Schmecken
Je größer die Zahl der Teilnehmer*innen und der Umfang einer digitalen Veranstaltung, desto eher braucht es einen roten Faden für einen einwandfreien Ablauf. Dazu zählt das Infotainment wie etwa die Integration von Einspielern oder immersiven Erfahrungen. Ein Beispiel: Zur Kaffeepause brühen sich alle Beteiligten gleichzeitig eine Kaffeesorte auf, die ihnen vorab per Post von den Hosts zugesandt wurde.

Derlei Elemente zeigen, dass Event-Konzeption nicht nach Schema F ablaufen muss, sondern wie im Analogen ganz individuell aussehen kann. Auch im digitalen Raum kann man Teilnehmer*innen intensive Erfahrungen ermöglichen, die über das Meeting-Fenster hinaus nachklingen.

Für den Erfolg einer digitalen Veranstaltung – welcher Größe auch immer – lohnt es sich, sich im Vorfeld in die Teilnehmer*innen hineinzuversetzen. Die Beteiligten sind umso engagierter dabei, je mehr sie sich abgeholt fühlen

und je abwechslungsreicher das Programm gestaltet ist. Und auch der Blick fürs Detail in den technischen Abläufen sorgt für ein stimmiges Event.

*Worauf es als Moderator*in bzw. Host ankommt, können Sie ab Seite 17 lesen.*

Im Gespräch mit Kathrin Hildebrandt über “People, Processes, Places”

Wie kann ich Teilnehmer*innen im digitalen Raum bei Laune halten?

Sich virtuell zu treffen und miteinander zu arbeiten, bringt verschiedene Herausforderungen mit sich. Eine oft gestellte Frage ist dabei: Wie schaffe ich es, Teilnehmer*innen im digitalen Raum mitzunehmen? Und was ist anders als im Analogen? Das haben wir Informationsdesignerin und UX-Expertin Kathrin Hildebrandt gefragt. Sie befasst sich mit den Möglichkeiten und Grenzen für Empathie-basierte Methoden im digitalen Raum.

Kathrin Hildebrandt (*hildebranding.com*) ist Informationsdesignerin und kreative Problemlöserin. Zu ihren Schwerpunkten gehören Design Thinking-Methoden, mit denen sich digitale Produkte und Dienstleistungen effektiv gestalten lassen, zum Beispiel durch visuelles Storytelling für komplexe Themen.

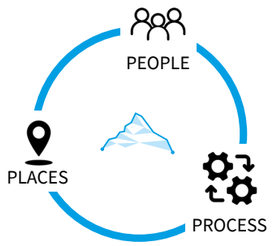
Lumen: Wenn wir ein Event oder einen UX-Workshop remote und rein digital machen, geht uns etwas verloren – dieser Einwand kommt doch sicher häufig in der Zusammenarbeit mit Kunden, oder? Was antwortest du darauf?

Kathrin Hildebrandt: *Das hängt von der Situation ab. Ich versuche zu verstehen, woher diese Frage kommt, was das Motiv für diese Frage ist. Viel hat damit zu tun, den Prozess klar und stringent zu organisieren – auch online. Das ist wichtig und ein entscheidender Garant, dass am Ende ein gutes Ergebnis dabei herauskommt.*

Wenn ich Empathieübungen mit meinen Teilnehmer*innen machen möchte – was muss ich dabei bedenken? Im digitalen Raum nehmen wir ja nur einen Ausschnitt voneinander wahr. Fehlt uns im Vergleich zur analogen Experience nicht etwas? Worauf muss ich achten, damit alle mitziehen?

*Ich würde sagen: Ob die Teilnehmer*innen mitziehen, steht und fällt mit ihren intrinsischen Einstellungen. Wenn eine Person nicht richtig mitmacht, wird die ganze Gruppe davon beeinflusst. Im Analogen kann ich den Raum besser managen. Ich kann besser lokalisieren, wo es in der Gruppe einen Störfaktor gibt und kann gegensteuern. Im*

*Digitalen muss ich die Teilnehmer*innen dazu motivieren, sich selbst zu versorgen und sich gut zu behandeln. Die Steuerung ist aufwendiger, weil nicht die Gruppe, sondern Individuen vor dem Computer angesprochen werden. Auch digital gilt daher das Prinzip "People – Process – Places".*



*Während ich die Teilnehmer*innen ("People") durch die Art und Weise meines Vortrags beeinflussen kann, habe ich keinen direkten Einfluss mehr auf den Raum ("Places"). Ich kann nicht intervenieren, wenn beispielsweise andere im Raum sind. Hingegen lässt sich der Prozess ("Process") schnell ins Digitale adaptieren. Für viele ist das digitale Arbeiten und die Teilnahme an Online-Konferenzen noch neu. Durch die Präsentation lässt sich der Process daher gut steuern, es lässt sich aufmerksamer, konzentrierter und fokussierter arbeiten.*

Typisch ist ja die Situation: Ich muss einen Vortrag halten und mache mir Sorgen, dass die Teilnehmer*innen abschalten. Wie schaffe ich es, dass sie dranbleiben? Welche Möglichkeiten bietet mir der digitale Raum?

*Ich muss schauen, welchen Effekt die Online-Formate haben und wie ich verschiedene Plattformen (z. B. Zoom und Miro-Boards) kombinieren kann, um Synergien zu erzeugen. Ist das nicht gegeben, ist es über die Distanz sehr schwer, die Teilnehmer*innen wieder zu "fangen". Daher würde ich die Aufzählung "People – Process – Places" um einen vierten Faktor ergänzen: "Presentation". Dabei geht es primär um den Präsentationsstil. Ich als vortragende Person stehe im Fokus. Es zählt die Art und Weise, wie ich das Thema vermittle. Die Teilnehmer*innen interessieren sich erst durch die Aufmachung für das Thema. Erst im zweiten Schritt ist dann wichtig, dass die Rahmenbedingungen passen, die Ressourcen gut genutzt werden (Technik, Moderation, Blickwinkel, Kurzweiligkeit, Figuren, Beispiele). Der klassische Methodenkasten hilft nicht, wenn "Preparation" nicht passt.*

> *Ich würde die Aufzählung 'People – Process – Places' um einen vierten Faktor ergänzen: 'Presentation'. Dabei geht es primär um den Präsentationsstil.*

Danke für die Tipps, Kathrin!

Klaus Motoki Tonn

Als Moderator*in kleine und große Digital-Events meistern

Sie veranstalten eine digitale Konferenz und fragen sich: Wie mache ich meine Sache als Moderator*in eigentlich gut? Was ist anders, wenn 20 oder 500 Personen mit dabei sind? Und wie stelle ich sicher, dass die Arbeit in meinem Team funktioniert? Hier unsere Best Practices und Empfehlungen.

Eines vorweg: Ob digital oder analog – die Vorbereitungen ähneln sich. Sie können also all Ihre Vorerfahrungen nutzen, um Ihr nächstes Digital-Event zu verwirklichen. Mit steigender Zahl der Teilnehmer*innen sind allerdings zusätzliche Aspekte zu berücksichtigen.

Basics einer gelingenden Moderation

Klar ist schon mal, dass es jemanden braucht, der die Teilnehmer*innen durchs digitale Programm führt. Was oft weniger offensichtlich ist, sind die Garanten für das Gelingen. Wovon hängt es ab, ob die Moderation auch gut läuft?

Die Basics kennen Sie bereits aus “echten” Bühnen-Situationen. Die erste wesentliche Sache hat mit Ihnen zu tun: Als Moderator*in sollten Sie mit sich selbst im Reinen sein und einen sicheren Stand finden. Ein zweiter essentieller Aspekt hat mit Ihrem Publikum zu tun: Welche Menschen sitzen da überhaupt vor Ihnen? Das ist eine empathische Aufgabe, die nur allzu oft verzweckt durchgeführt wird (Stichwort: “Zielgruppe”).

Sie können sich die folgenden Fragen stellen: Was wollen Sie Ihrem Publikum mit auf den Weg geben? Welchen Beitrag wollen Sie leisten, sodass die Veranstaltung zu einem Gewinn für die Teilnehmer*innen wird? Welches Ziel verfolgen Sie persönlich?

Mehr über die wesentlichen Moderations-Skills finden Sie ab Seite 23.

Unterstützung durch Co-Moderation

Schon ab 20 bis 30 Teilnehmer*innen kann die Moderation einer Digital-Veranstaltung zu einem echten Kraftakt werden. Grund dafür ist, dass die inhaltliche Moderation simultan zur technischen Umsetzung bewältigt werden muss. Umso ratsamer ist es, dass Sie sich von einer zweiten Person unterstützen lassen. So haben Sie den Kopf frei, um sich ganz auf die Teilnehmer*innen und das Programm zu konzentrieren. Die interne Kommunikation kann über eine zweite Leitung (z. B. Whatsapp, Messenger o. Ä.) eingerichtet werden, um etwa gegen technische Störungen gewappnet zu sein oder den Überblick im Chat zu behalten. Die Co-Moderation kann neben allgemeiner Unterstützung und Hilfe mit speziellen Aufgaben betraut werden.

Sie kann ...

- wertvolles Feedback geben
- als Time-Keeper Pausen im Blick behalten
  Anmeldungen verwalten (Namens-Etikettierung, Protokoll Teilnehmer*innen-Listen)

- die Teilnehmer*innen technisch einführen (z. B. Regelungen zur Kommunikation erläutern)
- eine Übersicht über die Tools geben (z. B. wenn externe Programme genutzt werden)
- Breakout-Räume einrichten und verwalten (Teilnehmer*innen in Breakout-Räume entsenden, rechtzeitig zurückholen, zwischendurch Anweisungen durchgeben)
- den Chat im Auge behalten, Aufgaben stellen und für das Infotainment sorgen (z. B. GIFs)
- Fragen moderieren bzw. sie für die Moderation aufbereiten, ohne dass diese den Flow verliert
  das Feel-Good-Management übernehmen (z. B. bewusst Unterbrechungen streuen; die Teilnehmer*innen zu Aktionen animieren, wie z. B. vom Schreibtisch zurückzutreten)
- durch Intermezzos für Abwechslung in der Moderation sorgen, damit die Teilnehmer*innen auch mal eine andere Stimme hören

Vorhaben und Ziel definieren

Über Moderation und Co-Moderation hinaus gibt es noch weitere Dinge, die mit zunehmender Zahl der Teilnehmer*innen zu beachten sind. Wichtig ist: Der Umfang hängt immer von Vorhaben und Ziel ab. Die folgende Tabelle kann Ihnen dafür eine Orientierung sein: →

Das Schöne am Digitalen ist: Es gibt quasi keine Obergrenze, was die Teilnehmer*innen-Zahl angeht und stattdessen viele neue Möglichkeiten. Damit Ihre Veranstaltung ein Erfolg wird, ist schlicht eine gewisse Pflicht und Kür notwendig.

Das Ziel könnte lauten: allen Teilnehmer*innen, allen Hosts, allen Beteiligten die bestmögliche Digital-Erfahrung bieten.

Einen Einblick, wie wir das bereits erfolgreich leisten konnten, gewinnen Sie in unserer Liferay Case Study auf Seite 55.

	kleine Gruppen <5 TN	**mittlere Gruppen 5-25 TN**	**große Gruppen 50-100 TN**	**mega Gruppen >100 TN**
Projektmanagement Technisches Konzept	**bis 100 Teilnehmenden:** Meta-Verwaltung empfohlen Moderation der Co-Moderator*innen Technik-Support: Kamera- und Audiotechnik angenehme Atmosphäre, sichere Umgebung schaffen Spannungsbogen, Konzept mit rotem Faden Integration bzw. Beteiligung der Teilnehmenden **ab 100 Teilnehmenden:** gezieltes Digital-Event-Management notwendig Logistik im Digitalen Schulung von Redner*innen und Moderator*innen für Plattform Aufbereitung von Elementen fürs digitale Umfeld			
Technisches Konzept (AV, Stream)			empfohlen	notwendig
Plattform/ Tools	– ab 50 Teilnehmenden reichen Platz und Möglichkeiten bei den meisten Video-Call-Plattformen nicht mehr aus (Lizenzerweiterung auf 300 oder 500 Teilnehmenden möglich) – Arbeit mit übergreifender Plattform empfohlen, die Tools wie Zoom, Mural, Miro integriert – weitere Tools: Chat-Bot, verschiedene Channels / Räume, die parallel laufen, mit verschiedenen Hosts → bietet Abwechslung für Teilnehmenden			
Gesamtgestaltung	sinnvoll	sinnvoll	empfohlen	notwendig
Moderatoren	notwendig	notwendig	notwendig	notwendig
co-Moderatoren	sinnvoll	empfohlen	notwendig	notwendig
Hauptredner*innen	sollten – abhängig vom Meeting – für die genutzte Plattform geschult werden, technischer Support notwendig			
Live-Event-Management (Regie, Steuerung, Support)			empfohlen	notwendig
Social-Media-Management	- abhängig vom Kommunikationsziel sinnvoll - Bewerben von Social Media Kanälen und Hashtag (fördert Interaktion der Teilnehmenden)			
Post-Management (Bewertung, Marketing)	- Protokollierung Teilnehmerlisten für nachträgliche Zusendung von Infomaterial, Präsentation - Auswertungen empfohlen als Learning			

Christian Rommert

Skills für Ihre digitalen Vorträge und eine ansprechende Moderation

Digitale Vorträge zu halten und digitale Formate zu moderieren bedeutet meistens, dass Sie den Zuschauer*innen nicht in die Augen schauen und kein Energiefeld spüren können. Ob bei Live-Aufnahmen oder Drehs – als Moderator*in schauen Sie meist in eine Linse. Damit Sie Ihre Zuhörer*innen dennoch ansprechen und in Ihren Bann ziehen können, hat TV-Moderator Christian Rommert ein paar Tipps für die Vorbereitung Ihres Inhalts und die Zeit mit Ihrem Publikum.

Christian Rommert (*leitungskunst.de*) arbeitet seit über 15 Jahren in verschiedenen Leitungsverantwortungen: zuerst als Pastor, dann als Geschäftsführer und Keynote-Speaker. Reden, Begeistern und Vertrauen in die Zukunft wecken sind bis heute Schwerpunkte seiner Arbeit. Neben seiner Leidenschaft für die Kunst des Leitens engagiert er sich seit vielen Jahren für Fragen des Kinderschutzes, auch auf internationaler Ebene.

Vorbereitung ist das A und O: Drei Tipps von TV-Moderator Christian Rommert

Tipp 1: Rede-Kompass
Stellen Sie sich in der Vorbereitung die richtigen Fragen:

Wo wird geredet?
Anders als bei analogen Formaten, bei denen Sie die Zuschauer*innen zwar vor sich sitzen sehen, aber eher in die Menge sprechen, ist es bei digitalen Formaten so: Sie sprechen zwar in eine Kamera, erreichen die Zuhörer*innen aber persönlich in ihrem vertrauten Umfeld.

Mit wem wird gesprochen?
Machen Sie sich bewusst, wer Ihr Publikum ist, welche Charaktereigenschaften die Zuschauer*innen ausmachen und welche Einstellung diese gegenüber dem Vortragsthema haben (könnten).

Wer spricht da?
Durch welche Augen sehen die Zuschauer*innen Sie als Sprecher*in? Welche Erwartungshaltung wird durch Ihr Aussehen und Wirken bei ihnen ausgelöst? Werden Sie sich über Ihr Erscheinungsbild bewusst. Tipp: Nehmen Sie Ihren Vortrag vorher auf Video auf. Schauen Sie es

sich zuerst ohne Ton an: Wie sehen Sie sich selbst? Was kommuniziert Ihre Körpersprache? Wie wirkt der Hintergrund? Wo schauen Sie hin? Im zweiten Schritt schauen Sie sich das Video mit Ton an: Wie empfinden Sie Ihre Stimme und Aussprache? Sind Sie deutlich zu verstehen?

Wann reden Sie?
Abhängig von der Uhrzeit ändert sich unsere Aufnahmefähigkeit (Stichwort "Biorhythmus"). Morgens um 10 Uhr sind Sie beispielsweise produktiver als abends um 19 Uhr, wenn Sie Hunger verspüren. Stellen Sie sich daher die Frage, zu welcher Uhrzeit Sie Ihren Vortrag am besten halten sollten und ob es Zuschauer*innen gibt, die von einer länderspezifischen Zeitverschiebung betroffen sind.

Worüber handelt der Vortrag?
Ob Sie sich das Thema aussuchen dürfen oder es vorgegeben bekommen: Was macht das Thema mit Ihnen? Was daran weckt Ihre Leidenschaft und Ihr Interesse? Berührt oder bewegt es Sie emotional? Über Emotionen werden Informationen weitergegeben. Wenn Sie für das Thema brennen, wird der Vortrag Ihrem Publikum anders in Erinnerung bleiben, als wenn Sie nüchtern Informationen weitergeben.

Tipp 2: Golden Circle
Drei Fragewörter verleihen Ihrem Vortrag Hand und Fuß. Oder auch: Denken Sie "rückwärts", um vorwärts zu sprechen:

Warum?
Formulieren Sie vor der inhaltlichen Ausarbeitung Ihres Vortrags einen eindeutigen Zielsatz. Was möchten Sie mit Ihrem Vortrag thematisieren? Warum sollten sich die Zuschauer*innen mit diesem Thema auseinandersetzen?

Wie?
Sobald Ihre Zielaussage steht, beginnen Sie mit der inhaltlichen Recherche. Welche Artikel oder Beiträge greifen das Thema auf? Gibt es aussagekräftige Grafiken oder Illustrationen? Haben Sie einen persönlichen Bezug dazu und können z. B. eine Geschichte erzählen? Wie können Sie das Thema inhaltlich füttern?

Was?
Im letzten Schritt geht es darum, das gesammelte Material aufzubereiten und den Vortrag zu produzieren. Was soll das Endprodukt sein (z. B. Video, Präsentation, Audio)?

Tipp 3: SVR-Prinzip – Sichten, Verdichten, Reduzieren
Holen Sie sich Feedback zu Ihrem Vortrag: zum einen im persönlichen Umfeld, bei Freunden und Familie, und im beruflichen Umfeld, bei Kollegen und Fachleuten. Empfehlenswert sind drei Feedbackrunden, bei denen jeweils drei Schritte durchlaufen werden:

Sichten: Was haben Sie da? Wie ist der Vortrag gestaltet?

Verdichten: Welche Punkte sind überflüssig? Was sollte ergänzt werden?

Reduzieren: Arbeiten Sie das Feedback ein. Ihr Vortrag ist dann gut, wenn nichts mehr hinzugefügt oder weggenommen werden kann, ohne das Ergebnis zu verschlechtern.

Wenn Sie diese Schritte während der Ausarbeitung beherzigen, sind Sie gut vorbereitet. Dann heißt es nur noch: die Sympathie Ihrer Zuschauer*innen gewinnen. Damit Sie vor technischen Pannen bewahrt bleiben und Ihren Vortrag meistern können, nehmen Sie sich einen Tag vorher ausreichend Zeit, um das Setup und die Technik zu prüfen. Machen Sie einen Probedurchlauf, zum Beispiel mit Kollegen.

Es geht zur Sache: Tipps, um Ihren Vortrag zu meistern

Es empfiehlt sich, mit Ihren Zuschauer*innen in einen Dialog zu gehen. Das ist einfacher, wenn die Kamera – abhängig von der Gruppengröße – eingeschaltet ist. Folgende Tipps helfen Ihnen vom ersten Moment an, Ihre Zuschauer*innen anzusprechen:

- Stellen Sie zur Begrüßung klassische Check-in-Fragen, zum Beispiel “Von wo schauen Sie heute zu?”, “Daumen hoch / Daumen runter: Sind Sie schon Zoom-müde?”. Versuchen Sie durch offene Fragen Interaktionen herzustellen oder Gemeinsamkeiten zu finden, die die Gruppendynamik stärken können. Wenn Sie das Gefühl haben, dass Ihre Zuschauer*innen gut im digitalen Raum angekommen sind, können Sie mit Ihrem Vortrag beginnen.

- Bleiben Sie währenddessen ehrlich und authentisch. Auch, wenn sich beispielsweise technische Probleme ergeben oder unangenehme Fragen gestellt werden. Thematisieren Sie die jeweilige Situation, statt über sie hinweg zu gehen. Vergessen Sie nicht: Für viele ist die digitale Umgebung noch immer neu. Kleinere Missgeschicke werden Ihnen schnell verziehen.

- Nehmen Sie in kurzen Pausen die Vogelperspektive ein: Was könnten Ihre Zuschauer*innen jetzt gebrauchen? Ein digitales Format lebt vom Moment. Spüren Sie Resonanz? Wo können Sie tiefer in den Moment einsteigen? Hören Sie zu und stellen Sie Fragen. So fühlt sich Ihr Publikum ernst genommen und abgeholt. Vertrauen Sie auf Ihr Bauchgefühl. Sie werden merken, wie die Atmosphäre ist und ob die Zuschauer*innen weiter verweilen möchten.

- Bevor Sie den digitalen Raum verlassen, empfiehlt sich abschließend ein kurzes Check-out. Mit Sicherheit wird es auch Rückfragen geben, zum Beispiel “Wird die Präsentation zur Verfügung gestellt?” oder “Wo finde ich die Aufzeichnung?”. Aber auch Sie können Rückfragen stellen (“Wie ergeht es Ihnen bislang mit digitalen Konferenzen?”).

Lassen Sie sich Feedback geben.
Und zu guter Letzt: Genießen Sie es!

Digital als das neue Normal: gute Gründe dafür

Was in Zeiten von Corona für viele nur ein Notnagel zu sein scheint, steckt voller ungeahnter Möglichkeiten und Vorteile: Digitalkonferenzen. Wer sich mental bereits auf die guten alten analogen Sitzungen einstellt, sollte vielleicht noch mal drüber schlafen, ob das digitale Miteinander nicht auch eine dauerhafte Lösung sein könnte. Hier ein paar gute Gründe für etwas mehr digitale Abwechslung im analogen Sitzungsmarathon.

Gut fürs Klima.
Zu digitalen Meetings muss niemand fliegen oder fahren. Auch die Logistik sieht anders aus: Es müssen keine Tonnen an Material von A nach B befördert werden = weniger CO2-Emissionen.

Gut für die Geldbörse.
Neben Reisekosten fallen auch die Ausgaben für Unterkunft und Verpflegung weg. Die Teilnehmer*innen können sich selbst versorgen.

Sicher ist sicher.
Digitalkonferenzen sind nicht nur DSGVO-konform, sondern auch geeignet für das aktuelle “Social Distancing”.

Ein Zeitwunder.
Die analoge Raumgestaltung fällt weg. Und auch die “Wege” zwischen zum Beispiel Plenum und Workshopräumen sind nur “klick-lang”.

Mehr Talk.
Durch vielfältige Austauschmöglichkeiten in Lounges, Einzel- oder Gruppengesprächen ist die “Gesprächsdichte” höher.

Stoff zum Auswerten.
Im digitalen Raum können die Interaktionen der Beteiligten besser gemessen werden und damit etwas über den Erfolg des jeweiligen Events aussagen. Daten aus Foren und Gesprächen können für die anschließende Dokumentation und Auswertung genutzt werden.

Kreatives Zeug.
Es lassen sich verschiedene Elemente wie Graphic Recording, Brainstorming, GIFs oder Live-Musik integrieren – je nachdem, ob man zum Beispiel für Auflockerung, Vertiefung, Infotainment oder Unterhaltung sorgen möchte.

Vielfältige Lösungen.
Digital muss es nicht nach Schema F ablaufen. Es gibt zahlreiche Möglichkeiten: Ob für Konferenzen, Barcamps, Innovation Sprints, Acceleratoren, Betriebsversammlungen oder Synoden – für jeden Anlass gibt es eine einzigartige Lösung, die den Teilnehmer*innen zudem neue Erfahrungen ermöglicht.

Experimentierfreu(n)de

“Derzeit ist eine spannende Zeit für Experimente, in der auch viele Fehler verziehen werden. Unter unseren 100 Kolleginnen und Kollegen habe ich noch von keinem eine Blaupause bekommen können, da es noch keiner vor mir gemacht hat. Umso spannender ist es, neue Methoden auszuprobieren und Neues zu wagen.

Martina Grigoleit, Team Bikablo

Eine Chance für Inklusion

“Das Digitale macht eine Menge möglich, wenn ich zum Beispiel darüber nachdenke, dass auch ältere Menschen oder Personen, die weiter weg leben und nicht vermögend sind, zu einer Konferenz kommen können.

René Bohnsack, Gründer iChair

Den eigenen Radius erweitern

“Diese Lösung ist kein dauerhafter Ersatz, bietet aber jetzt und sicher auch über diese Zeit hinaus tolle Möglichkeiten für Teams in unserm CoWork und die Möglichkeit zum Onboarden von Externen/ Freelancern, und auch mit Kunden als ‘Gastticket’. Dadurch erweitert der heimathafen virtuell seinen Radius – ohne qm-Beschränkungen. Der heimathafen wird dadurch a) sichtbarer und b) zugänglicher, man kann “reinschauen” – es gibt weniger Hemmschwellen als analog. Du kannst alle gleichzeitig erreichen. Geniale kleine Möglichkeit mit 30 Sekunden onboarding. Und keine Parkplatzsuche.

Dominik Hofmann, Gründer heimathafen Wiesbaden

Locations noch und nöcher!

“Analog finde ich kaum eine Location mit 50 schnell zugänglichen Workshop-Räumen. Digital hingegen brauche ich dafür nur einen Klick. Innerhalb von Sekunden kann ich 200 Leute in 50 Q&A oder Breakout-Räume entsenden und ein paar Minuten später ohne großen Aufwand wieder zurückholen.

Klaus Motoki Tonn, Lumen Design

Im Gespräch mit Prof. Dr. René Bohnsack, Entrepreneur und Gründer der Konferenzplattform iChair.org

Event-Plattformen: ein Blick in die Zukunft virtueller Veranstaltungen

Virtuelle Veranstaltungen sind insbesondere in Zeiten von Corona ein relevantes Thema. Gefragt sind deshalb Plattformen, die verschiedene Möglichkeiten rund um die Eventgestaltung bieten – von der Organisation und Moderation über das Design digitaler Räume bis hin zur abwechslungsreichen Interaktion mit den Teilnehmer*innen. Darüber, wie die Zukunft solcher Plattformen aussieht, haben wir mit René Bohnsack gesprochen. Er hat iChair aufgebaut, eine All-in-one-Plattform für jede Art von Online-Veranstaltung, die die technische Grundlage für DEXP stellt.

René Bohnsack (*renebohnsack.com*), PhD, ist Professor für Strategie und Innovation in Católica-Lissabon, Direktor des Smart City Innovation Labs und Geschäftsmodell-Design-Labors. Er hat den Smart Business Modeller (alias *venturely.io*) und iChair (*ichair.org*) gegründet und ist Experte bei zum Beispiel TEDx.

Lumen: Digitale Veranstaltungen bieten viele Vorteile, besonders bei der Organisation von Räumen. Analog muss man mit etwa 1,5 Jahre Vorlauf planen, um gute Locations zu ergattern, vor allem wenn man etwas Interaktives plant und ein Dutzend Workshop-Räume in nächster Nähe braucht. Auch Fragen wie Anbindung, Parkplätze usw. fallen bei digitalen Treffen weg. Das sind jetzt nur ein paar Beispiele. Welche Möglichkeiten und Chancen siehst du im digitalen Raum? Und andersherum: Was fehlt dir im Vergleich zur analogen Konferenz?

René Bohnsack: *Für den Vorlauf brauchen wir (im Digitalen) nicht so viele Tage. Eine gewisse Vorlaufzeit ist jedoch zu empfehlen – gerade bei einem größeren Event. Wir empfehlen, sich mindestens vier Wochen vorher intensiv zusammenzusetzen. Dann gilt es, effiziente Arbeitsgruppen zu schaffen, um ein tolles Event zu gestalten. Zur zweiten Frage – was fehlt? Das Digitale macht eine Menge möglich, wenn ich zum Beispiel darüber nachdenke, dass auch ältere Menschen oder Personen, die weiter weg leben und nicht vermögend sind, zu einer Konferenz kommen können. Aber: Ich komme auch zu einer Konferenz, weil ich mich persönlich austauschen möchte. Ich möchte von einem Raum zum anderen gehen, um da zu sein, Präsenz zu zeigen und meiner Identität auch ein persönliches Gesicht*

zu geben. Das ist im Übrigen insbesondere im akademischen Bereich wichtig. Deswegen ist es eine große Challenge für Virtual Reality. Wenn man dort nur Avatare hat, die keine Gesichter darstellen, mir eher die Identität nehmen, dann bin ich bloß noch ein Name und eine künstliche Figur, ohne die Details meines persönlichen Eindrucks.

> *“ Ich kann selbst bestimmen, wie ich auftrete, wohin ich gehe, wie ich wahrgenommen werde.*

*Aber zurück zu virtuellen Konferenzen: Viele glauben, dass es Nachteile gibt. Es gibt jedoch viele Chancen! Ich kann selbst bestimmen, wie ich auftrete, wohin ich gehe, wie ich wahrgenommen werde. Auf einer analogen Konferenz kann ich mein Video nicht ausschalten. Und ich kann sehen: Wer ist noch da? Ich kann von Raum zu Raum gehen und in Lounges mit anderen netzwerken. Manchmal ist es so: Wenn man ein bisschen schüchtern ist, traut man sich nicht an die Bühne zum/zur Keynote Speaker*in. Es springen auch noch andere Leute um diese Person herum und stellen ganz schlaue Fragen, denke ich. Erst durch eine Plattform wird uns diese Angst genommen. Man ist viel näher und zugleich auch in einem sicheren Abstand zu der*

*anderen Person. Auch auf der Seite der Sprecher*innen ist es so, dass sie weniger (Berührungs-)Angst haben, da eine virtuelle Barriere dazwischen liegt. Aber andersherum auch für diejenigen, die Fragen stellen möchten: Auch für sie ist es wesentlich angenehmer und einfacher, eine Frage in den Chat zu stellen, die dann moderativ aufgegriffen wird.*

Toll, das heißt, dass digitale Konferenzen auch eine große Chance für das Thema Inklusion sind – ob es dabei um Menschen mit Beeinträchtigungen geht, um sozial schwächer Gestellte, um Kranke oder auch um Menschen, die aktuell zur Risikogruppe gehören ...

Absolut. Das war unsere Idee!

Wo steht ihr momentan im Bereich der immersiven Erfahrungen, also dem Erlebnis, sich im virtuellen Raum als real vor Ort zu empfinden?

Tatsächlich ist es so, dass wir bei dem Websummit 2019 mit einem Hologramm teilgenommen haben. Ich hatte mich vorher in einem Studio aufgenommen, war dann die ganze Zeit “normal” präsent, ohne körperlich physisch vor Ort zu sein. Das war etwas Spielerei und Gimmick. Wir

wollten genau damit auch unsere Konferenz im Juni 2020 eröffnen. Zum anderen ist es so, dass das ganze Thema Hologramm auf der anderen Seite auch das Thema VR erarbeitet. Es hat sich ein Projekt entwickelt mit der University of Queensland in Australien. Doch liegen zwischen uns so viele Flugstunden. Also haben wir gefragt: "Okay, wie kriegen wir trotzdem eine große Gruppe von Forschern aus Australien dazu, teilzunehmen?" Für unsere Konferenz haben wir dann unsere Venue, unsere Universität in Lissabon, virtuell nachgebaut. Damit wäre es dann möglich, dass man in Australien teilnehmen kann und eine immersive Erfahrung von dem Ort bekommt. Und es gibt schon ganz tolle Anwendungsfälle. Wo es uns hinführt, müssen wir sehen.

> *"Derzeit schlagen wir vor, dass wir, wenn wir uns in einem Webinar sprechen, bewusst Momente einbauen, in denen wir die VR-Brille aufsetzen und gemeinsam in die virtuelle Welt gehen.*

Wir sind mit unseren Forschungspartnern im Gespräch, doch ich kann jetzt schon sagen: Am besten funktioniert es momentan als Hybrid. Derzeit schlagen wir vor, dass wir,

wenn wir uns in einem Webinar sprechen, bewusst Momente einbauen, in denen wir die VR-Brille aufsetzen und gemeinsam in die virtuelle Welt gehen. Dann sind für eine gewisse Zeit darin und kommen auch wieder gemeinsam aus der virtuellen Welt heraus, nehmen die Brille ab und sprechen über die Erfahrung. Der große Nachteil momentan ist, dass Gesichtszüge (noch) nicht dargestellt werden können. Das heißt, wenn wir zusammenkommen, sehen wir nicht, wie sich jeder fühlt. Und das ist wichtig – darüber baut sich eine Vertrauensbasis auf. Wenn diese existent ist, können wir in die virtuelle Welt gehen, wo wir alles ausprobieren und bewegen können.

Was müssen wir beachten, wenn wir analoge Konferenzen digital abbilden wollen? Und was ist euer Part, wenn wir euch um Unterstützung bitten?

Zunächst: Was ist die Intention, das Ziel? Was würde man normalerweise (anders) machen als die Konkurrenz? Diese Ziele muss man dann in den virtuellen Raum übersetzen und das Ganze entsprechend gestalten. Da ist ganz, ganz viel Arbeit von unserer Seite. Da sind die technischen Möglichkeiten – und da helfen wir viel –, aber auch die audiovisuellen Möglichkeiten, die auf eurer Seite liegen. Wir bauen letztlich immer einen individuellen Raum für den

Kunden. Zwar nicht nach den ganz handelsüblichen Baukästen, doch wir können verschiedene bspw. interaktive Möglichkeiten integrieren und entwickeln.

Wie siehst du die Zukunft virtueller Konferenzen – und was wünschst du dir persönlich?

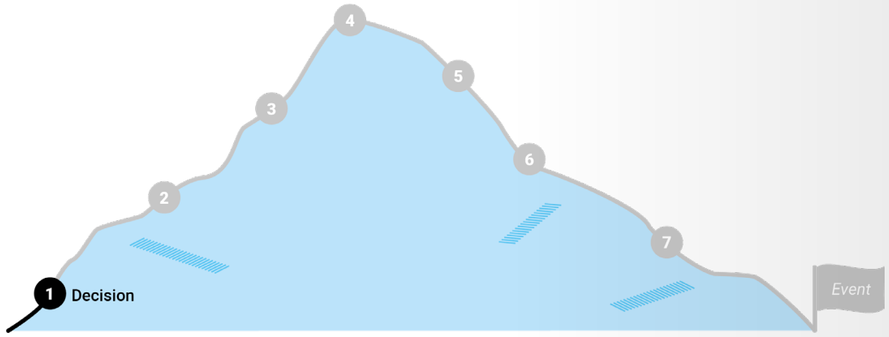
Virtuelle Konferenzen werden zukünftig viel häufiger auftreten. Und sie werden bleiben – wenn auch im hybriden Modus. Durch die Integration verschiedenster Möglichkeiten werden sie inklusiver und auch effizienter. Und es eignet sich nicht nur für digitale Konferenzen, sondern auch für kulturelle Veranstaltungen. Ich persönlich wünsche mir ein Musik- und Kulturfestival auf iChair!

> *“ Virtuelle Konferenzen werden zukünftig viel häufiger auftreten. Und sie werden bleiben – wenn auch im hybriden Modus.*

Danke für den Einblick, René!

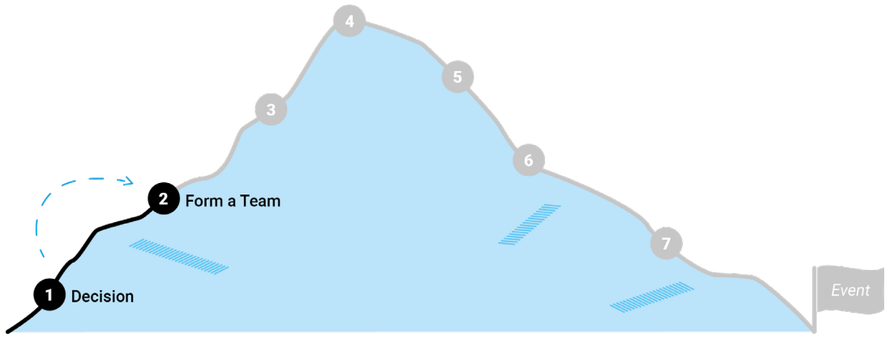
Die 7 Etappen der Digital Event Experience

Um Ihre Veranstaltung erfolgreich umsetzen zu können, haben wir den Weg zur Digital Event Experience in 7 Etappen zusammengefasst. Mit unserer gesammelten Erfahrung und dem nötigen Know How führen wir Sie durch jeden einzelnen Schritt und verwirklichen so Ihre DEXP.



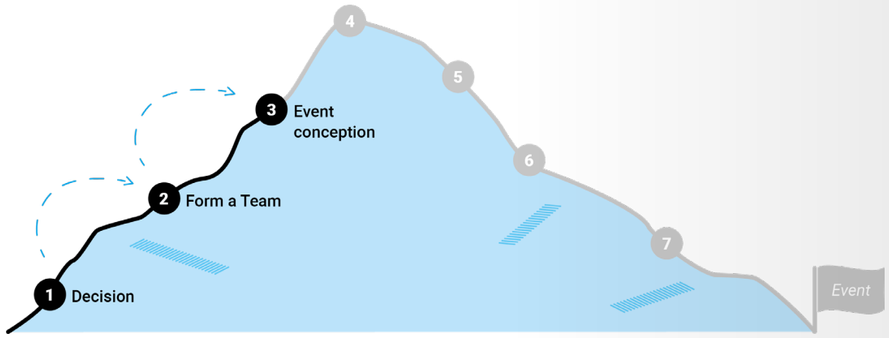
1 Am Anfang steht die Entscheidung

Welches Veranstaltungsformat ist für Sie das richtige? Egal ob **Physisch/Analog, Hybrid oder Digital/Virtuell**, wir helfen Ihnen bei Ihrer Entscheidung und entwickeln für Sie ein auf Ihre Bedürfnisse abgestimmtes Programm.



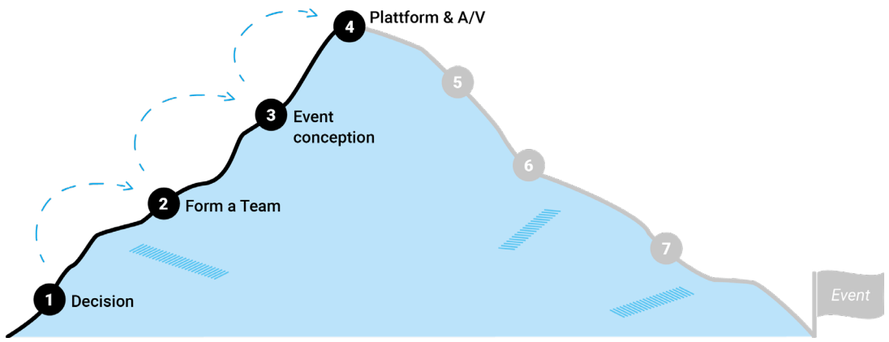
2 Das richtige Team

Um Ihnen eine erfolgreiche Digital Event Experience garantieren zu können, steht Ihnen unser multiprofessionelles Team mit Kompetenzen in **A/V, Media Controlling, Conference Design, Marketing, Event Management, Event Coaching & Moderation** zur Seite und hilft Ihnen bei der Verwirklichung Ihrer digitalen Veranstaltung.



3 Ein ganzheitliches Veranstaltungskonzept

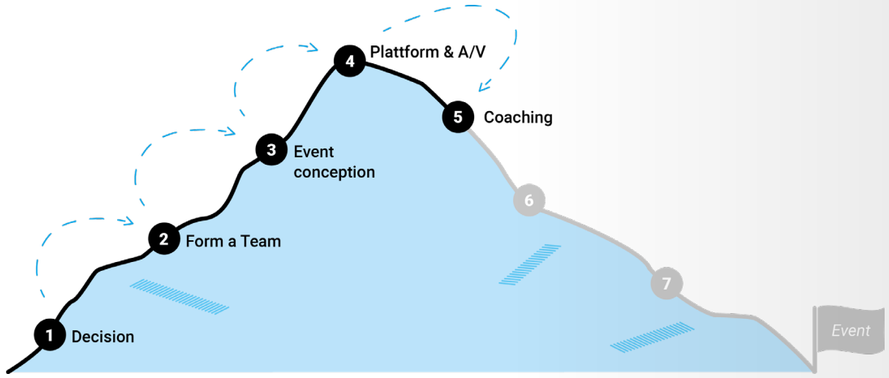
Mit Ihnen gemeinsam erarbeiten wir ein Veranstaltungskonzept nach Ihren Wünschen und unterstützen Sie sie hierbei im Besonderen mit unseren Kenntnissen in der **Digitalisierung & UX Transformation** sowie der **Integration interaktiver Medien**.



4 Plattform & A/V

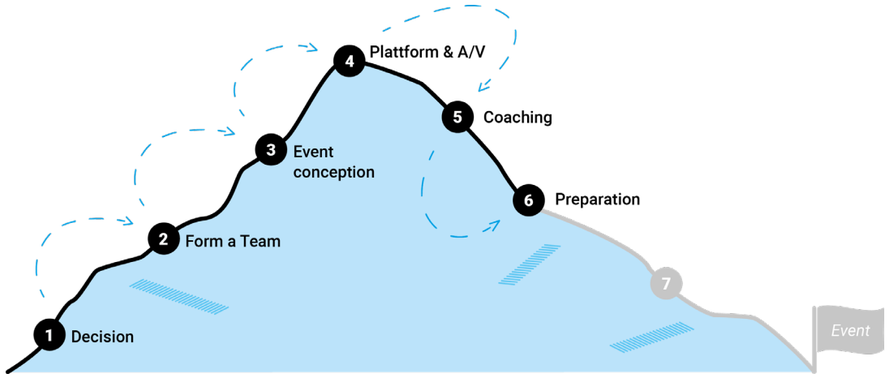
In der Zusammenarbeit mit iChair haben wir eine eigene digitale Konferenzplattform entwickelt, die wir ihren Bedürfnissen entsprechend branden und gestalten können. Wir kümmern uns um die **A/V-Technik**, richten für Sie **digitale Konferenz-, Q&A- & Pausenräume** ein und ermöglichen Ihnen **Live-Streaming** auf allen Social-Media Kanälen.

Sie benötigen für Ihr Event keine Zusatzsoftware, wie zum Beispiel Zoom oder Ähnliches. Die Plattform arbeitet DSGVO-Konform auf Servern in Deutschland und ist somit auch für Stiftungen, NPOs und soziale/gemeinnützige Organisationen geeignet.



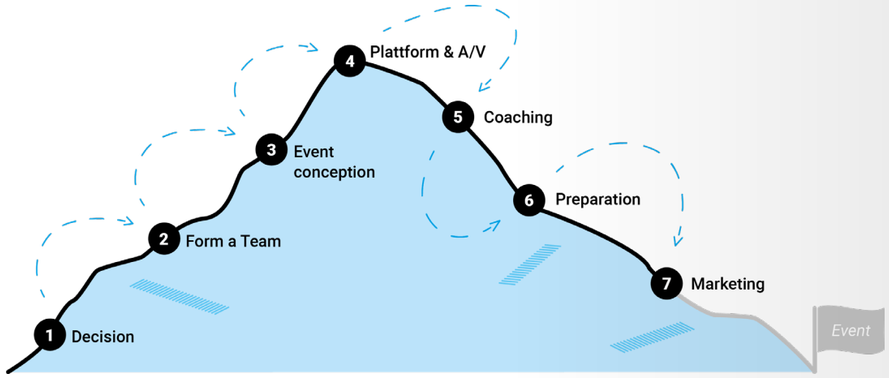
5 Coaching

Damit Sie alle Zuhörer*innen ansprechen und in Ihren Bann ziehen können, bekommen Sie und Ihre Hauptredner*innen vorab ein **Coaching** von uns in Bezug auf Inhalt und der Zeit mit ihrem Publikum im digitalen Raum.



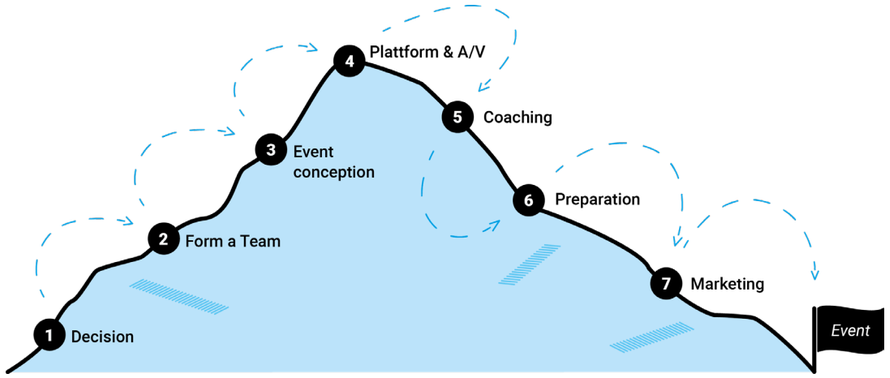
6 Die richtige Vorbereitung

Eine reibungslose Veranstaltung benötigt eine gute Vorbereitung. Deshalb machen wir Sie und Ihre Hauptredner*innen bereits im Vorfeld **mit allen Medien vertraut**, unterstützen Sie bei **Pre-Recordings** und üben mit Ihnen den **Veranstaltungsablauf**.



7 Marketing

Um die geplante Veranstaltung angemessen zu Kommunizieren und an die richtigen Kunden zu adressieren erarbeiten wir für Sie ein individuelles Marketingkonzept. Je nach Bedarf erstellen wir für Sie **Creative Assets**, optimieren Ihr **SEA/SEO**, betreuen Ihre **Social Media Kanäle**, richten für Sie einen **Blog** ein oder erstellen **Video announcements**, um Ihre Veranstaltung zu bewerben.



Ihr Event

Ihr Event ist das große Finale. Wir betreuen Sie während der gesamten Zeit, kümmern uns um die Technik und behalten den Ablaufplan im Blick. So transformieren wir Ihre Veranstaltung in eine **Digital Event Experience**!

Nach dem Event...

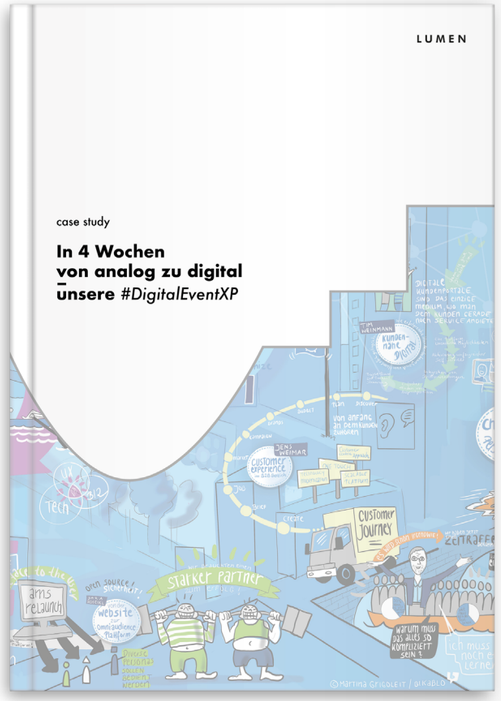
Auch nach der erfolgreichen Umsetzung Ihrer Digital Event Experience lassen wir Sie nicht im Stich. Nach dem Event bewerten wir für Sie die gesammelten Informationen der Veranstaltung und stellen Ihnen **Reports, Analytics & KPIs** zur Verfügung. Des Weiteren kümmern wir uns für Sie um die **Post-Event Communication** auf allen verfügbaren Kanälen. Abschließend bekommt Ihr gesamtes Team, inklusive der Redner*innen von uns ein **Debriefing**, damit Sie auch in Zukunft weiterhin erfolgreich digitale Events veranstalten können.

...ist vor dem Event

Liferay Case Study

In vier Wochen von analog zu digital – unsere #DigitalEventXP

Ein zweitägiges Programm, der Veranstaltungsort mit mehreren Sälen ist bereits gebucht, über 500 Teilnehmer werden erwartet, ihre Hotelzimmer sind schon reserviert. Auf drei Bühnen werden 20 Key-Note-Speaker*innen Vorträge und Workshops zu den neuesten digitalen Trends, Plattform-Entwicklungen und Optimierungsstrategien durch Kundenbeziehungen halten. Die Vorbereitungen für das jährliche Liferay Digital Solutions Forum 2020 (LSDF 2020) sind seit Oktober 2019 in vollem Gange. Mit Corona Ende März dann die große Frage: absagen, verschieben oder digital transformieren?



Einen umfassenden Einblick in unsere Erfahrungen mit interaktiven Digital Event Experiences geben wir Ihnen in unserer Liferay Case Study

https://www.dexp.one/case-study

Wir freuen uns darauf auch Ihre Veranstaltung in einer Digital Event Experience zu verwirklichen. Für Anfragen und weitere Informationen besuchen Sie uns einfach auf

www.dexp.one

LUMEN | iChair.org