



Webinare und Videokonferenzen während der Pandemie

EIN BERICHT VON CLICKMEETING © JUNI 2020

www.clickmeeting.com

Wie haben die neuen sozialen und wirtschaftlichen Umstände die Nachfrage nach Webinaren, Videokonferenzen und Online-Meetings verändert?

Wir teilen die Ergebnisse unserer Analyse über die Auswirkungen von COVID-19 auf den Einsatz von Webkonferenzen in der täglichen Arbeit und im Unterricht mit.

Einführung

Webkonferenzen sind nichts Neues – ganz im Gegenteil. Die Anzahl von Webinaren und Videokonferenzen ist im letzten Jahrzehnt stetig angestiegen. Der Ausbruch der COVID-19-Pandemie schlug jedoch ein neues Kapitel in der Geschichte dieser Technologie auf.

In diesem Bericht sehen wir uns diesen radikalen Wandel genauer an und teilen die Ergebnisse unserer eingehenden Analyse mit, die steigende Nutzung von Webinar-Software in diesen neuen sozialen und wirtschaftlichen Umständen darstellt.



**Was erfahren
Sie aus dem
Bericht?**

Wie hat die Pandemie zum Anstieg der Anzahl von Webinaren und Teilnehmern beigetragen?

In welchen Ländern werden diese Online-Events am aktivsten organisiert?

Welche Webinar-Tools haben an Popularität am stärksten zugenommen?

Aus welchen Branchen sind die Unternehmen und Organisationen, die Webinare in ihre täglichen Aktivitäten miteingebunden haben?

Was waren die wichtigsten Geschäftsziele der Webinar-Veranstalter und wie haben sie sich verändert?

Planen die Webinar-Hosts nach dem Abklingen der Pandemie weiterhin Webinare durchzuführen?

Der Ausbruch der
COVID-19
Pandemie

Eine neue Realität

Als wir am 17. Februar 2020 unseren jährlichen **Bericht über den Stand von Webinaren** veröffentlicht haben, wurde die Situation mit dem Coronavirus immer ernster. Seit Anfang Februar haben die Veranstalter der größten Geschäftskonferenzen weltweit nacheinander schwierige Entscheidungen darüber getroffen, ihre Veranstaltungen abzusagen, zu verschieben bzw. vollständig online durchzuführen.

Der Iran und Italien kündigten zu dieser Zeit die Schließung von Schulen und Universitäten an und verboten Massenversammlungen.

Im März 2020 wurde jedoch ein neues Kapitel in der Weltgeschichte aufgeschlagen. Die Ankündigung der COVID-19-Pandemie hat eine Reihe von Beschränkungen und Verboten mit sich gebracht – die Schließung von Schulen, Vorschulen, Kindergärten, Universitäten, Restaurants, Clubs, Einkaufszentren, den meisten Geschäften, Kunst- und Kulturinstitutionen usw.

#zuhausebleiben

Telearbeit und
Online-Unterricht

Wir mussten uns alle schnell auf eine völlig neue Lebensweise umstellen. Die Empfehlung, zu Hause zu bleiben, hat Unternehmen gezwungen, auf die Telearbeit vollständig umzusteigen. Auch der Bildungssektor musste sich zu 100% auf den Online-Unterricht umstellen.



Tomasz Bołcun

Brand Manager bei ClickMeeting

Vor der Pandemie war das Sparen von Zeit und Geld die wichtigste Motivation für die Nutzung von Webinaren für die Telearbeit, Online-Kurse oder Videokonferenzen. Es stellte sich plötzlich heraus, dass etwas, das noch vor kurzem nur eine attraktive Alternative war, jetzt für die Führung von Unternehmen, den Unterricht und das Lernen unentbehrlich ist. Firmen wie ClickMeeting mussten lernen, auf die gigantische Nachfrage nach Webinaren zu reagieren. Für uns war es eine große Herausforderung, Firmen, Schulen und anderen Institutionen dabei zu helfen, sofort auf die Telearbeit umzusteigen. Kurz nachdem die Sperre eingeführt wurde, haben wir unsere gesamte Marketingkommunikation zu Zwecken wie Wissensaustausch, Grundbildung und Hilfe für alle eingesetzt, die sich die Frage stellten: „Wie fange ich damit an, Webinare zu hosten?“

Nachfrage nach Webinaren und Videokonferenzen

Von einem Tag auf den anderen wurde die Digitalisierung vom Geschäftsbetrieb und Unterricht zu einem absoluten Muss. Die tägliche **Online-Kommunikation** war praktisch und eine Rettung für Regierungsinstitutionen, NGOs, Gesundheitseinrichtungen, Schulen, Hochschulen, Unternehmen und Einzelunternehmer.

Um auf die Telearbeit und den Online-Unterricht umzusteigen, waren verschiedene technologische Lösungen dringend erforderlich. Einige der Werkzeuge, die sich in der neuen Realität als unabdingbar erwiesen haben, waren **Webinare und Videokonferenzen**.



Dominika Paciorkowska
Managing Director bei ClickMeeting

Die Nachfrage nach Online-Tools für die Zusammenarbeit ist stark angestiegen. Schulen, Hochschulen und Unternehmen auf der ganzen Welt mussten ihre übliche Kommunikationsweise durch die Online-Kommunikation ersetzen. Die infolge des Virusausbruchs eingeführte Quarantäne ließ allen Arten von Organisationen keine andere Wahl, als vollständig auf die Telearbeit umzusteigen. Die Arbeit in geografisch verteilten Teams und Online-Kurse haben ein Ausmaß erreicht, das wir noch nie gesehen haben, und gingen mit einem gigantischen Interesse an Videokonferenzen, Online-Geschäftstreffen und Webinar-Plattformen einher.

Der Stand von Webinaren 2.0 – eine Steigerung um mehrere hundert Prozent

Als wir im Februar unseren zusammenfassenden Bericht über den Stand der Webinare im Jahr 2019 veröffentlichten, haben wir nicht erwartet, dass diese Statistiken und Daten so bald mit einer völlig neuen Realität konfrontiert sein würden.

Diese Realität hat direkt zum Anstieg der Anzahl von ClickMeeting-Konten und zu dem radikal erhöhten Verkehr auf der Website geführt. Einen derartigen Anstieg der Anzahl von Webinaren und Webkonferenzen haben wir in der Vergangenheit noch nie gesehen.

Wir mussten die Statistiken aus der internen ClickMeeting-Datenbank mit Einbeziehung der Ergebnisse des letzten Jahres aktualisieren.

**Diermal so viele
Events**

Um den Vergleich der Zeit vor der Pandemie mit der neuen Realität, die mit der Ausbreitung des Virus angebrochen hat, besser zu veranschaulichen, haben wir beschlossen, die Daten vom März 2019 mit den Daten vom März 2020 zu vergleichen.

Webinare vor der Pandemie

März 2019

Anzahl Events

59.425

Anzahl Teilnehmer

870.579

Webinare während der Pandemie

März 2020

Anzahl Events

299.906

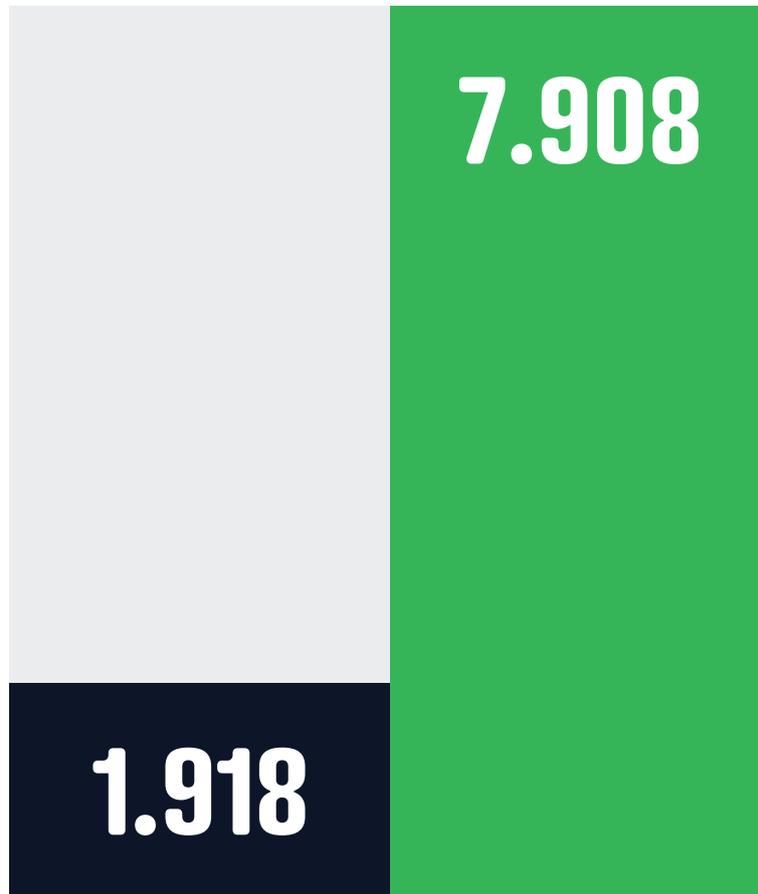
Anzahl Teilnehmer

3.203.034

Die Anzahl der auf der ClickMeeting-Plattform abgehaltenen Online-Events hat sich im März 2020 auf fast 300.000 vervierfacht. Im ersten Monat der Pandemie hatten diese Events nicht weniger als 3.203.034 Teilnehmer. Im Jahr zuvor gab es „nur“ 870.579 Teilnehmer.



Wie viele Webinare täglich?



**Webinare vor
der Pandemie**

März 2019

**Webinare während
der Pandemie**

März 2020

Wie sah ein typischer Tag im März 2019 aus, als noch niemand vom Coronavirus gehört hat? Und wie hat die Pandemie die Webinar-Statistiken beeinflusst? Die durchschnittliche tägliche Anzahl von Events im März letzten Jahres betrug **1.918, während die diesjährige Märzzahl bei **7.908** liegt.**

■

Die aktivsten Länder – sogar über 1.000% mehr Webinare

Durch die Rückschau auf die gestiegene Nachfrage nach Webinaren im März konnten wir auch die **geografische Verteilung** der mit der ClickMeeting-App organisierten Events bewerten.

Mit anderen Worten, wir können die Frage beantworten, wie die Pandemie zur Verstärkung der Webinar-Aktivität **in den einzelnen Ländern** beigetragen hat.

Wo der Einsatz von Webinaren am stärksten anstieg

Länder, wo die Event-Anzahl über 100% gestiegen ist

↑ 152%

↑ 1.156%

↑ 519%

↑ 141%

↑ 423%

↑ 310%

↑ 306%

↑ 868%

↑ 797%

↑ 307%

Wo der Einsatz von Webinaren am stärksten anstieg

Länder, wo die Event-Anzahl über 100% gestiegen ist

↑ 195%

↑ 191%

Spezielle für die Zwecke dieses Berichts haben wir bestimmte Länder ausgewählt. Wir haben nur diejenigen Länder hervorgehoben, in denen der Anstieg der organisierten Events im Vergleich zur Statistik vom März 2019 100% überstieg.

Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Anzahl der Webinare in anderen Ländern nicht angestiegen ist. In Russland zum Beispiel verbesserte sich diese Statistik um 19% und in den USA um 39%. Unser Ziel war es, die spektakulärsten Anstiegswerte hervorzuheben, z.B. in **Polen (1.156%)**, **Deutschland (519%)**, **Griechenland (868%)** oder **Frankreich (423%)**.



Magdalena Ciszewska

Head of Sales and Marketing bei ClickMeeting

Der starke Anstieg der Anzahl der auf ClickMeeting organisierten Webinare in europäischen Ländern zeigt die enorme Bedeutung des lokalen Aspekts bei der Auswahl einer Webinar-Plattform. Strategisch bietet ClickMeeting Kunden-Service für Benutzer aus dem alten Kontinent in den Landessprachen wie Polnisch, Deutsch, Englisch, Russisch oder Spanisch. Darüber hinaus spielt der Aspekt der Cybersicherheit eine große Rolle. Wir erfüllen alle Standards des europäischen Rechts in Bezug auf den Schutz der Benutzerdaten. Dank unserer Datenschutzrichtlinie sind wir sicher, dass die mithilfe der ClickMeeting-App bereitgestellten Inhalte und Daten nicht beeinträchtigt werden.

Ausbau der Infrastruktur von enormer Bedeutung – Wachstum um 90%

**Der intensiviertere
Datenverkehr und die
zunehmende Anzahl von
Webinaren und
Online-Meetings
erforderten einen
erheblichen technischen
Aufwand seitens
ClickMeeting.**

■



Bartłomiej Bałdyga
IT Director bei ClickMeeting

Die Pandemiesperre hat eine Multiplikation aller Statistiken mit sich gebracht. Jede Woche ist die Anzahl der auf der ClickMeeting-Plattform gehosteten Webinare im Vergleich zu einer typischen Woche vor der Pandemie um ca. 375% angestiegen. Ebenso erhöhte sich die Anzahl der Teilnehmer von Online-Events um 560%. Ein ähnlicher Trend ist bei Präsentationen zu verzeichnen, die von Webinar-Hosts genutzt werden. Die Anzahl von Dateien stieg um 619% und die Anzahl von Webinar-Aufzeichnungen um 180% an. Damit unser System mit der intensiven Aktivität der Benutzer mithalten konnte, mussten wir entschlossene Maßnahmen treffen – wir haben unsere Konferenzserverinfrastruktur um 90% ausgebaut. Wir haben auch andere Elemente wie Streaming-Server, Aufzeichnungen und Dateispeicherung radikal erweitert. Das war noch lange nicht alles. Wir mussten rund um die Uhr arbeiten, um die App-Leistung zu optimieren. In vielen Fällen ließen wir nichts unversucht.

Da die Webinar-Software zu einem der grundlegenden Arbeitsmittel für die Bildung und Wirtschaft geworden ist, hat sich auch das Bewusstsein dieser Plattform geändert. Menschen, die noch nie zuvor eine Webinar-Plattform genutzt haben (oder gar technisch unversiert sind), benötigen schnell eine für sie verständliche Anleitung, wie die gestiegene Anzahl von Fragen an unser Customer Success Team zeigt.

**Durchschnittliche
Dauer vs.
durchschnittlich in
einem Webinar
verbrachte Zeit**

Wie wir bereits in unseren letzten beiden Berichten zum Stand der Webinare betont haben, ist die lange Webinardauer unbestritten. Das Gleiche gilt für die von den Teilnehmern für den Konsum von Webinar-Inhalten aufgewendete Zeit.

Wir haben überprüft, ob sich die durch die Pandemie ausgelöste Intensivierung der Webinar-Aktivität auf diesen interessanten Faktor ausgewirkt hat. Es stellte sich heraus, dass die durchschnittliche Eventdauer von **85 auf 77 Minuten sank, aber die durchschnittliche Zeit, die Teilnehmer mit dem Anschauen und Anhören von Webinaren verbrachten, **von 53 auf 56 Minuten anstieg.****

Webinare vor der Pandemie

März 2019

Durchschn.
Event-Dauer

85 MINUTEN

Durchschn. Teilnahmezeit
pro Event

53 MINUTEN

Webinare während der Pandemie

März 2020

Durchschn.
Event-Dauer

77 MINUTEN

Durchschn. Teilnahmezeit
pro Event

56 MINUTEN

Zahlungspflichtige Webinare – freigesetztes Potenzial

Obwohl der Lockdown wie ein Erdbeben für die globale Wirtschaft war, förderte er auch Unternehmertum und bewegte die Menschen dazu, nach kreativen, neuen Geschäftslösungen zu suchen, die alternative Einnahmequellen bieten.

Eine dieser Lösungen sind die **zahlungspflichtigen Webinare**, die sich bereits lange vor der Pandemie als direkte Methode für die Organisation von kommerziellen Schulungen oder Online-Kursen bewährt haben. Lehrer, Trainer oder Privatschulen konnten einfach und unabhängig von der geografischen Lage ihrer Kunden – Studenten oder Kursteilnehmer – mit ihrem Bildungsangebot Geld verdienen.

In der neuen Realität wurden die Webinare zum Tool, mit dem das Vermitteln vom Wissen und von Fähigkeiten monetarisiert werden kann.

Im März 2020 stieg die Anzahl der auf der ClickMeeting-Plattform organisierten zahlungspflichtigen Events gegenüber März 2019 um **547%**.

Zahlungspflichtige Webinare während der Pandemie

Anzahl zahlungspflichtige Webinare:

547%



Die höchsten Einnahmen aus einem zahlungspflichtigen Webinar:

18.914 USD

Umfrage – Wie hat sich die Nutzung von Webinaren während der Pandemie verändert?

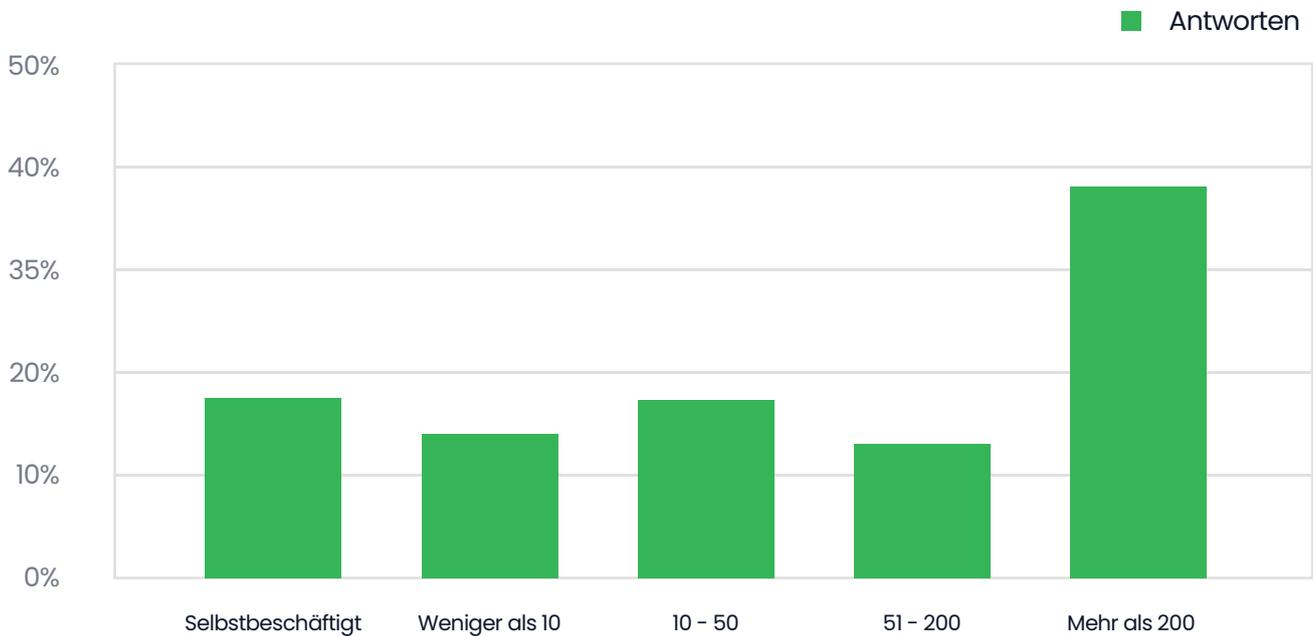
Um den Wandel besser zu verstehen, den das Webinar-Geschäft im Zusammenhang mit COVID-19 erlebt hat, haben wir eine Umfrage durchgeführt, in der wir Branchen, Geschäftsziele und Pläne für den zukünftigen Einsatz dieser Technologie analysiert haben.

Who uses webinars – from freelancers to corporations

Wir werfen jetzt einen genaueren Blick auf die aus der Umfrage gewonnenen Erkenntnisse.

Die Eröffnungsfrage bezog sich auf die Größe des Unternehmens bzw. der Institution, in der die Webinar-Hosts täglich arbeiten.

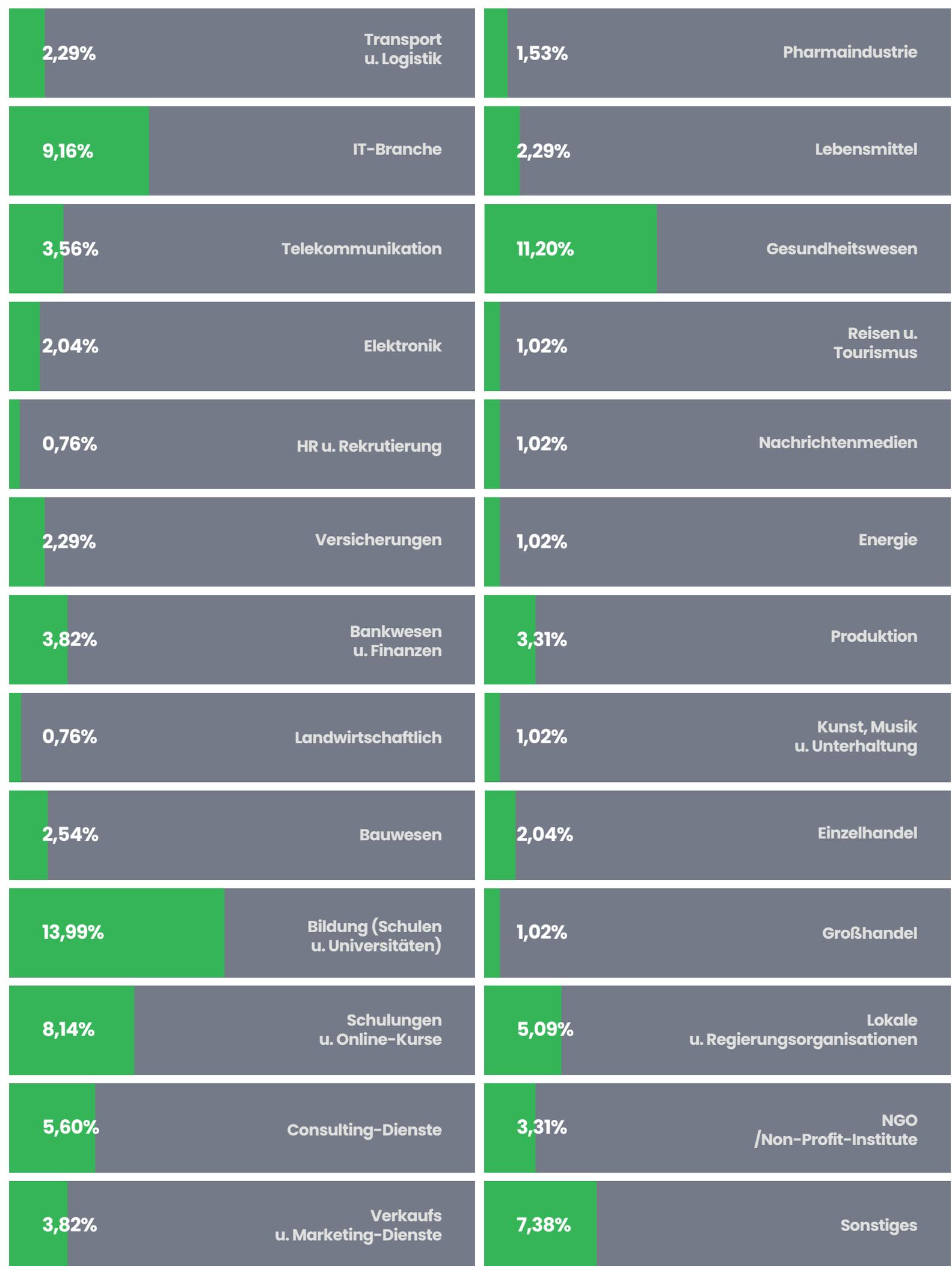
Wie groß ist Ihr Unternehmen?



Wie Sie sehen, bestätigt die Mehrheit der Befragten (**38%**), dass sie bei **größeren Organisationen** mit mehr als 200 Beschäftigten arbeiten. Die beiden anderen Gruppen – **selbstbeschäftigte Webinar-Hosts** und **Kleinunternehmen** (mit 10 bis 50 Mitarbeitern) – liegen nahezu gleich (18% und 17%). Unternehmen **mit weniger als 10 Mitarbeitern** und (51 bis 200 Mitarbeiter) liegen ebenfalls fast auf dem gleichen Niveau (14% und 13%).

Welche Branchen? Bildung und Schulungen führen, IT-Sektor und Gesundheitswesen liegen gleich dahinter

Eines der Hauptziele der Umfrage war es zu ermitteln, welche Branchen die Webinare am häufigsten als ein Tool für die Online-Kommunikation eingesetzt haben.



0%

■ Antworten

30% 0%

■ Antworten

30%

Bildung war einer der Sektoren, die zuerst von der Pandemie im Zusammenhang mit der Schließung von Schulen und Hochschulen betroffen wurden. Daher ist es nicht verwunderlich, dass sie mit **14%** eine führende Kategorie in unserer Umfrage ist. Zusammengestellt mit der eng zusammenhängenden Kategorie von **Schulungen und Online-Kursen** (**8%** der Antworten), kommen wir auf **22%** der Befragten, die im **Bildungsbereich im Allgemeinen** tätig sind.

Der zweite Platz gehört dem **Gesundheitswesen – 11%** der Befragten gaben ihre Zugehörigkeit zu diesem Sektor an. Dieses Ergebnis kann sowohl auf die in Krankenhäusern implementierte Online-Kommunikation als auch den Aufstieg der Telemedizin als Alternative zu herkömmlichen Praxisbesuchen zurückgeführt werden.



Tomasz Bołcun
Brand Manager bei ClickMeeting

In den letzten Jahren haben Gesundheitseinrichtungen ClickMeeting für die Personalschulung und interne Kommunikation eingesetzt, wie etwa Beratung über medizinische Behandlungen, neue Medikamente, Arten von Zahnersatz und so weiter. Darüber hinaus haben Pharmaunternehmen Webinare genutzt, um Ärzte über neue Medikamente und medizinische Geräte zu informieren.

Bemerkenswert ist, dass der **IT-Sektor** mit **9%** gleich dahinter liegt. Dies ist nicht verwunderlich, wenn man bedenkt, dass das letzte Jahrzehnt ein goldenes Zeitalter für die **SaaS-Branche**, **Start-ups**, **Marketingtechnologien**, **Softwarehersteller** und andere Unternehmen war, die Desktop- und mobile Apps entwickeln. Per Definition lag es für diese Unternehmen immer nahe, fern zu arbeiten und einen Teil der Arbeit an Freiberufler und Agenturen zu outsourcen. Online-Meetings und Webinare passen da perfekt ins Bild.

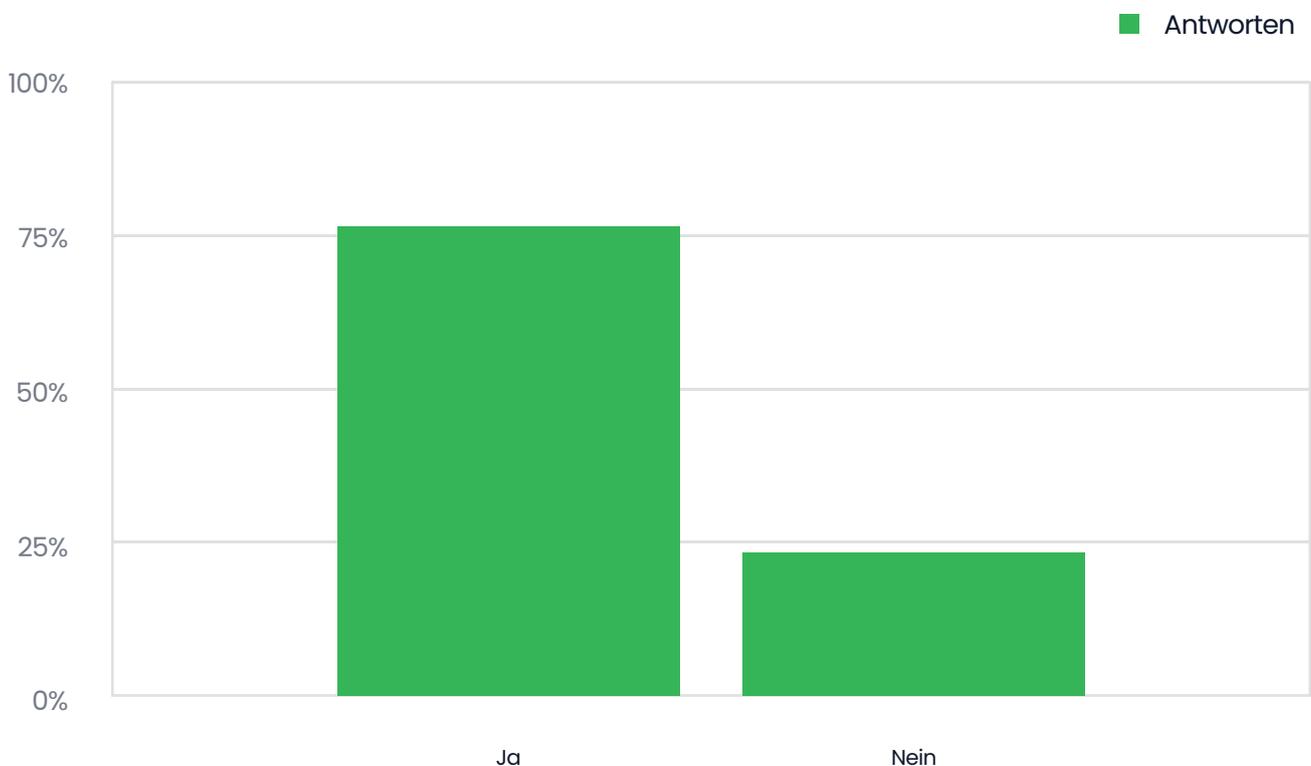
Vertreter anderer Sektoren bestätigen ebenfalls die Einbeziehung von Webinaren in den Geschäftsbetrieb, aber sie sind prozentual weniger. Die folgenden Branchen sind jedoch erwähnenswert:

- Consulting-Dienste – 6%
- Lokale u. Regierungsorganisationen – 5%
- Verkaufs- u. Marketing-Dienste – 4%
- Bankwesen u. Finanzen – 4%
- Telekommunikation – 4%
- Produktion, Bauwesen, NGO – je 3%

Erfahrung in der Nutzung von Webinar-Plattformen

Die folgende Frage sollte klären, ob es sich bei den Benutzern um Neuanwender oder um Personen handelt, die schon Kontakt mit der Webinar-Technologie hatten.

Haben Sie vor der COVID-19-Pandemie Webinar-Plattformen genutzt?



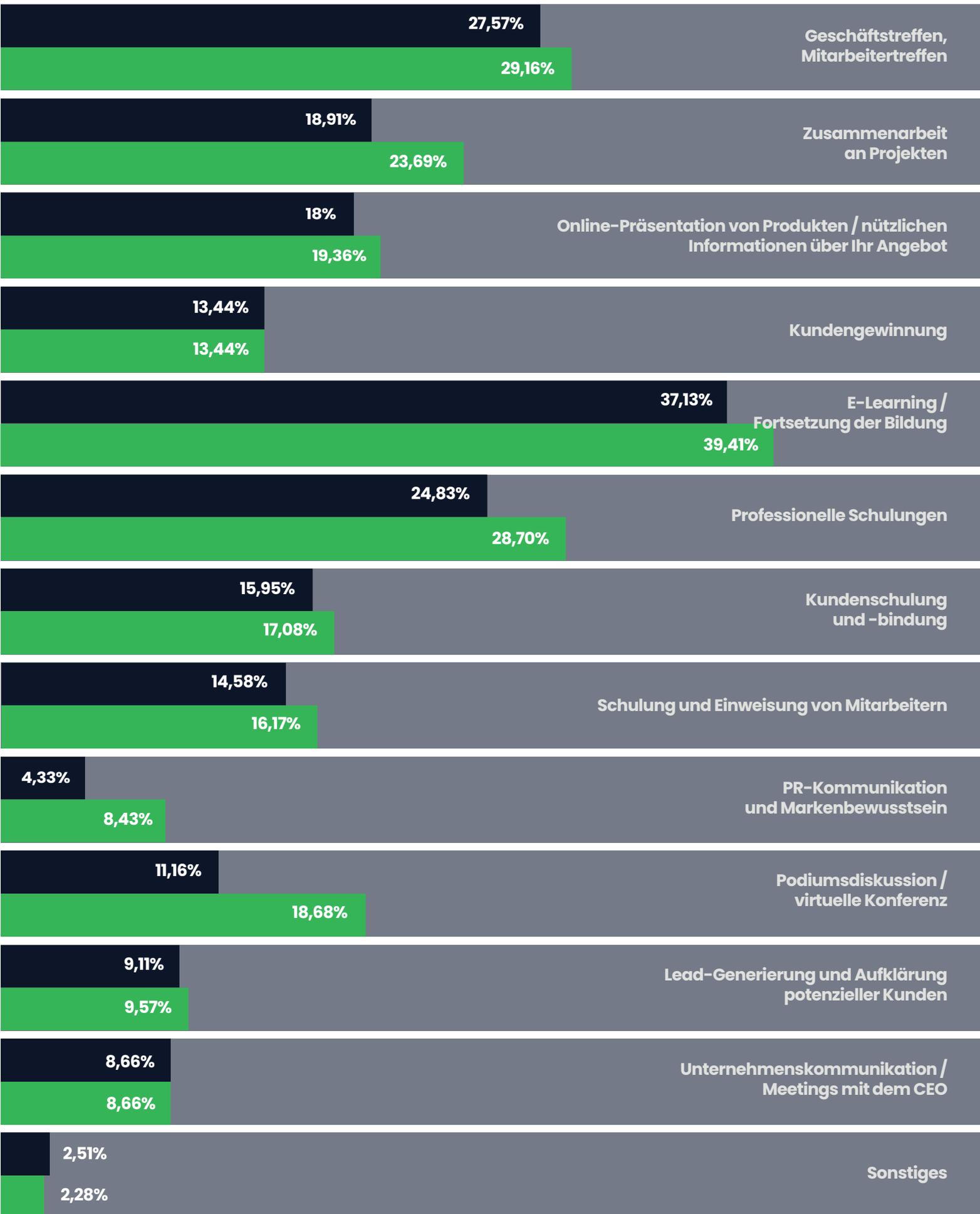
Es besteht kein Zweifel, dass Personen, die bereits Erfahrung mit der Organisation von Online-Events hatten, die Neuanwender weit hinter sich lassen. **77%** der Befragten bestätigen, dass sie vor dem Ausbruch des Virus eine Webinar-Plattform genutzt haben.

Geschäftsziele vor und während der Pandemie

Was waren die Geschäftsziele im Zusammenhang mit der Organisation von Webinaren vor März 2020? Und wie haben sich diese Ziele nach der Bekanntgabe der Quarantäne verändert?

Wir analysieren genau die grundlegenden Geschäftsziele und ermittelt, in welche Richtung sie in dieser völlig neuen Realität gehen.

Was waren Ihre Geschäftsziele für den Einsatz von Webinaren vor der Koronavirus-Pandemie?



0%

■ Zuvor

■ Danach

45%

Geschäftstreffen und Zusammenarbeit an Projekten – Anstieg um bis zu 7%

Zweifelsohne sind die Arbeit in geografisch verteilten Teams, Unternehmenskommunikation zwischen Niederlassungen in verschiedenen Städten, Regionen, Ländern oder Kontinenten sowie Online-Geschäftstreffen nichts Neues.

Anbieter treffen sich mit ihren Kunden, Start-ups mit potenziellen Unternehmensengeln, die Zentrale eines Bankennetzwerks mit ihren Franchisenehmern. Und Softwareentwickler, UX-Designer, Werbetexter und Grafikdesigner, die Hunderte oder sogar Tausende von Kilometern voneinander entfernt sind, arbeiten an verschiedenen IT-Projekten zusammen.

Mit der Umfrage haben wir bestätigt, dass infolge der Pandemie diese Aspekte der Online-Kommunikation wichtiger geworden sind:

- **Geschäfts- und Mitarbeiter-Online-Treffen** – ein Anstieg von **45%** auf **50%**;
- **Zusammenarbeit an Projekten** – die Antworten bestätigen einen Anstieg im Bereich der Geschäftsziele von **36%** auf **43%**.

Produktdemos und Lead-Generierung verzeichnen einen Anstieg

Wie unsere früheren Berichte zum Stand von Webinaren gezeigt haben, sind Webinare ein bewährtes Verkaufstool vor allem deswegen, weil sich damit die Webinar-Teilnehmer auf eine spezielle Landing-Page mit einem Bestellungsformular umleitet lassen.

Die **Produktdemo** ist eine der Hauptformen eines Webinars. In diesem Fall hat die Pandemie auch dieses Geschäftsziel beeinflusst:

- Während fast **19%** der Befragten bestätigten, dass sie **Produktdemos** vor dem Coronavirus eingesetzt haben, beträgt diese Zahl jetzt **21%**.
- Die Kundengewinnung, wobei Produkte und Dienstleistungen direkt über **Verkaufs-Webinare** verkauft werden, stieg von **14%** auf **15%**.
- An Popularität hat am stärksten die **Lead-Generierung und -pflege** zugenommen – von **12%** auf **17%**.

Bildung und Schulungen dominieren

Jahr für Jahr wird das E-Learning immer populärer, was sich in den Ergebnissen unserer Umfrage niederschlägt. Beeindruckende **48%** der Befragten gaben an, dass das **E-Learning** ihr Ziel bei der Durchführung von Webinaren war, noch bevor der Virus unsere Welt veränderte. Zurzeit sehen wir einen leichten Rückgang – **46%** der Befragten bestätigen, dass dies ihr aktuelles Geschäftsziel ist.

Professionelle Schulungen hingegen haben eine starke Position – **41%** vor dem Ausbruch, **44%** nach der Einführung des Lockdowns.

Schulungen bewähren sich auch als ein effizientes Instrument der **Kundenkommunikation** in jeder Phase der Customer Journey. Dazu eignen sich Webinare mit Tools wie **Bildschirmfreigabe**. Es stellte sich heraus, dass 10% der Befragten angeben, vor der Quarantäne Webinare zum Zwecke des **Kunden-Onboarding und der Kundenbindung** eingesetzt zu haben, und jetzt haben **12%** von ihnen diese Option gewählt.

Mitarbeiter-Onboarding und -schulung ist ein weiterer Bereich, in dem aufgrund der Pandemie ein Anstieg verzeichnet wurde (die Antworten zeigen einen Anstieg **von 15% auf 17%**). Es ist jedoch bemerkenswert, dass Online-Schulungen für Mitarbeiter schon lange vor dem Coronavirus eine bewährte Alternative für kosten- und zeitaufwändige traditionelle Schulungen vor Ort waren.

Hier kann **Nest Bank** als Beispiel dienen. Bereits im Jahr 2018 beschlossen ihre Manager, die Mitarbeiter und Franchisenehmer nur über eine Webinar-Plattform zu schulen, wodurch sie bei jedem Event **zwei Wochen Arbeit** sparen konnten.

Virtuelle Konferenzen und Podiumsdiskussionen – die einzige Alternative zum Absagen von Events vor Ort

Ab Anfang Februar, als sich das Coronavirus intensiv zu verbreiten begann, beschlossen die Veranstalter der größten Technologiekonferenzen (*Mobile World Congress* in Barcelona, von Facebook bzw. Google organisierte Events), ihre Events abzusagen, während andere (wie Microsoft, Adobe oder Salesforce) sie entweder verschoben oder **vollständig digital abgehalten haben**.

Als Dienstleistungsunternehmen, Läden, Restaurants oder kulturelle Einrichtungen aufgrund der Pandemie geschlossen wurden und das Verbot von Massenveranstaltungen in Kraft trat, hatten die Veranstalter aller Konferenzen und Diskussionsrunden zwei Option: die Veranstaltung abzusagen oder virtuell durchzuführen.

Laut den Ergebnissen unserer Umfrage war die Durchführung **virtueller Konferenzen** vor März 2020 für **11% der Befragten** eine Alternative, während sich während der Pandemie bereits **15%** der Befragten dafür entschieden haben.

Die internationale Konferenz **Supercomputing Frontiers**, die vollständig online über die ClickMeeting-Plattform abgehalten wurde, beweist, dass die Organisation einer virtuellen Konferenz keine schwierige Herausforderung sein muss.



**Der Event-Host,
Dr. Marek Michalewicz,
sagte uns in einem
exklusiven Interview:**

In der Regel erwarten wir bei einem Event vor Ort bis zu 300 Personen, hauptsächlich aus Polen. Durch die Organisation eines Online-Events haben wir die Anzahl der Teilnehmer verdreifacht und uns für die ganze Welt geöffnet.

Das Event hatte eine größere Reichweite als jede der vorherigen fünf Konferenzen. Auch für Sponsoren hat es sich gelohnt, da die Reichweite viel größer war als bei einer Konferenz vor Ort.

PR-Kommunikation und Markenbewusstsein – Anstieg um 5%

Marketingleute und PR-Spezialisten sind für diese Form der Kommunikation schon seit einigen Jahren begeistert. Per Definition ermöglichen ihnen Webinare, eine längere Präsentation von Inhalten vorzubereiten als bei den kürzeren Videomaterialien.

Sie ermöglichen auch die Interaktion mit den Teilnehmern in Echtzeit über Tools wie Chat, Q&A-Sitzungen oder Umfragen.

In der neuen Realität beschleunigte nur die Nachfrage nach Webinaren als eine Lösung für die PR-Kommunikation und den Austausch von unschätzbarem Wissen im Hinblick auf die Förderung des Markenbewusstseins.

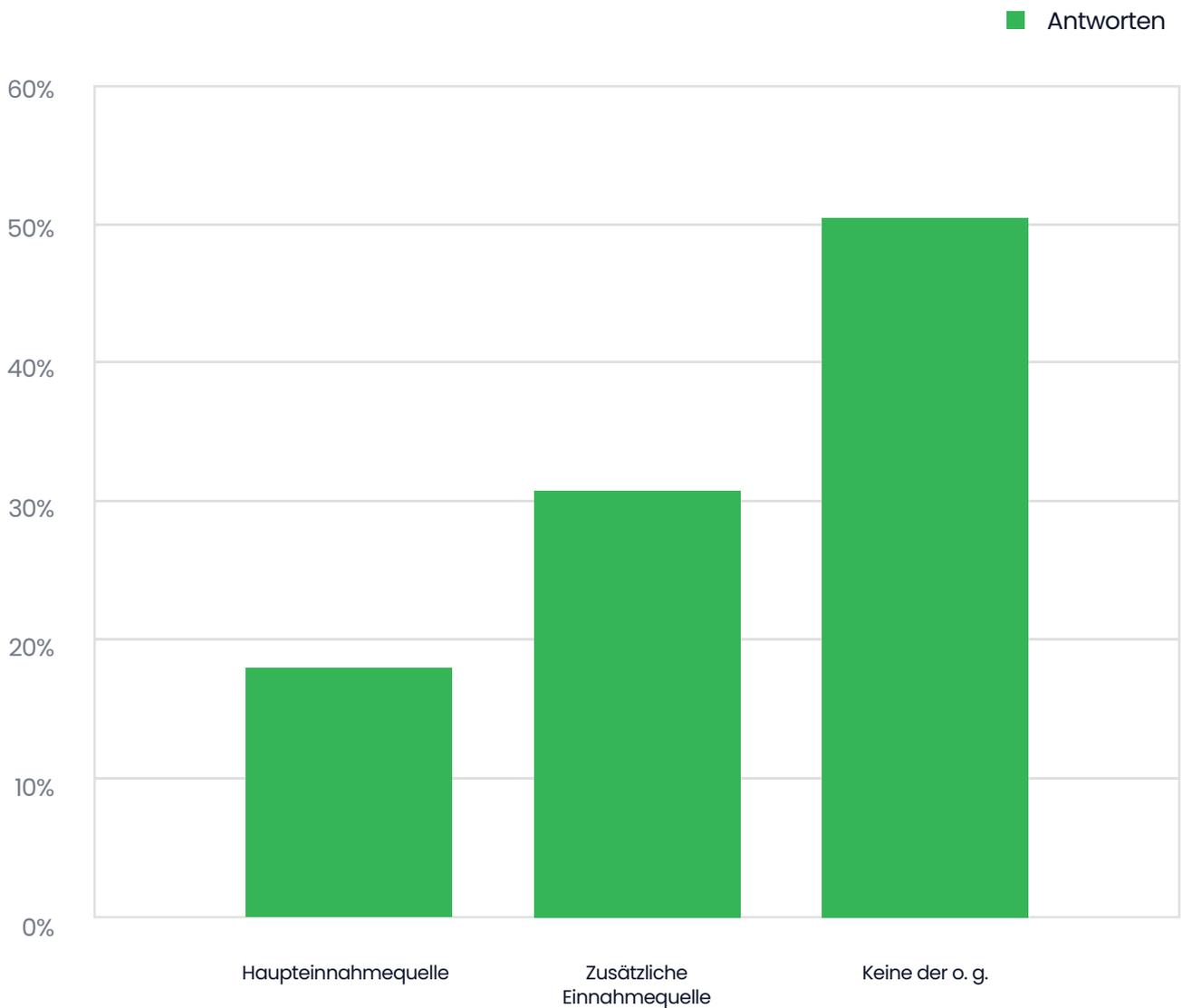
Unter den Geschäftszielen vor der Pandemie gaben **9% der Befragten** diesen Aspekt an, während diese Zahl im Hinblick auf die aktuellen Ziele bereits auf **14% angestiegen ist**.

Webinare als Einnahmequelle? So viele wie 49% der Befragten antworteten mit Ja!

Zuvor haben wir auf **zahlungspflichtige Webinare** als ein Tool zum Verkauf von Schulungen und Online-Kursen hingewiesen. Laut dem Bericht über den **Stand von Webinaren** in den letzten Jahren verdienten die Veranstalter der erfolgreichsten Webinare **im Jahr 2018 43.000 USD** und **im Jahr 2019 20.930 USD** pro Event.

Wir haben geprüft, ob im Hinblick auf die durch COVID-19 verursachte globale Wirtschaftskrise zahlungspflichtige Webinare eine gute Option sind, um Einnahmen zu sichern.

Webinare sind für Sie:



Obwohl 51% der Befragten bestritten, dass Webinare für sie eine Haupt- oder zusätzliche Einnahmequelle sind, umfasste unsere Umfrage die folgenden Geschäftsziele: **Zusammenarbeit an Projekten, Abhalten von Geschäftstreffen, PR-Kommunikation, Produktdemos, Verkaufsgespräche, Unternehmenskommunikation und interne Schulungen.** Es ist schwer zu erwarten, dass der Zugriff auf diese Arten von Webinaren bezahlt wird.

Wir analysieren dieses Ergebnis aus einer anderen Perspektive – **18% der Webinar-Hosts** gaben an, dass zahlungspflichtige Webinare ihre **Haupteinnahmequelle** sind! Genauer gesagt bestätigten 18% der Befragten, **dass es möglich ist, an Webinaren zu verdienen.**

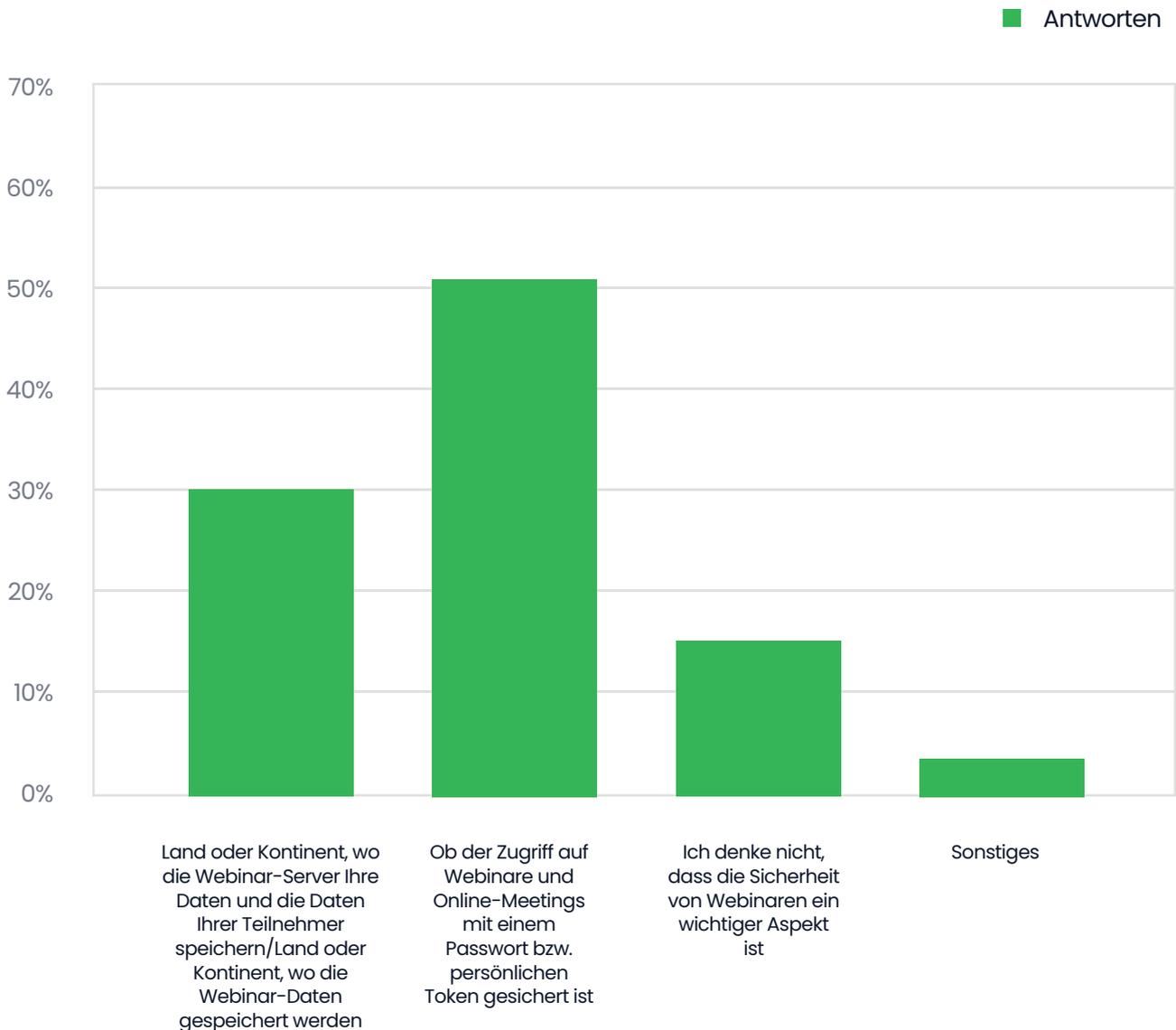
Gehen wir noch weiter – **31% der Befragten sagten**, dass diese Art von Online-Events für sie eine **zusätzliche Einnahmequelle** ist. Insgesamt ist diese Lösung für **49% der Webinar-Hosts** eine Einnahmequelle.

Sicherheit ist wichtig für die meisten Veranstalter

Die plötzliche Notwendigkeit, die gesamte Geschäfts- und Bildungskommunikation online zu betreiben, deckte die Schwächen einiger technologischer Lösungen auf und brachte das pathologische Verhalten einiger Internetnutzer zum Vorschein. Bei dem sog. **Zoombombing** hacken Trolle Videoanrufe und Online-Konferenzen und stören diese mit missbräuchlichen Inhalten.

Die Sicherheit von Online-Meetings, Videokonferenzen und Webinaren ist zu einem der kritischsten und dringendsten Themen geworden. Diese Ansicht wird durch die Antworten auf die nächste Frage in unserer Umfrage bestätigt:

Welche der genannten Sicherheitsaspekte von Webinaren halten Sie bei der Auswahl einer Webinar-Plattform für wichtig?



51% der Befragten sind für die **Sicherung von Webinaren** und Online-Meetings mit **Passwörtern bzw. eindeutigen Tokens**.

Ein weiterer Sicherheitsaspekt betrifft den Standort der Server, auf denen die Daten der Veranstalter und Teilnehmer gespeichert sind. Dieser Aspekt ist für **20%** der Befragten wichtig.

Andererseits erklären **15%** der Webinar-Hosts, dass Webinar-Sicherheitsmaßnahmen für sie nicht sehr wichtig sind.



Maja Korpusik

Head of Customer Experience bei ClickMeeting

In letzter Zeit haben wir einen deutlichen Anstieg der Anzahl von Kunden gesehen, für die Sicherheit bei der Auswahl einer Webinar-Plattform an erster Stelle steht. Die Absicherung von Events mithilfe von Passwörtern und Tokens war schon immer eine der wichtigsten Empfehlungen für unsere Kunden.

Wir bieten immer verschiedene Verbesserungen und Schutzmaßnahmen an, aber es liegt letztendlich an unseren Kunden, die zu ihnen am besten passenden Lösungen zu wählen, die zugleich Sicherheit und Benutzerfreundlichkeit in sich vereinen.

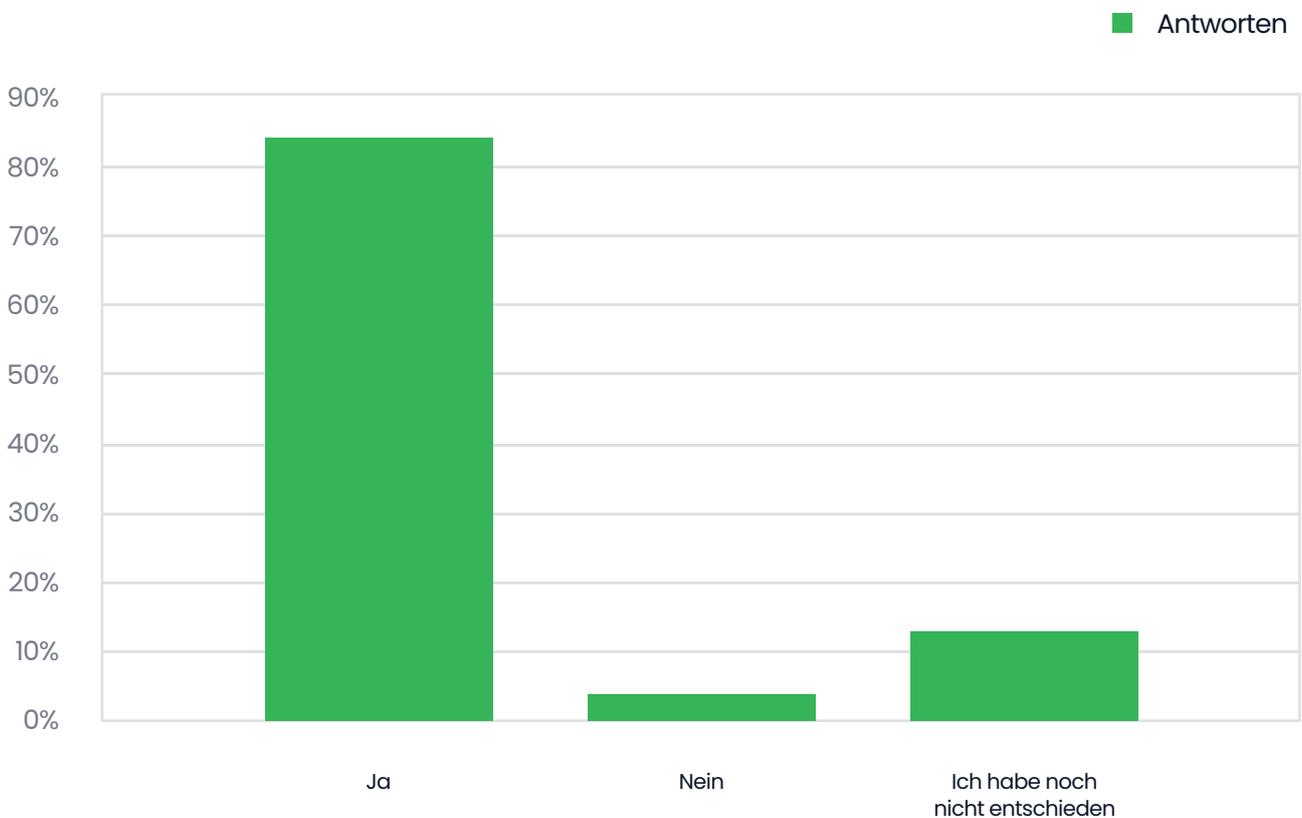
Die Antworten auf die Frage über den Server-Standort überraschen mich nicht. Es ist nicht nur die geografische Lage zu beachten. Es geht nicht nur um das WO?, sondern vor allem um das WIE?. ClickMeeting beschäftigt sich umfassend mit diesem Thema. Alle Lieferanten haben unsere sehr strengen und präzisen Datenverarbeitungsvereinbarungen unterzeichnet und uns ein hohes Maß an Datenschutz garantiert.

Webinare nach der Pandemie – ja oder nein?

Zweifelsohne zeigen alle Daten und Umfrageergebnisse in diesem Bericht deutlich, dass der Beginn der COVID-19-Pandemie ein Ansporn für den rapiden Anstieg der Nachfrage nach Webinaren war.

Wird dieser Trend anhalten, wenn die Pandemie abgeklungen ist, oder wird er abbremsen? Diese Frage haben wir in unserem Fragebogen gestellt:

Werden Sie weiterhin eine Webinar-Plattform nutzen, wenn die Pandemiesperre vorbei ist?



Die überwiegende Mehrheit der Befragten (**83%**) gab an, dass sie auch nach der Quarantäne und dem Ende der sozialen Distanzierung weiterhin Webinar-Plattformen nutzen werden.

Diesen Antworten können wir entnehmen, dass, obwohl die Pandemie die Nachfrage nach Webinar-Software enorm gesteigert hat, der umfassende Einsatz und Wirksamkeit (unabhängig vom Coronavirus und seinen Folgen) jedoch für eine weitere Nutzung dieser Lösung unabhängig von der Pandemie sprechen.

Welche Webinar-Tools haben an Popularität am stärksten zugenommen?

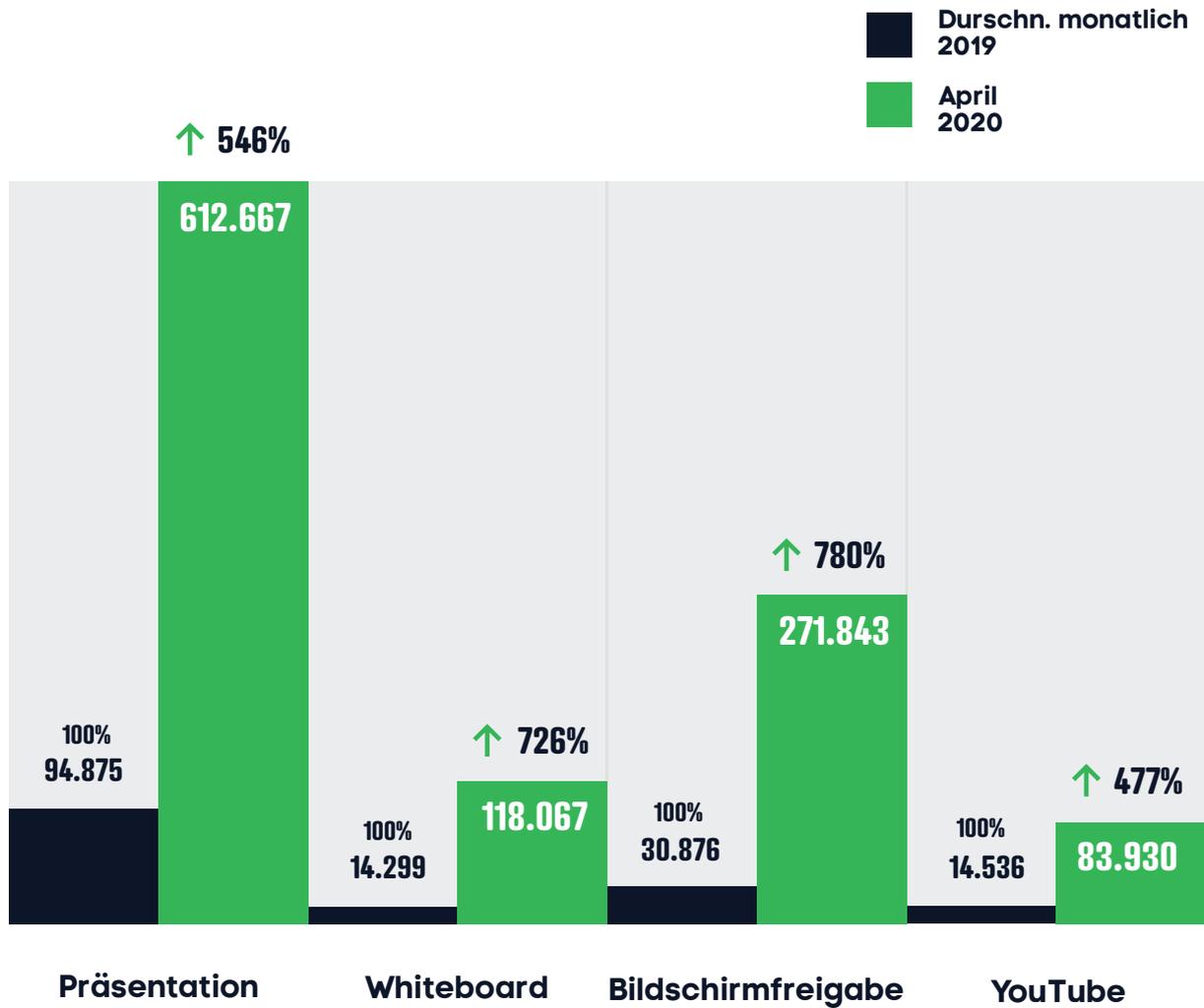
Einer der Aspekte, die wir in Rahmen unseres im Februar 2020 veröffentlichten jährlichen Berichts über den Stand von Webinaren bewertet haben, war der quantitative Einsatz bestimmter **Tools** der ClickMeeting-App bei der Organisation und Durchführung virtueller Konferenzen.

Basierend auf den Informationen, die sich auf die Zeit vor dem Virus beziehen, konnten wir eine **Vertiefung bestehender Trends** sowie **neue Präferenzen** beobachten, d.h. eine intensivere Nutzung von Features, die bisher nur als „aufgehende Sterne“ angesehen wurden.

Präsentationsfunktionalitäten – Anstieg um 545%

Bei Webinaren und Online-Geschäftstreffen geht es darum, die Inhalte so umfassend wie möglich in Form von Wissen, Daten und Fähigkeiten zu vermitteln. Ein von ClickMeeting bereitgestellter Webinarraum bietet viele Features, die ideal zu jedem Geschäftsziel der Webinare passen – unabhängig davon, ob es sich um Bildungs-, Marketing- oder Verkaufswebinare handelt.

Nutzungsintensität der Features von ClickMeeting vor und während der Pandemie



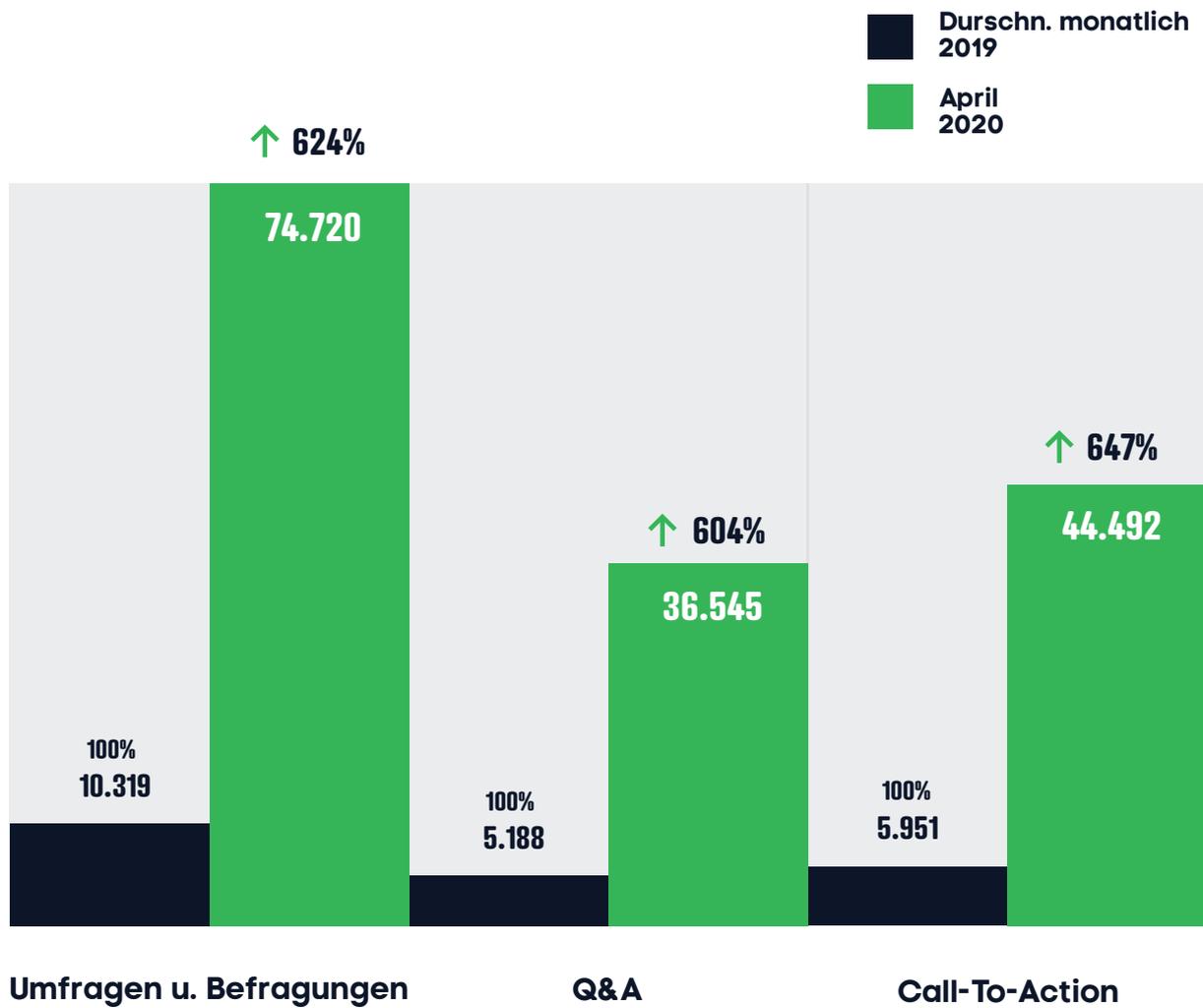
- Die Position der **Präsentations**funktionalität ist solide. Es ist eine traditionelle und bewährte Methode, um Informationen an die Webinar-Teilnehmer zu vermitteln. Die Nutzung der traditionellen Diashow **ist um 545% angestiegen**.
- Das **Whiteboard** mit Zeichen- und Schreib-Tools ist eine selbstverständliche Wahl für Online-Lehrer.
- Lange bevor der Coronavirus die Welt heimgesucht hat, war die **Bildschirmfreigabe** eines der grundlegenden Tools für die Durchführung wirksamer Videokonferenzen. Der Virusausbruch hat die Popularität dieses Features nur verstärkt. Die Webinar-Hosts machen das Beste daraus, um ihre Zielgruppe durch Dokumente, Anwendungen, neue IT-Systeme usw. zu navigieren.
- Die ansteigende Popularität des **YouTube**-Features korreliert mit den Inhalten von Marketingberichten und -artikeln, nach denen jedes neue Jahr das Jahr des Videos sein sollte. Dieses Tool ermöglicht das Abspielen eines YouTube-Videos direkt im Webinarraum und hilft den Webinar-Hosts, ihr Publikum mitten in einer langen Diashow zu unterhalten.

Interaktive Features – Anstieg um mehr als 600%

Die interaktiven Funktionalitäten sind ein großer Vorteil von Webinaren gegenüber anderen Formen der Online-Präsentation von Inhalten. Zunächst einmal ermöglichen Webinare die Vermeidung einer einseitigen Kommunikation (Absender -> Empfänger) und die Implementierung vom Echtzeit-Feedback, der dem Host dabei hilft, das Event attraktiver zu gestalten und sein Publikum besser kennenzulernen.

Welche Webinar-Tools ermöglichen die Interaktion in Echtzeit? Wie hat die Pandemie ihre Nutzung beeinflusst?

Nutzungsintensität der Features von ClickMeeting vor und während der Pandemie



- **Umfragen und Befragungen** sind ein Muss für Online-Lehrer und -Trainer, die das erworbene Wissen ihrer Schüler und Kursteilnehmer während des Events bewerten möchten. Aber das ist noch nicht alles. Mit diesen Features lassen sich wertvolle Meinungen und Vorlieben von zukünftigen oder bestehenden Kunden sammeln, was sie zu einem perfekten Tool für Marketingfachleute und Verkäufer macht.
- Neben dem **Chat** ist die **Q&A** ein weiteres Tool, das die gegenseitige Kommunikation zwischen dem Host und seinem Publikum einführt und es dem Host ermöglicht, Fragen zu beantworten, komplexe Prozesse zu erklären oder die Meinungen der Teilnehmer in Erfahrung zu bringen.
- Die zunehmende Nutzung des **CTA-Features** (Call to Action) geht mit dem zunehmenden Einsatz von Webinaren in Online-Verkaufsstrategien einher. Das Anzeigen einer **CTA-Schaltfläche** zum richtigen Zeitpunkt während der Veranstaltung hilft dabei, eine erwartete Aktion auszulösen – das Weiterleiten von Teilnehmern auf eine **Landing-Page** mit einem Produkkaufformular, die Registrierung eines Benutzerkontos oder Anmeldung für einen Online-Kurs.

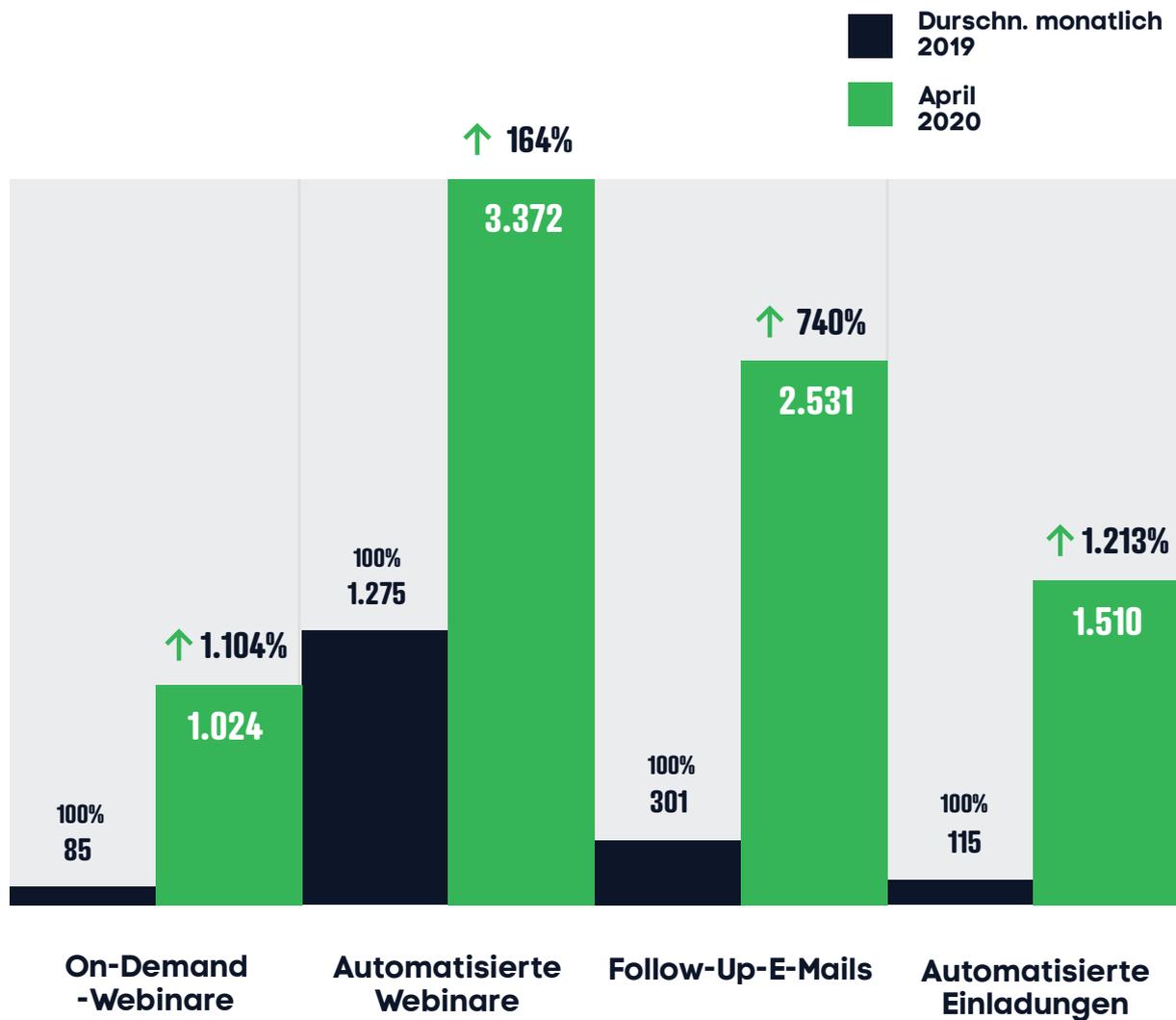
Features zur Automatisierung – Anstieg um sogar 1.310%

Die **Automatisierung** von Aktivitäten und Prozessen bei der Veranstaltung von Webinaren und Online-Meetings war eine erwartete und selbstverständliche Weiterentwicklung dieser Technologie.

Nachdem wir 2019 einige Automatisierungstools in der ClickMeeting-App eingeführt haben, konnten wir deren Einsatz zum ersten Mal messen, als wir Anfang 2020 unseren **Bericht zum Status von Webinaren** erstellt haben.

Mit diesen Daten können wir schlussfolgern, welches dieser Tools erfolgreich in Zeiten von Telearbeit, Online-Unterricht und -Lernen eingesetzt wird.

Nutzungsintensität der Features von ClickMeeting vor und während der Pandemie



Von über einem Dutzend neuer Features haben wir diejenigen ausgewählt, deren Nutzung um über 100% angestiegen ist. Unsere Analyse zeigte eine Veränderung von **sogar mehr als 1.000%** bei einigen Features.

- **On-Demand-Webinare** gehören zu den wichtigsten Features im Zusammenhang mit virtuellen Konferenzen. Ein Anstieg von **1.100%** im Vergleich zu der Zeit vor der Pandemie zeigt einen Zusammenhang zwischen diesem Tool und der Notwendigkeit, **Online-Unterricht** zu organisieren. On-Demand-Webinare finden im Gegensatz zu Live-Webinaren nicht in Echtzeit statt, sondern sind in einer für die Teilnehmer bequemen Zeit abrufbar.
- Obwohl **automatisierte Webinare** keinen so spektakulären Anstieg verzeichnen können wie die On-Demand-Webinare (ein Anstieg um „nur“ **164%**), ist jedoch zu berücksichtigen, dass ihre Nutzung vor der Pandemie um **1.400% höher** war als die Nutzung von On-Demand-Webinaren. Automatisierte Webinare sind simulierte Live-Events, die zu einem bestimmten Zeitpunkt stattfinden. Der wesentliche Unterschied ist, dass der Host nicht anwesend sein muss. Der Veranstalter des Events zeichnet es früher auf, fügt Elemente wie eine **Umfrage** oder **CTA-Schaltfläche** hinzu und stellt das automatische Abspielen ein.

In beiden Fällen kann der Webinar-Host wiederholt ein einmal aufgezeichnetes Material einsetzen und dank der Automatisierung wertvolle Zeit sparen, die für andere Geschäfts- oder Bildungsaktivitäten genutzt werden kann.

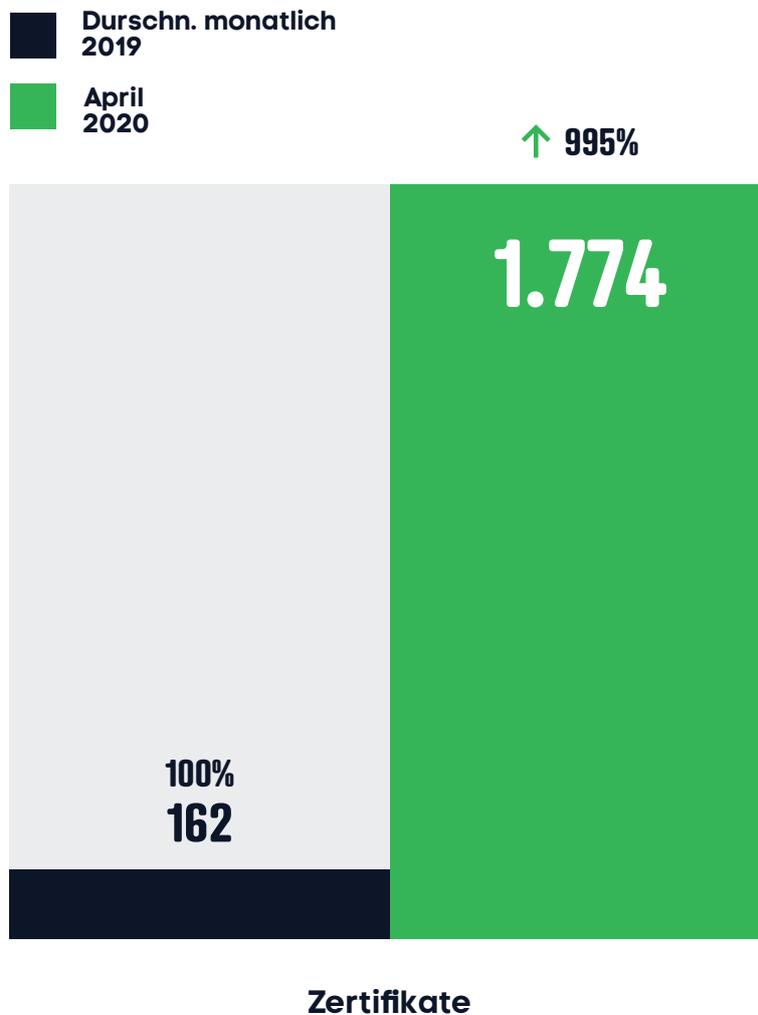
- **Automatisierte Follow-Up-E-Mails** – Die Nutzung dieses Features hat in der neuen Realität um sogar **840%** zugenommen. Dieser Anstieg beruht auf der Tatsache, dass dieses Tool die automatische Kommunikation zwischen Webinar-Organisatoren und den Personen ermöglicht, die sich für das Event registriert haben, jedoch nicht erschienen sind. Späterer und sofortiger Kontakt mit den registrierten Personen ist entscheidend. Unmittelbar nach Beendigung des Events verschickt die Plattform automatisch Follow-Up-E-Mails, um die Webinar-Aufzeichnung und andere Ressourcen wie Präsentationen oder andere Dateien (Tabellenkalkulationen, PDFs oder Videoclips) zu teilen.
- **Automatisierte Einladungen zu bevorstehenden Events** haben die führende Position unter den populären Automatisierungsfeatures – wir verzeichneten einen phänomenalen Anstieg von **1.310%** gegenüber 2019.

Zertifikate – Nachweis über den Abschluss von Kursen bzw. Schulungen

Dieses Feature, mit der die Tools der ClickMeeting-Plattform Mitte 2019 unterstützt wurde, wurde für Lehrer, Schulen und Trainer entwickelt. Ein Zertifikat über den Abschluss eines Online-Kurses bzw. einer Schulung ist für die Teilnehmer ein konkreter **Nachweis** über die Steigerung ihrer beruflichen Qualifikation bzw. das Erlernen neuer Fähigkeiten.

So hat die neue Realität, in der Fernunterricht die traditionelle Bildung ersetzt, zu einer verstärkten Nutzung der **Zertifizierungsfunktion** beigetragen:

Nutzungsintensität der Features von ClickMeeting vor und während der Pandemie



Zusammenfassung

Zweifelsohne hat der Ausbruch der COVID-19-Pandemie die Welt auf den Kopf gestellt und unser tägliches Leben in beruflicher, wirtschaftlicher, sozialer und pädagogischer Hinsicht neu definiert.

Wie schon in unserem Bericht erwähnt, wird der März 2020 als Beginn globaler Verbote und Beschränkungen in die Geschichte eingehen, da eine beispiellose Nachfrage nach Webinar- und Videokonferenzsoftware auslöst wurde.

Die Hauptziele waren Telearbeit sowie virtuelle Kurse und Vorträge. Die Notwendigkeit, alle beruflichen und pädagogischen Aktivitäten in den Cyberspace zu verlagern, war der Auslöser für den enormen Anstieg von Anfragen über Webinare.

Dass Webinare zu einem Geschäfts- und Bildungsinstrument des ersten Bedarfs geworden sind, zeigt sich auch in dem beispiellosen Anstieg der Statistikzahlen auf der ClickMeeting-Plattform.

Jede Woche haben wir **375% mehr Events** als vor COVID-19 verzeichnet und das Publikum dieser Events war **um 560% größer**.

Allein im März 2020 hat die Anzahl von Webinaren auf ClickMeeting fast eine **Viertelmillion** erreicht. Im ersten Monat der Pandemie lag die für diese Online-Events sogar bei **3.203.034**. Zum Vergleich haben Webinare ein Jahr zuvor (im März 2019) **870.579** Teilnehmer angezogen.

In geografischer Hinsicht hat sich auch die Karte der Webinar-Aktivitäten verändert. Während der Anstieg in Ländern, die mit dieser Technologie bereits vertraut sind, mäßig war (**USA** und **Russland** – **39%** und **19%** mehr Events), sind die Trends in europäischen Ländern viel beeindruckender (z.B. **Polen +1.156%**, **Deutschland +519%**, **Griechenland +868%**, **Frankreich +423%**).

Diese intensive Zunahme der Anzahl der organisierten Webinare hat auch zu einem **radikalen Anstieg der Verwendung der auf der ClickMeeting-Plattform verfügbaren Tools** geführt. Wie in unserem Bericht erwähnt, ist die Verwendung von Funktionen wie **Präsentation, virtuelles Whiteboard, Bildschirmfreigabe, Umfragen, Q&A, Zertifikate**

oder Automatisierungstools (wie **On-Demand-Webinare** oder **automatisierte Webinare**) **um bis zu 1.310% angestiegen.**

Das wichtigste Kapitel unseres Berichts ist die **Analyse der Umfrageergebnisse**, die wir im Mai 2020 durchgeführt haben. Damit waren wir in der Lage, die für das Webinar-Geschäft relevanten Trends zu überwachen.

Die wichtigsten Schlussfolgerungen sind wie folgt:

- Webinare werden von Personen und verschiedenen Organisationen veranstaltet: von Selbständigen (**18%**) und Kleinstunternehmen (**14%**) über kleine (**17%**) und mittlere Unternehmen (**13%**) bis hin zu großen Organisationen (**38%**) mit mehr als **200 Mitarbeitern**.
- Die Branchen, aus denen die Webinar-Veranstalter stammen, sind: **Bildung**, mit **14%** die führende Kategorie, gefolgt von der eng verwandten Kategorie von Schulungen und **Online-Kursen** (**8%** der Antworten), d.h. insgesamt stammen **22%** der Befragten aus dem **Bildungsbereich im Allgemeinen**. Andere erwähnenswerte Branchen sind das **Gesundheitswesen** (**11%**) und der **IT-Sektor** (**9%**).
- Ein weiteres Erkenntnis aus unserer Umfrage betrifft die Erfahrung mit der Verwendung von Webinar-Software vor dem Ausbruch von COVID-19. **77% der Befragten bestätigten**, dass sie die Webinar-Plattform vor der Pandemie genutzt haben, während für **23%** der Befragten dieses Thema **völlig neu** ist.
- Mit dem Anbruch der neuen Realität haben sich die mit dem Einsatz von Webinaren verbundenen Geschäftsziele verändert. **Geschäfts- und Mitarbeiter-Online-Treffen** – ein Anstieg von 45% auf 50%;

Zusammenarbeit an Projekten – von **36% auf 43%**; **Lead-Generierung und -pflege** – von **12% auf 17%**; **virtuelle Konferenzen** – von **11% auf 15%**; **PR-Kommunikation** – ein Anstieg der Popularität von **9% auf 14%**.

- Der Einsatz von Webinaren für Bildungszwecke rangiert immer noch an erster Stelle, trotz eines leichten Rückgangs von **48% auf 46%** laut Antworten der Befragten. **Professionelle Schulungen** hingegen verzeichneten einen Anstieg – **41%** vor dem Ausbruch, **44%** nach der Einführung des Lockdowns. Das Gleiche gilt für den Bereich **Mitarbeiter-Onboarding und -schulung**, wo wir einen Anstieg von **15% auf 17%** verzeichnet haben.
- Webinare sind eine verlässliche Einnahmequelle – **18% der Webinar-Hosts** gaben an, zahlungspflichtige Webinare seien ihre **Haupteinnahmequelle**, und **31% der Befragten** antworteten, dass diese Art von Online-Events ihnen als eine **zusätzliche Einnahmequelle** dient. Insgesamt verdienen **49% der Webinar-Hosts** direkt an Webinaren. Der Sicherheitsaspekt ist enorm wichtig – sogar **51% der Befragten**
- betrachten die **Sicherung von Webinaren** und Online-Meetings mit **Passwörtern bzw. eindeutigen Tokens** als wichtig. Der Standort der Server, auf denen die Daten der Veranstalter und Teilnehmer gespeichert sind, ist für weitere **20%** der Befragten entscheidend.

Das Kernstück und eine ideale Zusammenfassung unseres Berichts sind die Antworten auf die letzte Frage, mit der ermittelt werden sollte, ob die rekordhohe Nutzung von Webinaren nach der Pandemie fortgesetzt wird.

Sogar **83% der Befragten gaben an**, dass sie die Webinar-Plattform nach Abklingen der Pandemie und Beendigung der sozialen Distanzierung weiterhin nutzen werden. **17% der Befragten machten keine** ausdrückliche Erklärung, während nur **3%** angaben, an solchen Events **nicht mehr** beteiligt zu sein.

Methodologie

Statistiken aus der ClickMeeting-Plattform

Um diesen Bericht zu erstellen, haben wir die Ergebnisse aus der statistischen Datenanalyse ausgewertet, die aus den internen Datenbanken der ClickMeeting-Webinarplattform stammen.

Diese Daten beziehen sich auf:

- Die Anzahl der auf der ClickMeeting-Plattform organisierten Webinare und Online-Meetings;
- Die Anzahl von Teilnehmern an diesen virtuellen Konferenzen;
- Die durchschnittliche Eventdauer und die durchschnittliche Anwesenheitszeit dieser Events;
- Länder, in denen die Events organisiert wurden.

Um uns einen Überblick zu verschaffen und das Ausmaß des Anstiegs der Verwendung virtueller Konferenzen angemessen darzustellen, haben wir eine vergleichende Analyse durchgeführt.

Angesichts der Tatsache, dass die Pandemie, die eine weltweite Umstellung auf Telearbeit und E-Learning auslöste, im **März 2020** begann, haben wir die statistischen Daten für diesen Monat erhoben und sie anschließend mit dem Stand vom März 2019 verglichen.

Die Ergebnisse des Vergleichs zeigen nicht nur perfekt die explodierende Nachfrage nach dieser Technologie, sondern bieten auch eine solide Grundlage für eine Interpretation im Hinblick auf die geografischen Märkte für Webinare und die Geschäftsziele.

Umfragen

Dieser Bericht enthält auch die Ergebnisse unserer Umfrage vom Mai 2020. Die Antworten der Webinar-Hosts aus verschiedenen Branchen und Unternehmensgrößen geben uns einen Überblick über die Geschäftszwecke, für die Webinare eingesetzt werden.

Die Fragebögen enthielten neun Fragen, u. a.:

- Die Firmengröße der Befragten;
- Ihre Branche;
- Geschäftsziele für den Einsatz von Webinaren vor dem Ausbruch des Coronavirus;
- Aktuelle Geschäftsziele für den Einsatz von Webinaren;
- Geplanter Einsatz dieser Technologie nach dem Abklingen der Pandemie.

Die Umfrageergebnisse, die den aktuellen Einsatz von Webinaren mit Berücksichtigung der einzelnen Branchen- und Geschäftsziele widerspiegeln, sind sowohl durch eine Interpretation der Antworten als auch eine Diagnose der aktuellen und bevorstehenden Herausforderungen für Benutzer dieser Art von Online-Kommunikationssoftware ergänzt.

