

# Stand Der Online- Veranstaltungen

Wie haben sich der Markt und seine Nutzer verändert?  
2021 auf einen Blick

Daten aus über 2 Millionen Online-Events und unseren Umfragen

# Das Jahr 2021 gehörte den Online- und Hybrid-Events!

In vielerlei Hinsicht ähnelte das Jahr 2021 dem Jahr 2020. Unternehmen und Bildungseinrichtungen auf der ganzen Welt sahen sich erneut mit den Einschränkungen der COVID-19-Pandemie konfrontiert. Infolgedessen mussten zahlreiche Veranstaltungen und Initiativen in die virtuelle Realität verlagert werden. Und sie werden online bleiben!

Gleichzeitig unterschieden sich diese beiden Zeiträume stark voneinander. Zunächst einmal waren die gesundheitlichen Beschränkungen in vielen Ländern weniger streng. Zumindest eine teilweise Rückkehr in Büros oder Hörsäle war möglich. Außerdem hatten sowohl die Organisatoren als auch die Teilnehmer der Veranstaltungen bereits Gelegenheit gehabt, ihre Erwartungen und die Möglichkeiten der Technologie zu überprüfen. Wir haben gelernt, die verfügbaren Instrumente zu nutzen, und sind mit den neuen Kommunikationsmöglichkeiten vertrauter geworden.

Eines ist sicher: Webinare und Online-Meetings sind ein wichtiger Bestandteil unseres Lebens geworden. Im Bericht **State of Online Events 2022** [Stand der Online-Veranstaltungen] haben wir virtuelle Veranstaltungen genauer unter die Lupe genommen. Hier finden Sie Informationen darüber, wie wir die Online-Kommunikation im vergangenen Jahr genutzt haben und welche Trends die Zukunft der Branche bestimmen werden.

Also kommen wir gleich zur Sache!



# Wichtigste Ergebnisse



Im Jahr 2021 fanden auf der ClickMeeting-Plattform **1.953.406 Veranstaltungen mit 26.603.480 Teilnehmern** statt. Das ergibt einen Durchschnitt von **39.393 Veranstaltungen pro Woche!**



Im Durchschnitt dauerte ein **Webinar 98 Minuten** und ein **Online-Meeting 66 Minuten**. Das ist ein Anstieg von 20 % gegenüber dem Vorjahr!



Die meisten Veranstaltungen fanden am **Dienstag** statt, gefolgt von **Mittwoch und Donnerstag**.



Die von den Organisatoren bevorzugten Zeiten waren **15 und 16 Uhr**.



Die meistgenutzte Funktion der ClickMeeting-Plattform war die Präsentation – sie wurde **55,12 %** der Zeit genutzt. Die Bildschirmfreigabe war die am zweithäufigsten genutzte Funktion (**17,01 %**), gefolgt vom interaktiven Whiteboard (**5,98 %**).



**Insgesamt verdienen unsere Nutzer 1.551.262 EUR mit kostenpflichtigen Webinaren.** Der Rekord lag bei Einnahmen von **über 23.419 EUR** mit einer einzigen Veranstaltung.

# Online-Events sind ein Teil unseres Lebens

Der Ausbruch der Pandemie kam für viele Unternehmer und Pädagogen überraschend. In kurzer Zeit musste ein Großteil der Aktivitäten in den virtuellen Raum verlagert werden. Leider war nicht jeder richtig darauf vorbereitet.

Das Jahr 2020 hat das Tempo der Digitalisierung der Kommunikation deutlich beschleunigt. **Weltweit konnten wir fast 370 % mehr Veranstaltungen und Teilnehmer beobachten als im Jahr vor dem Ausbruch der Pandemie.** Wir können also von einer echten Revolution sprechen!



Wie sieht der Vergleich zwischen 2021 und 2020 aus? Die Daten zeigen deutlich, dass verschiedene Online-Veranstaltungen – Webinare und Meetings – zu einem wichtigen Bestandteil unseres täglichen Lebens geworden sind. **Das Wachstum im Vergleich zum Zeitraum vor der Pandemie ist enorm und beträgt über 300 %!**

Gleichzeitig sind sich sowohl die Organisatoren als auch die Teilnehmer ihrer Bedürfnisse und Erwartungen deutlich bewusster geworden. Einige von ihnen haben – da sie teilweise in ihre Büros und Klassenzimmer zurückkehren können – auch ihre Vorgehensweise geändert.

Während im letzten Jahr die rasche Umstellung eine Schlüsselrolle spielte, versuchen wir heute oft, reale und virtuelle Treffen miteinander zu verbinden. Die Kunden sind sich auch der auf dem Markt verfügbaren Instrumente bewusst geworden. Für viele Plattformen waren die Pandemiejahre 2020 und 2021 eine Testphase.

**Dominika Paciorkowska** – Geschäftsführerin und Vorstandsmitglied bei ClickMeeting

## Anzahl der Veranstaltungen



## Anzahl der Teilnehmer



# Verschiedene Arten von Veranstaltungen

Mit Online-Kommunikationstools kann man verschiedene Arten von Veranstaltungen in die virtuelle Realität übertragen. So können Sie sich ganz einfach mit Ihrem Team treffen, eine Vorstandssitzung abhalten, einen Vortrag halten oder ein Webinar veranstalten, das sich als hilfreich für Ihre Marketingbemühungen erweisen wird. Werfen wir einen genaueren Blick auf die Arten von Veranstaltungen, die von unseren Nutzern im Jahr 2021 veranstaltet werden.

## Online-Meetings

Ein Format, das sich besonders gut für die Zusammenarbeit mit Ihren Kollegen eignet. Sie können eine Gruppe von Personen zusammenbringen, die sich gegenseitig sehen und hören können. Mehr noch: Sie erhalten Zugang zu interaktiven Tools, die eine effektive Zusammenarbeit noch einfacher machen. Auf diese Weise können Sie auch Workshops oder typische Unterrichtsstunden durchführen, bei denen es wichtig ist, Ihre Schüler direkt einzubeziehen.

Zur Verfügung stehen u.a. Bildschirmfreigabe und Präsentationsmodus, virtuelle Whiteboards und Umfragen. Organisatoren und Moderatoren

können geteilte Inhalte einfach verwalten, Mikrofon, Video oder Bildschirmfreigabe ein- und ausschalten.

**2.014.981 Teilnehmer nahmen im Jahr 2021 an 779,020 Online-Meetings auf der ClickMeeting-Plattform teil!**

## Webinare

Webinare erfreuen sich immer größerer Beliebtheit. Dank ihrer modernen Form sind sie für verschiedene Arten von Aktivitäten geeignet. Nicht nur Pädagogen, sondern auch

Geschäftsleute, Marketing- und PR-Leute profitieren von ihnen. Sie ermöglichen es, komplexe Strategien umzusetzen und ein professionelles Image für Marken und unabhängige Experten zu schaffen.

Obwohl Webinare mit Live-Veranstaltungen verbunden sind, ist dies nicht immer der Fall.

Automatisierte und Webinare auf Anfrage, die nicht die direkte Anwesenheit von Moderatoren und Publikum zur gleichen Zeit erfordern, bieten zusätzliche Möglichkeiten.

Es steht eine Reihe von Werkzeugen zur Verfügung, um Werbemaßnahmen, die Präsentation attraktiver Inhalte und die Einbeziehung des Publikums zu unterstützen. Dazu gehören CTA-Schaltflächen, Streaming auf YouTube oder Facebook, Chat, virtuelle Whiteboards und der Frage- und-Antwort-Modus.

- Anzahl der Live-Webinare **1.126.132**
- Anzahl der automatisierten Webinare **131.571**
- Anzahl der Webinare auf Anfrage **10.546**

**Im Jahr 2021 zogen die Webinare auf der ClickMeeting-Plattform insgesamt 22.371.940 Teilnehmer an!**

## Kostenpflichtige Webinare

Ein effektiver Weg zur Monetarisierung von Webinaren ist der kostenpflichtige Zugang zu der Veranstaltung. Dank der Integration mit schnellen und sicheren Online-Zahlungsdiensten ist dies sehr einfach.

Diese Art des Wissensaustauschs wurde besonders während der Pandemiezeit populär. Millionen von Menschen auf der ganzen Welt haben gelernt, dass der Erwerb von Wissen keine physische Anwesenheit an einem bestimmten Ort erfordern muss. Mit der Automatisierung von Veranstaltungen wird auch die Zeit zu einer immer geringeren Einschränkung. Sie können einen Kurs ganz einfach so

**Im Jahr 2021 wurden 3.364 kostenpflichtige Webinare auf der ClickMeeting-Plattform angeboten.**

einrichten, dass er jederzeit verfügbar ist.

Wie viel können Sie auf diese Weise verdienen? Die Zahlen sind wirklich beeindruckend! Unsere Kunden haben zusammen 1.767.427 USD verdient. Der Rekordhalter aus dem Vereinigten Königreich hat einen Gegenwert von über 26.000 USD verdient!

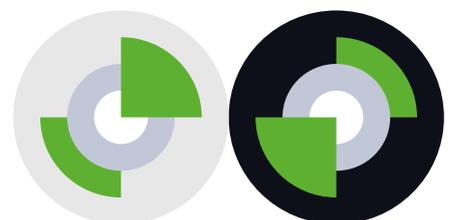
## Online-Veranstaltungen in großem Maßstab

Mit Webinaren können Sie bis zu tausend Teilnehmer auf einmal einbinden. In den meisten Fällen ist dieses Format also selbst für eine große Veranstaltung ausreichend. Wenn Sie mehr wollen, kein Problem: Mit Hilfe der Webcasting-Technologie können Sie eine Veranstaltung für bis zu 10.000 Personen organisieren!

Diese Möglichkeit wird häufig von Veranstaltern großer internationaler Konferenzen genutzt. In Zeiten einer Pandemie ist dies oft die einzige Lösung, um solche Veranstaltungen durchzuführen. Allerdings bieten sie deutlich mehr Möglichkeiten.

Zunächst einmal können Sie damit ein Publikum aus der ganzen Welt versammeln. Es ist auch möglich, hybride Veranstaltungen zu organisieren, die sich immer größerer Beliebtheit erfreuen.

**Im Jahr 2021 wurden 1.126 Großveranstaltungen mit Webcasting-Technologie über ClickMeeting organisiert. Im Jahr 2020 haben wir 842 Großveranstaltungen durchgeführt.**



# Zielsetzung der Veranstaltungen im Jahr 2021

Es ist höchste Zeit, den Zweck von Online-Veranstaltungen näher anzusehen. So lässt sich am einfachsten erkennen, wie virtuelle Veranstaltungen verschiedene Branchen und Aktivitäten unterstützen. Wir haben sie nach einigen der wichtigsten Branchen aufgeschlüsselt. Sie sollten sich auch darüber im Klaren sein, dass viele Kunden verschiedene Arten von Veranstaltungen genutzt und damit unterschiedliche Ziele erreicht haben.

## Bildungsaktivitäten

Traditionell waren verschiedene Arten von Initiativen im Zusammenhang mit dem Bildungswesen am beliebtesten und **machten im Jahre 2021 41,3 % der auf der ClickMeeting-Plattform durchgeführten Veranstaltungen aus**. Zugleich ist dieser Sektor sehr komplex. Ein erheblicher Teil der Veranstaltungen wurde von Bildungseinrichtungen organisiert, darunter öffentliche Schulen und Universitäten, die aufgrund der Pandemie vor allem Fern- oder Hybridkanäle nutzten. So war es u. a. möglich, Unterricht in kleineren Gruppen oder Vorlesungen für ein großes Publikum abzuhalten.

Unabhängige Ausbilder und Pädagogen sowie kleinere Ausbildungsunternehmen fielen ebenfalls in diese Kategorie. Sie boten unter anderem Privatunterricht, Schulungen und Kurse an, dank derer sich Tausende von Menschen von jedem Ort der Welt aus weiterentwickeln und Wissen erwerben konnten. Was haben unsere Kunden gemacht? Neben den Standardthemen (wie Sprachunterricht, Schulunterricht oder Berufsausbildung) wurden auf diese Weise z. B. Geburtsvorbereitungsprogramme, Hundetraining und Kurse für Torhüter durchgeführt.



Der Wissensaustausch ist ebenfalls ein wichtiger Bestandteil der Unternehmensentwicklung. In einer separaten Unterkategorie haben wir verschiedene Arten interner Aktivitäten aufgenommen, die von Unternehmen zur Schulung ihrer eigenen Mitarbeiter genutzt werden. Dazu gehören verschiedene Arten von Mitarbeiterschulungen und Einarbeitungs-Prozesse. Diese Arten von Veranstaltungen machten im Jahre 2021 11,1 % aller Veranstaltungen aus, die in ClickMeeting stattfanden.

## Wie nutzen Pädagogen Online-Veranstaltungen?

Webinare wurden geschaffen, um die Bildung zu unterstützen. Sie haben in der Tat eine lange Geschichte: Die ersten Veranstaltungen dieser Art wurden bereits in den 1980er Jahren organisiert, und ab Mitte der 1990er Jahre wurden sie zunehmend in öffentlichen und privaten Bildungseinrichtungen eingesetzt.

Das e-Learning hat sich dank des technologischen Fortschritts erheblich weiterentwickelt. Heutzutage ist es nicht nur eine Ergänzung zum Unterricht im Klassenzimmer oder eine „Notlösung“, die es ermöglicht, unter besonderen Bedingungen wie der COVID-19-Pandemie zu arbeiten. Sie ermöglicht es auch, den gesamten Bildungszyklus auf umfassende Weise durchzuführen.

Ein großartiges Beispiel für eine Universität, die eine Online-Ausbildung ermöglicht, ist die Polnische Virtuelle Universität, die seit 2002 Studierende aus der Ferne ausbildet und deren virtuelle Mauern bisher mehr als 20.000 Absolventen verlassen haben!

Der Bildungssektor ist sehr vielfältig. Er setzt sich aus öffentlichen und privaten Bildungseinrichtungen sowie aus gemeinnützigen Organisationen und privaten Initiativen zusammen. Wie können sie von Webinaren und Online-Meetings profitieren?



*Für uns war es wichtig, den Anmeldeprozess und die Teilnahme an unseren Online-Konferenzen für unsere Zielgruppe so einfach wie möglich zu gestalten. Durch unsere digitalen Veranstaltungen konnten wir im Jahr 2021 mehr Reichweite gewinnen und zahlreiche neue Kontakte und Leads generieren. Auch unsere Podiumsdiskussionen konnten wir mit Hilfe von ClickMeeting sehr gut in den digitalen Raum übertragen. Für 2022 planen wir erste hybride Veranstaltungen mit Hilfe des Tools umzusetzen.*

**Melanie Abmeier** - August-Wilhelm Scheer Institut

Natürlich sind die Bedürfnisse von Organisationen nicht auf die Wissensübertragung beschränkt. Unsere Kunden nutzen die Plattform unter anderem um Folgendes zu organisieren:

- Personalversammlungen,
- Begegnungen mit Schülern oder deren Eltern,
- Tage der offenen Tür, um für die Marke zu werben und neue Studenten anzusprechen,
- Offene Veranstaltungen (z. B. Vorträge), die sich an alle interessierten Kreise richten,
- Einstellungsgespräche,
- Akademische Konferenzen,
- Seminare.

## Marketing und Vertrieb

Webinare spielen eine immer wichtigere Rolle in den Marketing- und Vertriebsstrategien von Marken. Sie können als Grundlage oder als Ergänzung zu Content-Marketing-, PR- und Employer-Branding-Aktivitäten dienen. Geschickt eingesetzt, können sie dazu dienen, Verbindungen zu gewinnen, deren Qualität zu sichern und sogar Verkäufe direkt abzuschließen. Die auf diese Weise erstellten

Inhalte können in verschiedenen Phasen des Verkaufsprozesses und in unterschiedlichen Formen genutzt werden.

Unseren Daten zufolge **handelte es sich bei 19 % aller Veranstaltungen um Marketing- und PR-Webinare und -Treffen**. In dieser Kategorie zählten wir von Unternehmen und unabhängigen Experten organisierte Werbeveranstaltungen, einschließlich thematischer Webinare, Tage der offenen Tür und Vorführstunden.

**16 % der Veranstaltungen dienten dagegen dem Direktverkauf.**

Dazu gehörten Produktdemonstrationen und Angebotspräsentationen.



## Marketing-, Vertrieb- und PR-Webinare

Im modernen Marketing dreht sich alles um Inhalte und Videoformate. Webinare passen perfekt dazu! Das erkennen immer mehr Experten. Webinar-Marketing wird zunehmend als eigenständige – und hocheffektive und interdisziplinäre – Werbemethode gesehen.

**Das Webinar-Marketing** – eine Reihe von Aktivitäten, die Webinare und Online-Events in der Marketingstrategie von Marken nutzen – ist im modernen Marketing weit verbreitet. Es unterstützt Lead-Generierung, Lead-Nurturing, PR, PB und EB-Aktivitäten. Es eignet sich auch gut für den Direktvertrieb.

Wie kann es in der Praxis eingesetzt werden? Durch die Erstellung eines wertvollen Webinars können Sie neue Empfängergruppen erreichen.

Und schon bei der Anmeldung zur Veranstaltung können Sie eine Klausel einbauen, die es Ihnen ermöglicht, neue Kunden zu gewinnen. Der Aufbau einer langfristigen Strategie ermöglicht es hingegen, die Beziehungen zu potenziellen Kunden richtig zu pflegen und sie zu einer Kaufentscheidung zu bewegen.

Dank moderner Plattformen wie ClickMeeting können die meisten Prozesse automatisiert werden. Folgende exemplarische Möglichkeiten stehen zur Verfügung:

- **Vor der Veranstaltung** automatischer Versand von Einladungen, personalisierte Registrierungsseite, Einladungsdesign und Warteraum.
- **Während der Veranstaltung** Streaming auf YouTube oder Facebook, CTAs, Q&As und Umfragen.
- **Nach der Veranstaltung** leiten Sie die Teilnehmer auf Ihre Landingpage weiter, versenden Dank-E-Mails (ggf. mit einer Aufzeichnung des Webinars) und Statistiken zur Verbesserung Ihrer Strategie.



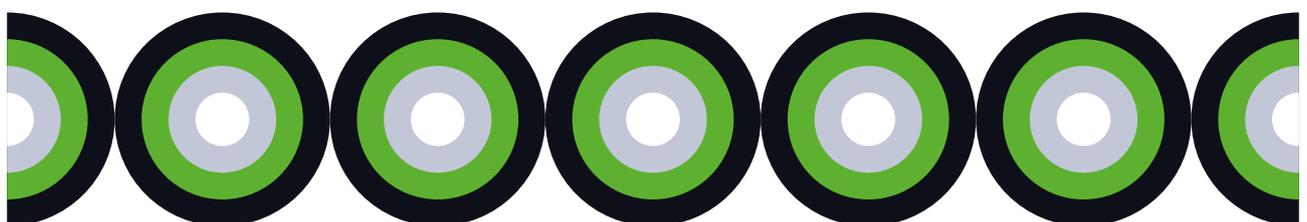
*Webinare sind eine leistungsstarke Lösung, die sich in das breitere Konzept des Inbound-Marketing einfügt. In der Branche, in der ich arbeite, nämlich SEO, wird dieses Format häufig genutzt, um Leads zu generieren, aber nicht nur. Besonders wichtig ist meiner Meinung nach der Einfluss von Webinaren auf den Aufbau einer kompetenten, zuverlässigen Marke. Den Markt zu informieren (ich empfehle in diesem Zusammenhang zum Beispiel die Kanäle von Senuto, Ahrefs, Semrush oder Surfer auf YouTube) ist eine hervorragende Form, um zu zeigen, dass man tatsächlich etwas weiß. Ein altes Sprichwort besagt, dass, wenn man etwas nicht erklären kann, man es wahrscheinlich nicht gut versteht. Wenn also ein Unternehmensvertreter (oder ein vom Unternehmen beauftragter Experte) eine oder zwei Stunden lang einen ausführlichen Vortrag über ein Thema hält, trägt dies zweifellos zum Ansehen der Marke bei. Natürlich ist es ein anspruchsvolles Format, aber die Mühe lohnt sich auf jeden Fall. Und nicht zuletzt ist das Videoformat selbst bereits ein solider Standard und wird von den Nutzern zweifelsohne bevorzugt.*

**Szymon Stowik** – Gründer der SEO-Agentur takaoto.pro und Mitbegründer von TarantulaSEO.com - einem auf Linkbuilding spezialisierten Unternehmen.

## Online-Meetings

Online-Meetings sind eine eigene Veranstaltungskategorie, **die im Jahr 2021 12,6 % aller über ClickMeeting durchgeführten Veranstaltungen ausmachten.**

Sie haben viele verschiedene Formen und werden von einer Vielzahl von Organisationen genutzt. Dazu gehören Teambesprechungen, Geschäftsverhandlungen, Kurzstatuten, Kundengespräche, aber auch Vorstandssitzungen, Schulausschusssitzungen und Elternversammlungen, die von Bildungseinrichtungen organisiert werden.



# Virtuelle Veranstaltungen im Jahr 2021

Wie oft, wie lange und wann?



## Wie viele Veranstaltungen pro Woche?

Das Jahr 2021 war außergewöhnlich erfolgreich. **Im Durchschnitt gab es bis zu 39.393 Online-Veranstaltungen pro Woche.** Das ist etwas weniger als die rekordbrechende Zahl des letzten Jahres, wenn persönliche Treffen praktisch unmöglich waren. Dennoch bedeutet dies eine Steigerung von über 320 % gegenüber dem Zeitraum vor der Pandemie!

Veranstaltungen pro Woche



## Dauer der Veranstaltung

Sind wir müde von Sitzungen und anderen Online-Veranstaltungen? Vielleicht, aber bemerkenswerterweise ist die durchschnittliche Sitzungsdauer im Jahr 2021 gestiegen!



Minuten



Minuten

Online-Meeting

Webinar

Letztes Jahr waren es 55 Minuten für Online-Meetings bzw. 82 Minuten für Webinare!

Natürlich hängt die Dauer der Veranstaltungen von vielen Dingen ab. Unsere Kunden organisieren einerseits kurze Statussitungen auf der Plattform und andererseits lange Verhandlungen oder Konferenzen. Wir können auch Unterschiede zwischen den verschiedenen Märkten feststellen. In Frankreich wurden die kürzesten Veranstaltungen abgehalten: Die durchschnittliche Dauer eines Meetings betrug dort 50 Minuten, die eines Webinars 74 Minuten. Die längsten Veranstaltungen fanden in Russland und der Ukraine statt, wo die durchschnittliche Sitzungsdauer 101 Minuten und das durchschnittliche Webinar 95 Minuten betrug. Die Polen lagen mit 58 Minuten für Meetings und 89 Minuten für Webinare im Mittelfeld.

## Wie viel Zeit verbrachten die Nutzer insgesamt in den Veranstaltungen?

Der Hauptvorteil virtueller Veranstaltungen ist die Flexibilität. Dies gilt insbesondere für Webinare: Die Teilnehmer können jederzeit einsteigen und sich abmelden, wann immer ihnen danach ist. Neben der Dauer der Veranstaltung selbst lohnt es sich daher auch, die durchschnittliche Verweildauer der Teilnehmer zu beobachten. Auch hier ist seit dem letzten Jahresbericht ein deutlicher Anstieg zu verzeichnen!



**Minuten**

**Online-Meeting**



**Minuten**

**Webinar**

Im Jahr 2020 waren es 35 bzw. 40 Minuten. Auch hier werden die Unterschiede zwischen den verschiedenen Märkten deutlich. Es lohnt sich, einen Blick auf sie zu werfen:

## Durchschnittliche Ereignisdauer (Minuten)

Spotkania	33	49	37	34	80	51
Webinary	104	37	35	32	44	50
	USA und Kanada	DACH	Frankreich	Spanien	Russland, Ukraine, Weißrussland, Kasachstan	Polen

Die Einwohner der USA und Kanadas verbringen am wenigsten Zeit mit Meetings, aber deutlich mehr Zeit mit Webinaren. Dies zeigt auch die Beliebtheit des Formats auf dem nordamerikanischen Markt und das große Vertrauen, das die Zuschauer ihm entgegenbringen. Am meisten engagieren sich – wieder einmal – Russen, Ukrainer, Weißrussen und Kasachen in Meetings. Der statistische Nutzer aus Polen nimmt 51 Minuten lang am Meeting und 50 Minuten lang am Webinar teil.

Welche Schlussfolgerungen können daraus gezogen werden? Zunächst einmal unterscheiden sich die Teilnehmer an den Meetings erheblich von den Teilnehmern an den Webinaren. Das zweite Format basiert in erster Linie auf Interesse und freiwilliger Teilnahme. Die Dauer der Teilnahme an einem Webinar hängt daher weitgehend von den Fähigkeiten der Moderatoren ab und davon, ob sie in der Lage sind, die Zuhörer angemessen einzubinden und zum Bleiben zu bewegen. Gleichzeitig zeigt die zunehmende Dauer von Nutzersitzungen, dass dieser Markt floriert und das Publikum zunehmend an Online-Veranstaltungen interessiert ist.

## Die beliebtesten Tage für Online-Veranstaltungen

Wann ist die beste Zeit, um eine Veranstaltung durchzuführen? Unsere Daten belegen – wie schon im letzten Jahr – dass es am einfachsten ist, während der Arbeitswoche Zeit für Arbeit und Studium zu finden. **Die meisten Veranstaltungen fanden am Dienstag statt, dicht gefolgt von Mittwoch und Donnerstag.**



Natürlich wurden die Sitzungen und Webinare auch an anderen Tagen organisiert. Der Montag lag an der Spitze, für den Freitag waren etwas weniger Veranstaltungen geplant und das Wochenende war am wenigsten frequentiert.

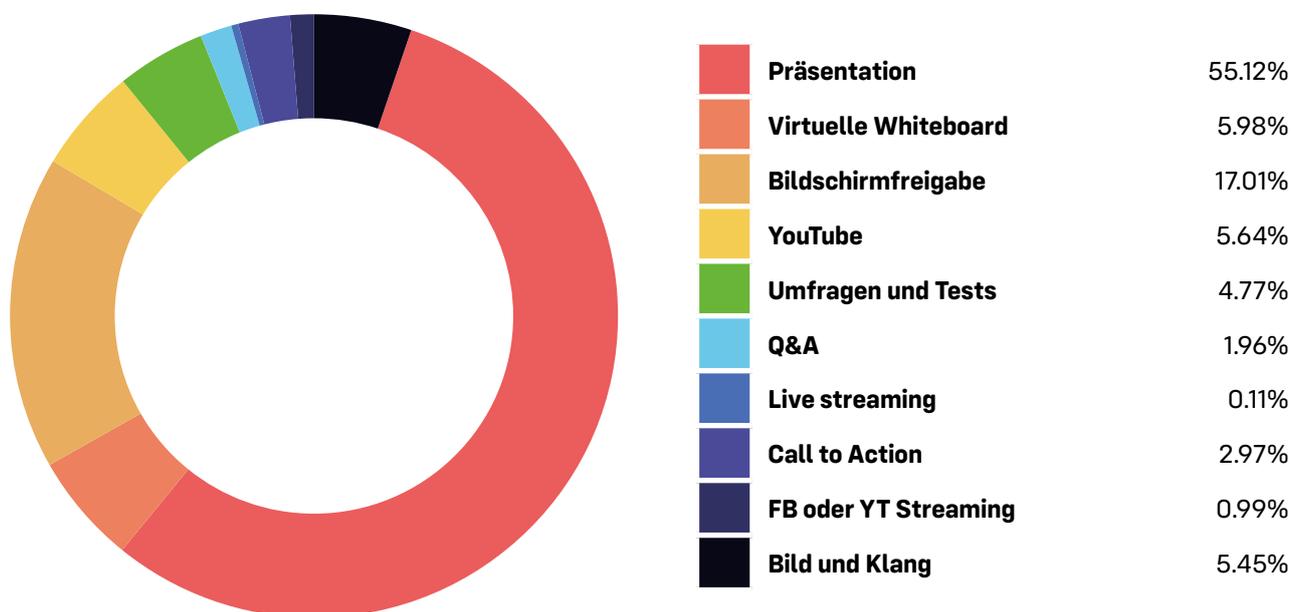
## Für welche Zeit waren die Veranstaltungen geplant?

Viele Organisatoren fragen sich, wann die beste Zeit ist, um eine Sitzung abzuhalten. Dies ist ein sehr wichtiger Teil des Planungsprozesses. Es beeinflusst weitgehend das Engagement der Teilnehmer und ihre Bereitschaft, an einem Webinar oder einem Meeting teilzunehmen. Welche Zeiten waren im Jahr 2021 die beliebteste Wahl?

15:00	13:00
16:00	09:00
07:00	12:00
14:00	11:00
08:00	10:00

Wie Sie sehen können, **war der zweite Teil des Arbeitstages am beliebtesten**, aber viele Veranstaltungen fanden auch am Vormittag statt. Viele von ihnen standen im Zusammenhang mit der Organisation von Teamarbeit und der Bewältigung aktueller Aufgaben in Unternehmen oder Bildungseinrichtungen. Auch im letzten Jahr war 15 Uhr die beliebteste Zeit, während 8 Uhr und 7 Uhr es ebenfalls aufs Treppchen schafften.

## Welche Funktionen wurden am häufigsten genutzt?



Der größte Vorteil von Online-Veranstaltungen gegenüber herkömmlichen Treffen ist die Interaktivität. Der Wissenstransfer, der Austausch von Daten und Dokumenten ist wirklich sehr einfach. Durch die Nutzung der verfügbaren Funktionen ist es auch möglich, die Nutzer einzubinden und fesselnde Inhalte zu erstellen.

Wie Sie sehen können, **ist das Präsentationswerkzeug der unangefochtene Spitzenreiter**. Es wurde bei 55 % aller Veranstaltungen eingesetzt.

Die Nutzung der Bildschirmfreigabe ist ebenfalls sehr beliebt und wurde bei 17 % aller Veranstaltungen eingesetzt. An zweiter Stelle steht das virtuelle Whiteboard (5,98 %). 5,64 % der Veranstaltungen wurden mit Videomaterial von YouTube angereichert, während Umfragen und Tests in 4,77 % der Fälle eingesetzt wurden.

## Kommunikation mit den Teilnehmern

Eine Online-Veranstaltung könnte ohne die aktive Teilnahme der Teilnehmer nicht stattfinden! Um dies zu ermöglichen, müssen sie natürlich so viel wie möglich über das Meeting oder Webinar erfahren und eine Einladung erhalten, damit sie sich problemlos in den Raum einloggen können. Die Kommunikation nach der Sitzung ist ebenfalls sehr wichtig: Sie ermöglicht es den Gastgebern, sich zu bedanken und zusätzliche Materialien zu versenden.

Wie sieht das in Zahlen aus?

- Im Jahr 2021 **wurden 21.007.128 E-Mails mit Einladungen zur Veranstaltung verschickt,**
- **29.618.628 Erinnerungen an die Veranstaltung** wurden auch an die Mailbox der Teilnehmer verschickt,
- Nach der Veranstaltung wurden **12.118.932 Dank-Mails** verschickt, die auch mit einer persönlichen Nachricht, zusätzlichen Materialien oder einem Link zur Aufzeichnung der Veranstaltung ergänzt werden konnten.





# Evolution statt Revolution

## Online-Veranstaltungen im Jahr 2021

Unsere Statistiken zeigen deutlich, dass das Interesse an verschiedenen Online-Meeting-Formaten weiterhin sehr hoch ist. Gleichzeitig fällt es etwas geringer als im Jahr 2020 aus, als wir auf das Phänomen der Verlagerung der Massenkommunikation in die virtuelle Welt gestoßen sind.

Was sind die Gründe dafür? Lassen Sie uns einige der wichtigsten Faktoren aufzählen:

- Die Möglichkeit einer teilweisen Rückkehr zur stationären Arbeit oder zum Studium,
- Überprüfung des tatsächlichen Bedarfs und der Kanäle zur Deckung dieses Bedarfs,
- Steigender Anteil an stationären Veranstaltungen,
- Gewöhnung an neue Kommunikationsmethoden und bewusste Entwicklung von Verfahren und Auswahl von Instrumenten.

Eine Datenanalyse von Google Trends zeigt, dass das Interesse an Online-Meetings – sowohl an Webinaren als auch an Online-Meetings – im ersten und zweiten Quartal 2020 ein Rekordhoch erreicht hat. Nach Ausbruch der Pandemie und den ersten Beschränkungen stiegen die Suchanfragen nach diesen Begriffen um mehrere hundert Prozent. Dies spiegelt sich auch in den Veranstaltungs- und Nutzerzahlen in unserem Vorjahresbericht wider.



Quelle: Google Trends

## **Mit der Zeit gelang es uns, uns an die neuen Bedingungen zu gewöhnen.**

Wir lernten sehr schnell neue Kommunikationsmethoden kennen und wechselten zum Fernmodell. Das Interesse an Online-Veranstaltungen stand auch im Zusammenhang mit den nachfolgenden Pandemiewellen und den damit verbundenen Einschränkungen, sowohl auf globaler als auch auf lokaler Ebene.

Wie sieht diese Situation heute aus?

Nach Begriffen, die mit Online-Veranstaltungen in Zusammenhang stehen, wird weniger häufig gesucht als im Jahr 2020. Gleichzeitig haben sie sich auf einem viel höheren Niveau stabilisiert als vor dem Ausbruch der Pandemie. Wir können also von einer neuen Normalität sprechen, zu der auch virtuelle Treffen gehören. Wir sind von der Phase der Revolution zur konsequenten Evolution übergegangen.

*Die letzten zwei Jahre waren nicht normal, sie waren wahrscheinlich die unnormalsten Jahre, die unsere Generation je durchmachen musste. Wir alle sehnen uns nach „Normalität“, aber ich glaube, dass es keine neue Normalität geben wird, sondern dass das Unnormale zu unserer neuen Normalität werden wird. Unsere Welt wird immer komplexer und infolgedessen unbeständiger und unsicherer. Darauf müssen wir uns alle einstellen, vor allem im Marketing. Billy Ocean sang „When the Going Gets Tough, the Tough Get Going“ [Wenn es hart auf hart kommt, kommen die Harten in Schwung]. Seien Sie also ein harter Vermarkter und gewinnen Sie das Spiel!*

”



**Martin Nitsche** – Solveta GmbH

Die Vorteile von virtuellen Veranstaltungen liegen auf der Hand. Die bessere Zugänglichkeit, das Fehlen von Barrieren und die Interaktivität ermöglichen es allen Menschen weltweit, Wissen auszutauschen oder Geschäfte zu tätigen. Auf der anderen Seite haben sie auch einige Nachteile. Im Jahr 2021 haben wir einige Umfragen durchgeführt, die uns geholfen haben, mehr über die Erwartungen der Teilnehmer von Online-Meetings, ihre Sorgen und Probleme zu erfahren. Werfen wir einen genaueren Blick darauf.

# Sind wir von den Online-Meetings müde? Schlussfolgerungen aus unserer Forschung

In der Öffentlichkeit wird häufig auf die Ermüdung durch Online-Sitzungen hingewiesen. Dies ist nicht überraschend. Die plötzliche Umstellung von der traditionellen Kommunikation auf den Fernkontakt war für viele Menschen ein Problem. Dies galt insbesondere für Organisationen, die keine geeigneten Verfahren entwickelt hatten.

Die Probleme betrafen verschiedene Aspekte. Technische Fragen traten nicht in den Vordergrund. Sehr oft waren es das Verhalten der anderen Teilnehmer oder organisatorische Fragen, die die Erfahrung beeinträchtigten. Wir teilten unsere Untersuchungen unter Berücksichtigung verschiedener Arten von Aktivitäten auf, die Veranstaltungsteilnehmer in der modernen Geschäfts- und Bildungswelt unternehmen.

## Wie beurteilen wir die Fernarbeit?

638 Befragte nahmen an dieser Umfrage teil. Mehr als die Hälfte von ihnen arbeitete vollständig fern und 26,65 % nutzten dieses Modell teilweise.

Nur 16,77 % der Teilnehmer arbeiteten nicht fern, und 5,80 % der Teilnehmer gaben an, dass dieses Modell für sie nicht in Frage käme.

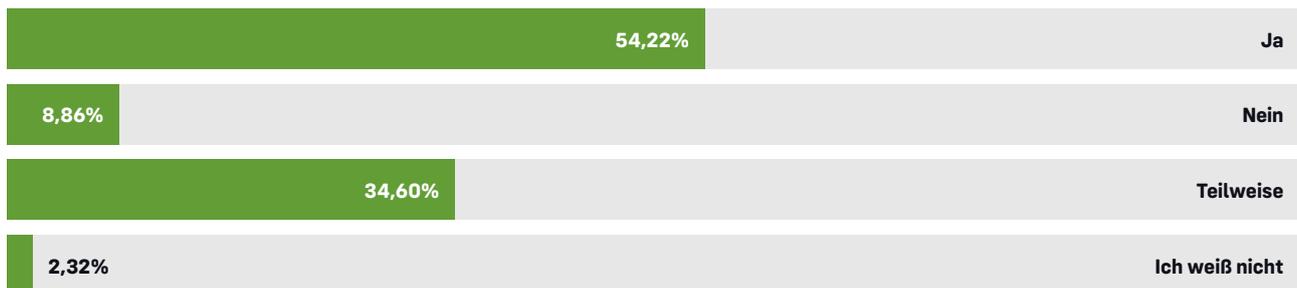
Gleichzeitig war die Telearbeit für mehr als 63 % der Befragten ein absolutes Novum: Sie hatten vor dem Ausbruch der Pandemie keine Gelegenheit, sie zu nutzen. 28 % der Umfrageteilnehmer hatten schon einmal teilweise von zu Hause aus gearbeitet, und fast 8 % hatten ihre Aufgaben auch schon einmal auf diese Weise wahrgenommen.

Die interessanteste Statistik betrifft die Bewertung der Fernarbeit.



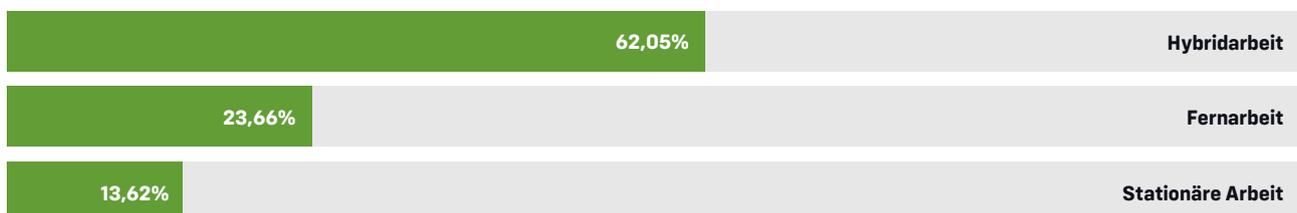
Würden die Umfrageteilnehmer sie auch nach dem Ende der Pandemie nutzen wollen? Die große Mehrheit sagt ja! Gleichzeitig bevorzugen einige ein hybrides Modell, bei dem die Fernarbeit mit gelegentlichen Besuchen am Hauptsitz des Unternehmens kombiniert wird.

Möchten Sie nach der Pandemie weiterhin online arbeiten?



**Bemerkenswert:** Effektives Fernarbeiten und -lernen erfordert keine Investitionen in Geräte. Fast 93 % der Befragten gaben an, dass sie zu Hause über die notwendigen Geräte verfügen. Ein etwas größeres Problem ist die Bereitstellung optimaler Bedingungen, einschließlich des erforderlichen Raums. 63 % der Teilnehmer geben an, dass sie über diese verfügen, 31 % sind der Meinung, dass sie teilweise zufrieden sind, und für 5,59 % stellt dies ein ernstes Problem dar.

Welches Arbeitsmodell würden die Arbeitnehmer selbst wählen?



Wie Sie sehen, erfreut sich die Telearbeit großer Beliebtheit, und ihre unbestreitbaren Vorteile, wie z. B. die Zeitersparnis beim Pendeln und der höhere Komfort, überwiegen gewisse Nachteile, wie z. B. die Schwierigkeit, den Kontakt zu den Kollegen herzustellen und zu pflegen.

## Vor- und Nachteile von e-Learning

Wir haben auch Schüler und ihre Eltern befragt, wie sie über das Distanzlernen denken. Natürlich muss man sich darüber im Klaren sein, dass dies ein sehr komplexes Phänomen ist. Aufgrund der Pandemie mussten nicht nur Universitäten, sondern auch Grundschulen, deren Aufgaben weitgehend auf dem Training sozialer Kompetenzen beruhen, auf Distanzunterricht umstellen. Dies führt zweifellos zu einer Gesamtbewertung dieser Methoden.

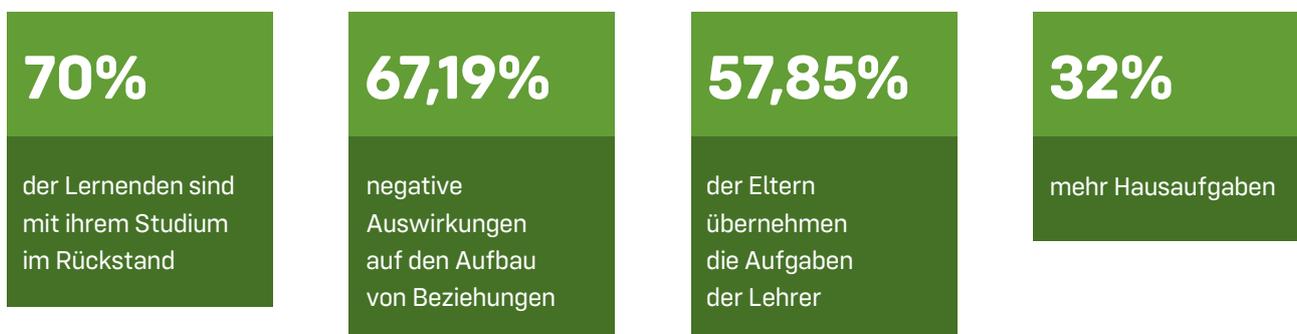
Ist das Distanzlernen eine größere Herausforderung als das Lernen vor Ort?



**Ein weiteres Problem ist die unzureichende Organisation des Bildungsprozesses.**

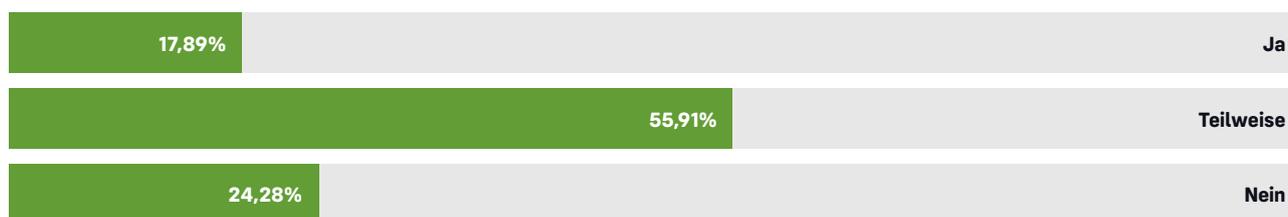
Dies gilt vor allem für Einrichtungen, die nicht auf den Übergang zum Distanzunterricht vorbereitet waren und von der Pandemie sehr überrascht wurden.

Nachteile des Distanzunterrichts



Was ist der Grund für diese Probleme? Nicht weniger als 65 % der Befragten sind der Meinung, dass die Einrichtungen schlecht auf die Einführung des Distanzunterrichts vorbereitet sind! Die allgemeine Meinung zu diesem Modell ist jedoch nicht negativ. Die beliebteste Methode ist wieder einmal der hybride Modus, d.h. Blended Learning.

Sollte das Fernstudium nach der Pandemie weiterhin eingesetzt werden?



## Savoir-vivre. Was erwarten wir vom Verhalten der anderen Teilnehmerinnen und Teilnehmer?

Einer der Faktoren, der die Akzeptanz von Online-Veranstaltungen maßgeblich beeinflusst, ist das Verhalten der Moderatoren und der Teilnehmer. Es stellt sich heraus, dass dies in vielen Fällen das weitaus größere Problem ist als technische Fragen. Im Jahr 2021 haben wir eine Umfrage zur Etikette bei Online-Meetings und zu Krisensituationen durchgeführt, die die Teilnehmer erlebt haben.

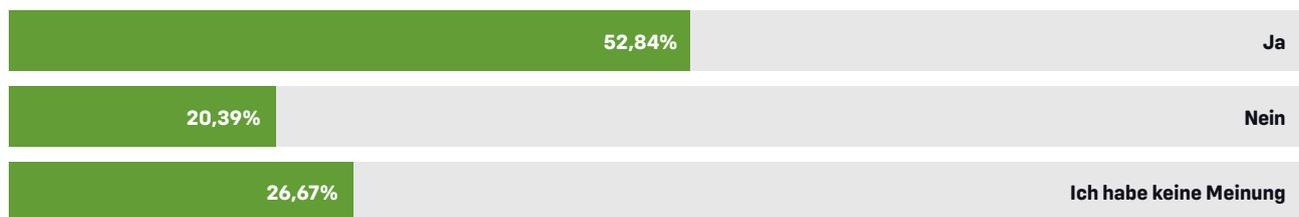
Wie bewerten sie das Verhalten der anderen?

Glauben Sie, dass die Teilnehmer an Online-Meetings dieselben guten Umgangsformen pflegen wie bei persönlichen Treffen?



Wie Sie sehen, lässt das Verhalten der anderen oft zu wünschen übrig. Was sind die Gründe dafür? Das Büro durch den Lieblingssessel zu ersetzen, ist zweifellos nicht immer geeignet, ein professionelles Image zu prägen. Ein weiteres Problem ist, dass es in der Welt der virtuellen Veranstaltungen keine klaren Benimmregeln gibt. Die meisten Teilnehmer würden deren Einführung erwarten.

Möchten Sie, dass klare Benimmregeln für Online-Meetings eingeführt werden?



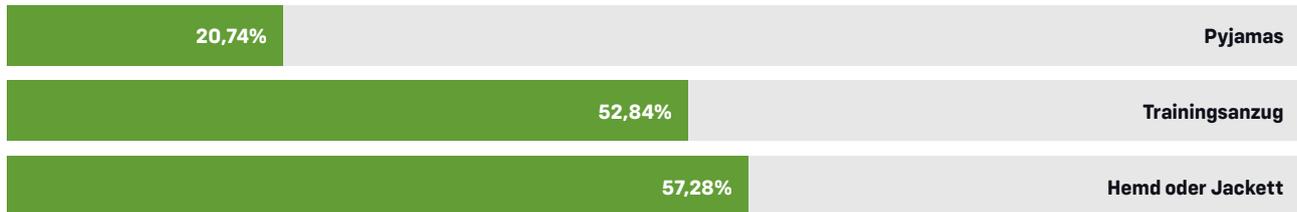
## Was lenkt uns bei Veranstaltungen am meisten ab?

Die Faktoren, die die Wahrnehmung der Veranstaltung selbst und der daran teilnehmenden Personen beeinflussen, sind sehr vielfältig. Gleichzeitig haben wir direkten Einfluss auf die meisten von ihnen.

Hier sind die wichtigsten Elemente, die die Befragten hervorgehoben haben:

- Die Teilnehmer und Moderatoren schalten die Kamera nicht ein,
- Überspringen von Begrüßungen und Verabschiedungen,
- Sie sind während des Treffens mit anderen Dingen beschäftigt, z. B. mit der Hausarbeit,
- Ungeeignete Kleidung,
- Erfassen von Unordnung im Bild,
- Zu helle Beleuchtung, die sich negativ auf die Bildqualität auswirkt,
- Störung der Veranstaltung durch von außen kommende Geräusche.

Haben Sie im vergangenen Monat mindestens einmal folgende Dinge angezogen:



## Nützliche Tools während einer Veranstaltung

Die meisten Probleme lassen sich leicht in den Griff bekommen. Kümmern Sie sich zuallererst um den Ort, von dem aus Sie an der Veranstaltung teilnehmen. Die Wahl des richtigen Hintergrunds und der richtigen Beleuchtung sorgt für einen ungestörten Empfang.

Nutzen Sie auch die Funktionen, die in Webinar- und Online-Meeting-Plattformen zur Verfügung stehen. Indem Sie das Mikrofon stumm schalten, wenn Sie nicht sprechen, und die Option „Heben Sie die Hand“ nutzen, wenn Sie etwas sagen möchten, können Sie die Hektik unter Kontrolle halten.

Nutzen Sie in Online-Meetings die Möglichkeit, sich zu Wort zu melden, oder melden Sie sich einfach zu Wort?



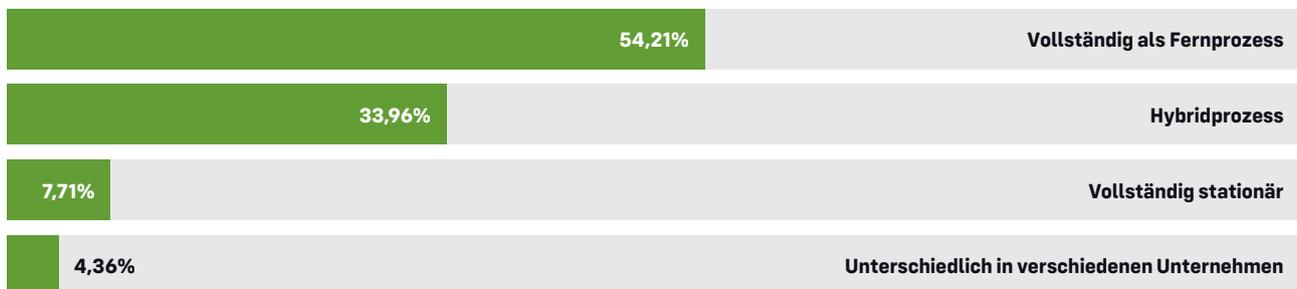
Erfahren Sie mehr über die Etikette bei Online-Meetings in unserem kostenlosen Leitfaden. Laden Sie ihn herunter, um detaillierte Statistiken und praktische Ratschläge zu erhalten, die Ihnen helfen, jede Situation zu meistern!



## Ferneinstellung aus Sicht der Bewerber

Heutzutage hat sich der Großteil der Unternehmenskommunikation auf Online-Kanäle verlagert. Das gilt auch für Einstellungsprozesse. Wir haben 552 Personen in unserer Studie „Was halten Sie von Ferneinstellung“ befragt. 58,51 % von ihnen hatten innerhalb des letzten Jahres an einem Einstellungsverfahren teilgenommen. Wie ist es gelaufen?

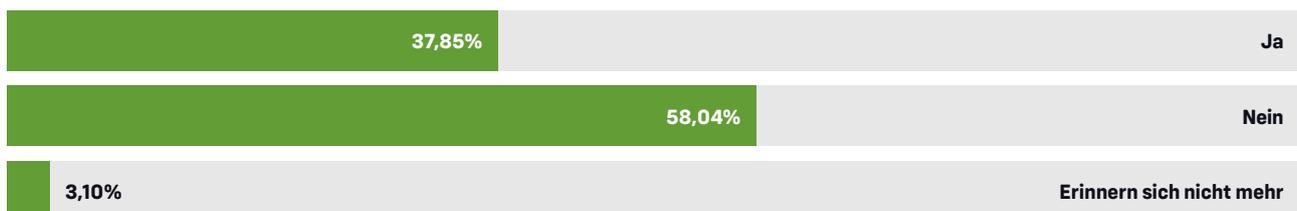
Wie verlief der Einstellungsprozess?



Wie Sie sehen können, **wurde bei der überwiegenden Mehrheit der Einstellungsverfahren ein Fernkommunikationsmodell verwendet.**

Dies ist nicht überraschend – es ermöglichte nicht nur einen effizienten Betrieb während der Pandemie, sondern verbesserte auch den Rekrutierungsprozess selbst erheblich. Gleichzeitig wurde die Fernrekrutierung auch schon früher eingesetzt, wenn auch in wesentlich geringerem Umfang.

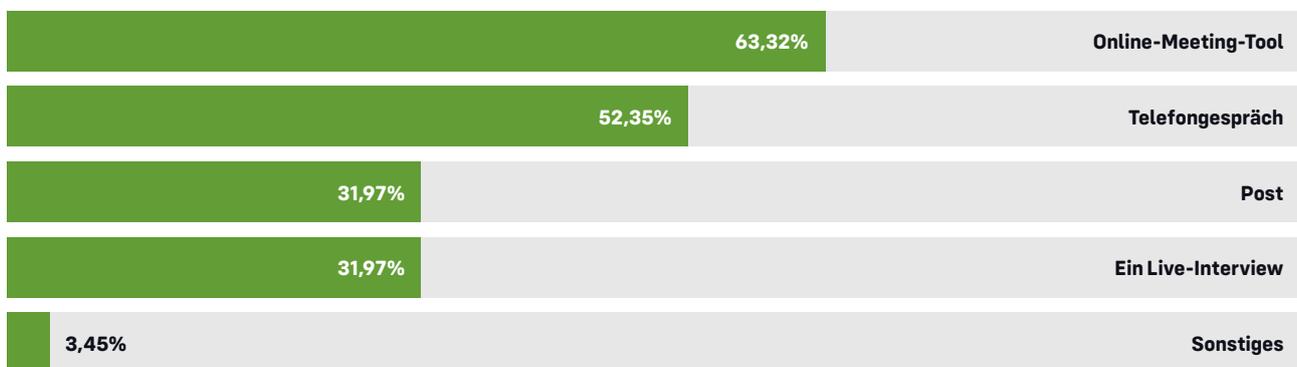
Haben Sie vor der Pandemie an Ferngesprächen teilgenommen?



## Während eines Prozesses verwendete Werkzeuge

Welche Werkzeuge wurden während des Prozesses verwendet? Die geeignete Software ist von entscheidender Bedeutung. Sie ermöglicht einen optimalen Ablauf des Einstellungsverfahrens und erleichtert erheblich die Kommunikation und den Austausch zusätzlicher Materialien. Die Personalvermittler nutzen jedoch parallel dazu auch andere Kommunikationsmethoden.

Welche Kommunikationskanäle wurden während des Einstellungsverfahrens genutzt?

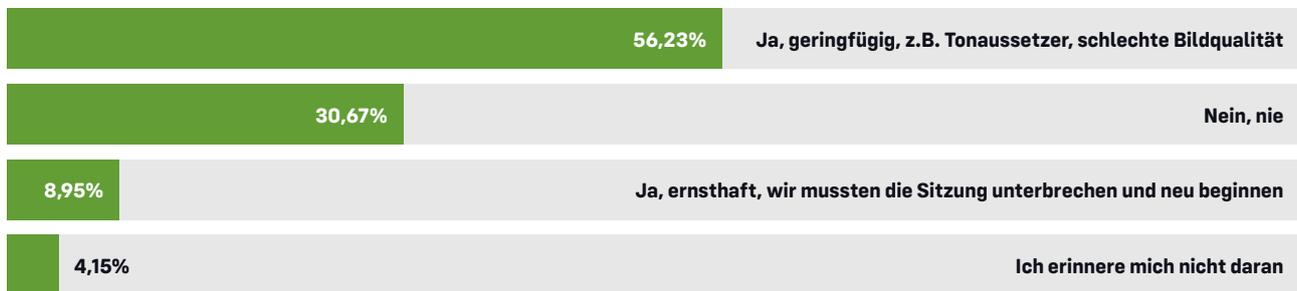


Aus der Sicht der Bewerber hat die Ferneinstellung mehrere wichtige Vorteile. Dazu gehören die Zeitersparnis – diese Option wurde von 57,14 % der Befragten angegeben – und die Möglichkeit, von jedem beliebigen Ort aus am Einstellungsverfahren teilzunehmen (23,70 %). Darüber hinaus geben 6,17 % der Teilnehmer an, dass der Stress bei Ferneinstellungsprozessen geringer ist als bei Präsenzveranstaltungen, und 3,90 % schätzen die weniger formelle Atmosphäre. Interessanterweise ist für 7,14 % der Befragten ein wichtiger Vorteil die Möglichkeit, zuvor erstellte Notizen zu verwenden.

## Technische Probleme stören die Meetings nicht

Obwohl 47,56 % der Befragten das Risiko technischer Probleme als einen wesentlichen Nachteil der Ferneinstellung betrachten, sind diese in Wirklichkeit gar nicht so häufig. Selbst wenn sie auftreten, machen sie die Durchführung eines Treffens selten unmöglich.

Hatten Sie schon einmal technische Probleme während einer Online-Rekrutierungssitzung?



## Wie hat sich das Tool verändert?

Mit wachsendem Interesse entwickeln sich auch die Funktionalitäten der Plattformen für Webinare und Online-Meetings. Diese Entwicklung geht Hand in Hand mit den Erwartungen der Kunden selbst. Wir alle wollen an mehr und mehr interaktiven und ansprechenden Veranstaltungen teilnehmen. Gleichzeitig sehen wir einige Probleme und zusätzliche Möglichkeiten, die wir gerne nutzen würden.



*Bei Clickmeeting ist das Feedback unserer Kunden eine wichtige Wissensquelle für die Entwicklung unseres Produkts. Sie stehen hinter vielen der in unserem Tool implementierten Lösungen. Die Meinungen der Nutzer geben uns auch die Gewissheit, dass die Software ihren Erwartungen am besten entspricht und benutzerfreundlich ist.*

*Mit Blick auf die Kunden haben wir nicht nur die größten Upgrades wie die Desktop-Anwendung, die Breakout-Rooms oder den Edu-Modus entwickelt, sondern auch viele Verbesserungen, einschließlich Integrationen mit anderen Tools, die sie verwenden.*

*In manchen Fällen mögen sie sehr klein erscheinen, aber sie verbessern den Arbeitsalltag unserer Kunden stets erheblich und erfüllen ihre Erwartungen. Das gilt zum Beispiel für die Art und Weise, wie die Veranstaltung gestartet und die Aufzeichnung eingeleitet wird oder wie den Teilnehmern das Recht eingeräumt wird, zu sprechen, die Kameraansicht zu teilen oder den Bildschirm freizugeben.*

**Rajmund Dziemaszkiewicz** – Produktdirektor bei ClickMeeting

Im Jahr 2021 haben wir unter anderem Folgendes eingeführt:

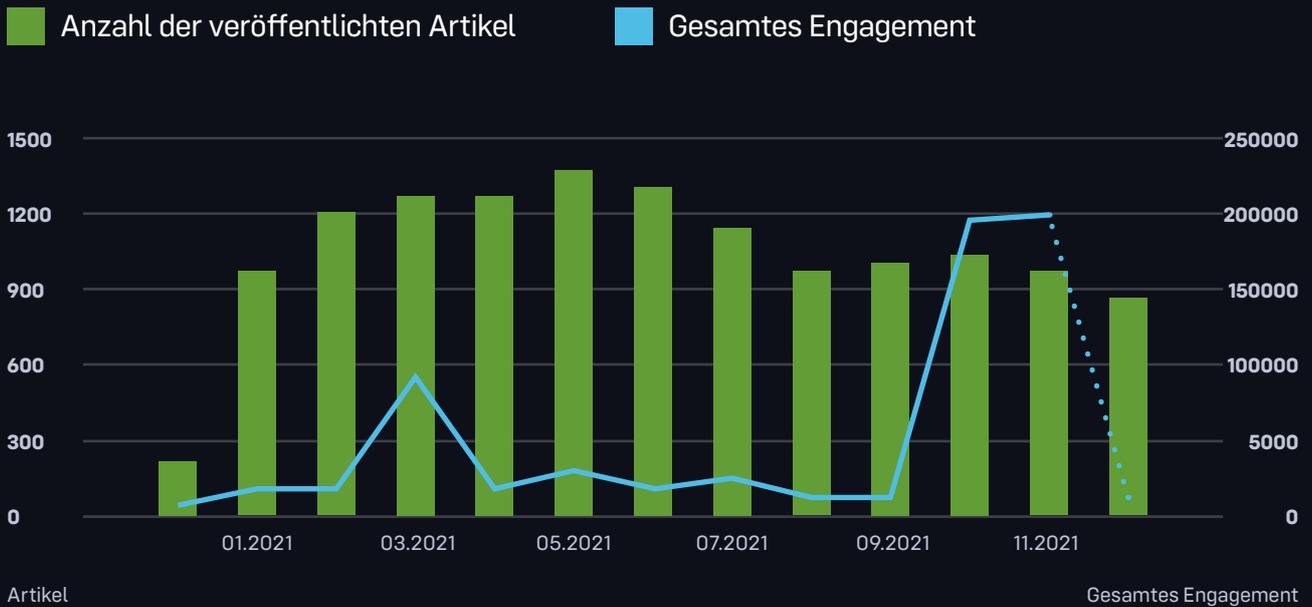
- **Edu-Modus:** Der Übergang zum Distanzunterricht kann bestimmte Probleme aufgeworfen haben. Zum Beispiel fühlten sich einige Studenten unwohl, wenn sie ihr Bild mit Gleichaltrigen teilen mussten. Oft wurden die Teilnehmer auch gegenseitig abgelenkt, was das Lernen und Lehren erschwerte. Im Edu-Modus können die Vortragenden alle Teilnehmer sehen, während die Teilnehmer nur die Vortragenden sehen können. So können sie sich auf den Inhalt konzentrieren und eine angenehme Lernumgebung schaffen.
- **Desktop-Anwendung:** Für die Nutzung von ClickMeeting muss keine Software installiert werden. Alles, was Sie brauchen, ist ein Browser. Einige Benutzer – vor allem diejenigen, die viele Online-Veranstaltungen durchführen – haben jedoch eine Desktop-Anwendung erwartet. So können sie – neben dem kompletten Funktionsumfang – unter anderem auch einen virtuellen Hintergrund und Optionen zur Bildschirmunschärfe nutzen.

- **QR-Code:** Der Wechsel zwischen Computer und mobilen Geräten ist noch einfacher geworden. Erstellen Sie einfach einen QR-Code im Veranstaltungsfenster und scannen Sie ihn z. B. mit einem Smartphone. So können Sie Ihre Sitzung fortsetzen, ohne sich erneut anmelden zu müssen.

Außerdem haben wir viele weitere Änderungen vorgenommen, darunter das 16:9-Seitenverhältnis, die Integration mit MS Outlook, eine Benachrichtigung, wenn das Mikrofon ausgeschaltet wird, und eine Änderung der Startberechtigung für die Aufnahme.







Natürlich kommt mit der Theorie auch die Praxis. Wie wir bereits gezeigt haben, machen marketing- und vertriebsorientierte Webinare einen großen Teil aller ClickMeeting-Veranstaltungen aus. Das ist keine Überraschung. Es ist ein Format, das in der heutigen Welt sehr gut funktioniert und eine Vielzahl von Werbe-, Marketing-, Branding- und Direktverkaufskampagnen effektiv unterstützt. Es wird zweifellos eine immer wichtigere Rolle in den Marketingstrategien von Marken spielen.





*Wir wissen, dass wir den Kunden und seine Bedürfnisse in den Mittelpunkt des Marketings und der Produktgestaltung stellen sollten, anstatt uns auf unsere Unternehmen und unsere Ziele zu konzentrieren - das ist nutzerzentriertes Marketing. Aber wie lässt sich das umsetzen? Wie können wir mehr über unsere Kunden und ihre Ziele herausfinden? Man soll sich mit ihnen treffen und mit ihnen sprechen. Sie zu einem Webinar einladen und mit ihnen online sprechen. Die Zukunft gehört zweifelsohne dem Video. Webinare ermöglichen einen direkten Kontakt zwischen dem Moderator und den Zuhörern, so dass sie in dieser Hinsicht einen erheblichen Vorteil gegenüber asynchronen Modellen haben.*

*Andererseits kann das während einer Live-Sitzung erstellte Material auch bei anderen Aktivitäten und in ganz anderen Kanälen verwendet werden. Das Webinar-Marketing ermöglicht es Ihnen also, Ihr Publikum effektiv zu erreichen, wertvolle Leads zu gewinnen, deren Qualität zu sichern und gleichzeitig Ihr Expertenimage zu prägen.*

*Mit modernen Plattformen lassen sich zudem die meisten der notwendigen Aktivitäten automatisieren. Die Kombination dieser Faktoren macht es zu einem der wichtigsten Trends im Marketing und beim Imagebuilding.*

**Tomasz Bołcun** – Brand Manager bei ClickMeeting

## Hybride Veranstaltungen

Die Pandemie war mit einer Verlagerung auf Online-Veranstaltungen verbunden. In der Zeit danach wird man sich in hohem Maße auf hybride Modelle stützen. Das gilt für fast alle Formate. Der Wandel, den wir als die neue Normalität bezeichnen können, wird auch die Art und Weise, wie sich unsere Beziehungen darstellen, wie wir arbeiten und uns Wissen aneignen, dauerhaft bestimmen.

Unseren Untersuchungen zufolge bevorzugen die meisten Menschen bereits eine Kommunikation, die virtuelle Kanäle mit der Möglichkeit eines persönlichen Treffens kombiniert. Hybride Veranstaltungen ermöglichen es, diese beiden Elemente in einer einzigen Sitzung zu kombinieren. Unsere Kunden organisieren nun

zunehmend sowohl große internationale Konferenzen als auch kleinere Treffen auf diese Weise. Viele von ihnen erklären, dass sie im Jahr 2022 ihre Aktivitäten in diesem Bereich intensivieren wollen.

## Zusammenfassung des Berichts

Wie sah das Jahr 2021 in der Welt der Online-Events aus und was wird das Jahr 2022 bringen? Lassen Sie uns rekapitulieren!

ClickMeeting hat insgesamt **1.953.406 Veranstaltungen** mit **26.603.480 Teilnehmern** durchgeführt.

Das ergibt einen Durchschnitt von **39.393 Veranstaltungen pro Woche!**

Der durchschnittliche Anstieg gegenüber der Zeit vor der Pandemie beträgt somit **über 300 %**.

Im Vergleich zum letzten Jahr haben sich sowohl die durchschnittliche Veranstaltungsdauer als auch die Verweildauer der Teilnehmer erhöht. Ein Webinar auf ClickMeeting dauerte im Jahr 2021 durchschnittlich **98 Minuten**, ein Meeting **66 Minuten**.

Statistisch gesehen fanden die meisten Veranstaltungen dienstags um **15.00 Uhr** statt. **Die beliebteste Funktion der Nutzer ist die Präsentation** – sie wurde in mehr als **55 %** der Veranstaltungen genutzt.

Was werden die wichtigsten Trends im Jahr 2022 sein? Zweifellos gehört die Zukunft dem Webinar-Marketing und hybriden Veranstaltungen, Online-Kursen und -Schulungen werden uns auf Dauer erhalten bleiben, und Fernanwerbung wird immer beliebter!

The logo for ClickMeeting, featuring a white mouse cursor icon pointing towards the top-left corner of a circle, followed by the text "ClickMeeting" in a white, sans-serif font.

ClickMeeting