

Livestreamen... aber wie am besten?

Bei der letzten Digitalen Präsidenten Lounge wurde deutlich, dass digitale Veranstaltungen keine Dauerlösung sind, da der persönliche Austausch der Clubmitglieder fehlt. Zukünftig werden einige Marketing Clubs hybride Veranstaltungen (Präsenzveranstaltung kombiniert mit Livestream) durchführen. Andere Clubs sind dagegen noch nicht so weit und überlegen derzeit, wie sie ihre Veranstaltung am besten übertragen sollen. Leider ist das Thema so komplex, dass es dafür keine einfache Empfehlung gibt – die nachfolgenden Hinweise werden Ihnen aber hoffentlich helfen, die passende Lösung für Ihren MC zu finden.

Zu gerne würde ich Ihnen empfehlen, dass Sie Ihren Livestream so oder so machen sollten. Doch einen einfachen Tipp gibt es leider nicht, weil das Ganze von zu vielen unterschiedlichen Faktoren abhängig ist. Es beginnt mit der Technik (Hard- und Software) bei Ihnen vor Ort, geht weiter über Ihre Ansprüche an Interaktions- und Übertragungsmöglichkeiten (wie etwa Picture-in-Picture bei PowerPoint) und hört bei der Einhaltung der DSGVO auf.

Doch der Reihe nach: Die einfache Bild/Ton-Übertragung über die bekannten Social Media Kanäle wird heutzutage gerne genutzt, weil dabei keine Kosten für den Datentransfer anfallen – dafür können Sie dann aber Werbung eingespielt bekommen und/oder unter Umständen gegen die DSGVO verstoßen. Was meiner Ansicht nach aber viel schlimmer ist und ich selbst schon einige Male bei unseren Kunden erleben musste: trotz ausgiebiger Tests im Vorfeld funktioniert plötzlich die Übertragung nicht mehr – was schlicht und ergreifend an YouTube & Co liegt. Ob also Instagram-Live, LinkedIn Live, Facebook-Live, Periscope, Twitch oder YouTube-Live, Sie können zwar hierüber kostenfrei Ihre Veranstaltung übertragen, müssen dabei aber immer mit einem Ausfall rechnen – und zwar egal, welche professionelle Technik zum Einsatz kommt.

Apropos Technik: Unter dem nachfolgenden Link (auch wenn das schon vor geraumer Zeit veröffentlicht wurde) wird meiner Ansicht nach immer noch sehr gut erklärt, was alles je nach Anspruch an Aufnahme und Übertragung bei Ihnen vor Ort benötigt wird:

<https://www.streamdust.tv/informationen.php>

Ist die Technikfrage geklärt, müssen Sie entscheiden, wohin Ihre Veranstaltung gestreamt werden soll? Lassen wir dazu einmal die Social-Media-Kanäle außen vor: Soll Ihr Livestream auf Ihrer MC-Webseite als iFrame eingebunden werden und/oder auf anderen Webseiten? Entsprechend müssen Sie dann einen Streaming-Anbieter wählen, der Ihnen sowohl den Streaming-Server als auch den notwendigen Player zur Verfügung stellt. Auch hier ist das Angebot mittlerweile sehr umfangreich und die Kosten von weiteren Faktoren – wie z.B. Chat-Modul zur Interaktion und/oder Umfragetool – abhängig. Googlen Sie danach, finden sich diverse Anbieter – beispielsweise (DSGVO-konform) www.video-stream-hosting.com/angebot-preise/streaming-tagespreise, www.nc3.de/dienstleistungen/video-hosting?gclid=EAIaIQobChMIyZ-YILTZ6wIVB-ztChOWbwexEAAYASAAEgLYpvD_BwE oder www.bluhm-webservices.de/video-und-streaming/streaming-server.

Ansonsten bietet sich auch eine All-in-One-Livestreaming Software <https://streamlabs.com/> an oder die Browser-Lösung <https://streamyard.com/> an - letzteres soll es erleichtern, direkt z.B. zu Facebook, YouTube oder LinkedIn zu streamen. Aber: Bei den beiden letztgenannten Lösungen sollten Sie gut Englisch können und sich einen Moment lang mit den gebotenen Möglichkeiten (oder Einschränkungen) auseinandersetzen.

Des Weiteren wird beim Streamen auch gerne das kostenfreie Programm Twitch genutzt: <https://www.twitch.tv/> (und darin der Chat für die Interaktion mit den Zuschauern freigeschaltet), aber ob Sie sich auf dem im ersten Blick reinen „Gamer-Umfeld“ wohl fühlen, kann ich nicht beurteilen. Natürlich gibt es noch weitere kostenfreie Streaming-Angebote – die meisten, die ich kenne, sind – je nach Player, Ausstattung sowie Dauer und Anzahl der Zuschauer – nicht kostenfrei und werden somit zur Budget- und auch DSGVO-Frage (wie z.B. auch <https://livestream.com/>).

Hinzu kommt dann noch das Einladungsmanagement sowie – falls gewünscht – die anschließende Bereitstellung Ihres Bewegtbild-Contents als Video-On-Demand.

Beim Thema Video-On-Demand gilt im Grunde dasselbe wie bei den Streaming-Anbietern. Meist bieten diese auch entsprechenden Speicherplatz, unter dem Sie Ihre Aufzeichnungen dann im Nachgang noch bereitstellen können. Wenn alle technischen Fragen geklärt sind, bietet sich aber eventuell auch der geschlossene Bereich an, den ich im Zusammenhang mit DeutschesMarketing.TV aufbauen werde – denn hier können Sie dann auch Ihren Bewegtbild-Content als Video-On-Demand hinterlegen. Ich informiere Sie, sobald ich mehr dazu sagen kann.

Zu guter Letzt: Allzu gerne hätte ich Ihnen eine allgemeine Empfehlung für die ein oder andere Variante ausgesprochen. Aber Sie haben es sicherlich bemerkt: Auch, wenn das Thema Livestreaming „mein tägliches Brot“ ist, gibt es hier einfach viel zu berücksichtigen. Nichtsdestotrotz sind Sie jetzt sicherlich „einen Schritt weiter“ in der Thematik und können beschließen, was bei Ihnen Sinn ergibt bzw. auch auszuschließen ist. Eines gilt auf jeden Fall: Ich stehe Ihnen jederzeit bei weiteren Fragen gerne zur Verfügung.



Foto: © UnityRealtimeGroup