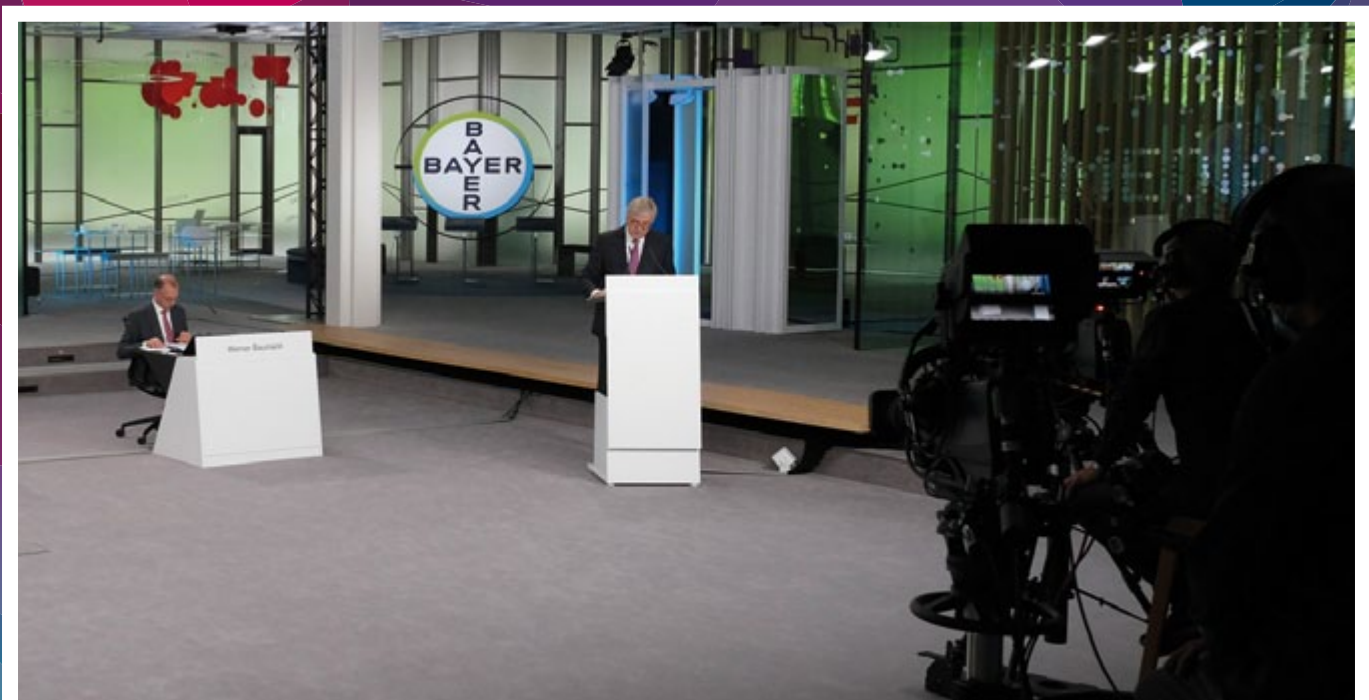


FACHMAGAZIN FÜR EVENT-MARKETING

EVENT PARTNER

Die Präsenzveranstaltung ins Netz geholt
**Tipps & Tricks für
digitale Versammlungen**



SONDERDRUCK AUS 3 | 2020

www.event-partner.de

Die Präsenzveranstaltung ins Netz geholt

Tipps & Tricks für digitale Versammlungen

Entlastung des Vorstandes, Wahlen des Aufsichtsrates oder Beschlüsse über die Verwendung des Gewinns: Gesellschafter- oder Hauptversammlungen sind wichtig und rechtlich notwendig. 2020 dürfen sie erstmals rein digital abgehalten werden. Was müssen Veranstalter dabei beachten?



ANNA HABENICHT

Zu einer der wichtigsten Aufgaben der Gesellschafter- oder Hauptversammlung zählt die Entscheidung über die Dividende sowie die Entlastung des Vorstandes und des Aufsichtsrats. In manchen Jahren steht auch die Wahl einzelner oder mehrerer Aufsichtsratsmitglieder an. Auf der Versammlung erhalten Aktionäre oder Genossen Informationen über unternehmensbezogene Vorgänge und fassen entsprechende Beschlüsse. Um diesen Aufgaben

nun 2020 – in Zeiten der Corona-Pandemie und dem Verbot von Großveranstaltungen – gerecht werden zu können, hat die Bundesregierung im Rahmen des Gesetzes zur Abmilderung der Folgen der COVID-19-Pandemie (COVID-19-Gesetz) nicht nur beschlossen, dass rein digitale Haupt- bzw. Generalversammlungen abgehalten werden dürfen, sondern auch, dass diese einmalig 2020 noch bis zum Ende des Jahres durchgeführt werden können.



2019 fand die Hauptversammlung der Bayer AG noch als Präsenzveranstaltung im WCC Bonn statt, ...



... 2020 wurden die Aktionäre virtuell über den Screen ins Bayer AG Kommunikationszentrum eingeladen.

Übergreifende Kooperation für digitale Versammlungen

Bei der Live-Marketingagentur Ereignishaus nahm man die Dimension der Corona-Krise sehr früh wahr und wollte möglichst schnell mit einem Paket für digitale Versammlungen an den Markt gehen. In der Überlegung, mit welchen Partnern ein solches Angebot umgesetzt werden könnte, fiel aufgrund vergangener Kooperationen die Entscheidung schnell auf Marcel Schettler von Guest-One und Zlatko Kauric von Media-color. Daraus entstanden sei eine gleichberechtigte Partnerschaft, deren kommunikativer Knotenpunkt das Ereignishaus ist, erläutert Vera Viehöfer, Director

Live-Marketing bei Ereignishaus. Das neu geschaffene Paket der Kooperation umfasst neben dem Teilnehmermanagement und Streaming auch die Beratungsleistung zu Dramaturgie und Inszenierung der Online-Versammlung.

Gesetzliche Vorgaben und technische Umsetzung

Beschlussfassung, Einberufung, Stimm- und Teilnahme-recht – diese und viele weitere Aspekte galt es bei der Erstellung des neuen Angebots zu beachten. Dabei bezogen sich die Kooperationspartner nicht nur auf die verschiedenen Vorgaben zum Ablauf von Versammlungen



Das System von Guest-One im Überblick:



Phase 1: Einladungs- und Anmelde-management

Übermittlung der Mitgliederliste

Import und Verwaltung der Daten

Backend/Administration

Personalisierter Versand der Einladung an Mitglieder mit Link zur Online-Anmeldung und persönlichem Login-Code (postalisch oder per E-Mail)

Responsive Online-Anmeldung

Anmeldung zur Teilnahme mit definierten Abfragen und Datenfeldern, optional Angabe eines Vertreters, Dokumenten-Download, statische Informationsseiten

Validierung einer Handynummer

Automatische Bestätigungsmail nach erfolgter Anmeldung inkl. Streaming-Link und persönlichen Zugangsdaten zur Online-Versammlung (Check-in-Code)

E-Mail-Bestätigung

Parallel dazu Versand des/der Abstimmungs-Token für die Wahlen (per SMS; ergänzend oder ausschließlich ist auch eine Übermittlung per E-Mail oder postalisch möglich)



Phase 2: Online-Zutritt und Wahlen

Wahlzettel wird im Wahl-System angelegt

Gültige Abstimmungs-Token werden aus dem Teilnehmermanagement exportiert und im System hochgeladen

Live-Streaming

Wahlleiter kann Wahl im System aktivieren (Umschaltung vom Live-Stream zur Wahl)

Online-Abstimmung

Eingabe Abstimmungs-Token durch Teilnehmer → Weiterleitung zu Wahlzettel (Bei mehreren Stimmrechten erfolgt die Eingabe mehrerer Token durch Teilnehmer nacheinander)

Wahlergebnis

Abstimmung endet nach einer definierten Zeit (bestimmt durch Wahlleiter). Ergebnisse werden angezeigt → Download/Export der Ergebnisse



Phase 3: Follow-up

Follow-up E-Mail

Alle Mitglieder erhalten eine Follow-up E-Mail mit den Ergebnissen der Versammlung und der Wahlen. Ggfs. werden Dokumente, Protokolle o.ä. zum Download zur Verfügung gestellt

im Gesetzestext, sondern arbeiteten auch mit einem Papier des DGRV – Deutscher Genossenschafts- und Raiffeisenverband e.V., welches die Mindestanforderungen an virtuelle General- und Vertreterversammlungen aus genossenschaftlicher Gesetzessicht zusammenfasst.

Und auch wenn der Gesetzgeber zwar klare Anforderungen an die Durchführung von Gesellschafter- oder Hauptversammlungen stellt – wie diese technisch umgesetzt werden können, liegt komplett in der Verantwortung des Veranstalters; keine Herausforderung jedoch für Guest-One. „Mit den technischen Tools, die genau diese Anforderungen erfüllen, arbeiten wir tagtäglich. Nun werden sie einfach in einem anderen Kontext eingesetzt“, erläutert Marcel Schettler, Geschäftsführer des Teilnehmermanagement-Anbieters. Umfragen, Personalisierungen für restriktive Inhalte, individuelle Logins, die nur einmal gültig sind – all diese technischen Prozesse des Teilnehmermanagements kommen nun in adaptierter Weise bei der Durchführung von digitalen Versammlungen zum Einsatz.

Verunsicherung bei Gesellschaften

Bei vielen Kunden führt das Fehlen von klaren technischen Voraussetzungen oder auch entsprechenden Zertifizierungen jedoch zu Verunsicherungen. Dementsprechend viel müssen die Kooperationspartner nun in Gesprächen beraten und aufklären. Gerade hier kommt

der Charme der Partnerschaft zum Tragen: Sie bietet durchdacht und juristisch überprüft aus einer Hand eine Komplettlösung für die Durchführung von digitalen General-, Vertreter- und Hauptversammlungen an. „Das ist ein Angebot, das es so von der Stange im Markt noch nicht gibt“, ist Marcel Schettler überzeugt.

Inszenierung von digitalen Versammlungen

Entscheidend bei der Kooperation ist jedoch nicht nur, dass die formalen technischen Anforderungen an digitale Versammlungen erfüllt werden, sondern auch die Kompetenz des Teams in Bezug auf die Inszenierung von Online-Versammlungen. Bei virtuellen General- oder Vertreterversammlung gehe es nicht nur um den Wahlprozess, ist Vera Viehöfer überzeugt. Die Online-Versammlung dürfe nicht nur ein formaler Akt an sich sein, sondern müsse mit einer neuen Dramaturgie und einer für das digitale Format passenden Inszenierung die Aufmerksamkeit des Teilnehmers gewinnen.

Dabei wird die digitale Versammlung bewusst bei den Gesellschaften vor Ort oder in einem Set-up, das eine maximale Identifikation mit dem Unternehmen erlaubt, durchgeführt. Neben logistischen und ökologischen Gründen, die für eine lokale Location sprechen, kann so sichergestellt werden, dass der Ort für die Teilnehmer eine große Nähe zum Unternehmen herstellt.

Wichtig hinsichtlich der Inszenierung ist auch die Frage, welche Informationen auf welche Art und Weise präsentiert werden: Was sind die wirklich relevanten Informationen, die unbedingt vorgestellt werden müssen und an welchen Punkten kann das Event etwa über eine Bilderwelt oder ein kurzes Gespräch etwas aufgelockert werden? Bei digitalen Formaten komme es auf kurzweilige Inhalte und Impulse an, betont Viehöfer. Dabei könne auch ein externer Speaker helfen. Ebenso kann die Schulung der Teilnehmer vor der Kamera für den Erfolg der Versammlung von immenser Bedeutung sein. „Werden eine Stunde lang von einer





Stimmzettelübersicht einer Vertreterversammlung

schlecht geschulten Person Zahlen runtergerattert, grenzt das an ein Desaster“, so Vera Viehöfer.

Kunden müssten sich aktuell nicht nur überlegen, was die Vorgaben sind und was sie formal brauchen, sondern auch, wie zusätzlich Nutzen durch die digitale Versammlung gestiftet werden kann. Selbst wenn eine Versammlung nun gezwungenermaßen virtuell umgesetzt wird, dürfe nicht vergessen werden, dass es sich dabei um eine kommunikative Maßnahme handele und nicht nur um einen formalen Akt.

Virtuelle Hauptversammlung der Bayer AG

Dieser kommunikative Aspekt spielte auch bei der Hauptversammlung der Bayer AG am 28. April 2020 eine wichtige Rolle. Hier waren jedoch nicht die Kooperationspartner Ereignishaus, Guest-One und Mediacolor im Einsatz. Stattdessen kümmerte sich das Team rund um Ulrike Tondorf, Head of Live & Experience Branding bei der Bayer AG, um das interne Projektmanagement. Zehn Dienstleister

und 50 interne Taskforce-Mitglieder wandelten in nur 15 Werktagen die Präsenzveranstaltung in ein Online-Event, und das bei Kosten zwischen einem Drittel bis einem Viertel der üblichen Summe. 5.000 Zuschauer verfolgten zu Spitzenzeiten die digitale Versammlung. Wichtig war Tondorf hierbei sicherzustellen, dass auch digital alles dem geforderten formalen Ablauf entspricht, dass die Teilnehmer dem Geschehen jederzeit folgen können und das Gefühl erhalten, sie wären live dabei.

Ein Gefühl des Miteinander Redens

Um eine persönliche Ebene bei den Beteiligten zu erreichen, wurde die Hauptversammlung im Kommunikationszentrum der Bayer AG abgehalten. Anstatt auf eine unpersönliche virtuelle Welt zu setzen, sollte das Publikum so quasi nach Hause ins Unternehmen eingeladen werden. Auch die Option, lediglich über Live-Schaltungen die einzelnen Vorstände und Aufsichtsratsmitglieder zusammenzubringen, hätte es gegeben. Der Bayer AG war es jedoch wichtig, trotz eines digitalen Formats einen Live-Part zu haben: die Protagonisten in einem Raum vor der Kamera. So sollte vor allem das Gefühl des „Miteinander Redens“ vermittelt werden.

Ein direkter Live-Austausch mit den Aktionären war jedoch nicht möglich. Statt wie üblich während der Veranstaltung Fragen zu stellen, hatten die Anteilseigner nun die Option, im Vorhinein Fragen schriftlich einzu-



Mehrere Techniker sorgten für die störungsfreie Übertragung der Hauptversammlung der Bayer AG.

Fotos: Shutterstock / Roman Samokhin; Bayer AG; Guest-One



reichen. Ebenso konnte am Tag der Hauptversammlung während der Veranstaltung Widerspruch zu Protokoll per E-Mail abgegeben werden. Auch dies war vorher nur durch persönliche Teilnahme oder über einen Vertreter in der Präsenzveranstaltung möglich.

Hygienemaßnahmen

Wichtig war es der Bayer AG auch zu zeigen, dass man sich viele Gedanken um die Situation gemacht und an alle wichtigen Hygienemaßnahmen gedacht hatte. Neben Schutzmasken und Desinfektionsmittel für alle Beteiligten gehörten dazu auch vorher sorgsam geplante Laufwe-

ge der Redner, um den gebotenen Abstand zu gewährleisten. „Da durfte und musste auch schon einmal der nächste Redner warten, bis am Rednerpult alles ausgetauscht und gereinigt war, um das Risiko für alle zu reduzieren!“, erklärt Ulrike Tondorf und ergänzt: „Wir haben die Anzahl der Personen vor Ort bewusst so gering wie möglich gehalten und haben z.B. die zur Wahl stehenden Aufsichtsratsmitglieder mit Hilfe eingespielter Filmsequenzen teilhaben lassen.“ Vor der Kamera selbst saßen nur fünf Vertreter aus Vorstand und Aufsichtsrat sowie ein Notar. Somit wurde, neben der bewussten Einladung „nach Hause“ und der gezeigten Nähe, auch ganz unterbewusst die sichtbare Einhaltung der auferlegten Abstands- und Hygienemaßnahmen zu einem Teil der Event-Inszenierung.



Wegen des Coronavirus wurde bei jedem Rednerwechsel das Pult desinfiziert.

Digital – die Zukunft von Versammlungen

Liegt nun die Zukunft von Gesellschafter- und Hauptversammlungen in der digitalen Welt? Laut dem Rechtsanwalt Günter Müller werde aktuell diskutiert, ob es nicht auch nach der Corona-Pandemie für Gesellschaften die Option geben sollte, Versammlungen rein digital durchführen zu können. Eine hybride Versammlung mit Möglichkeiten zum direkten Austausch der Gesellschafter könnte mit Sicherheit ein spannendes Format sein. Denn auch wenn bei Versammlungen die Übermittlung sachlicher Informationen im Fokus steht, sollte nicht die persönliche zwischenmenschliche Ebene außen vorgelassen werden. ●

[12815]