

Livestreaming

Trends und Entwicklungen bei Laufveranstaltungen

lean-pro

- 25 Mitarbeiter
- Standort Paderborn, 1200 m²
- Zusammenschluss aus 3 Firmen
- Spezialisten in den Bereichen
 - Licht/Bühne (Jansen Lichttechnik)
 - Ton (F&R Veranstaltungstechnik)
 - Filmproduktion und Liveübertragungen (AFV Medien)

lean-pro

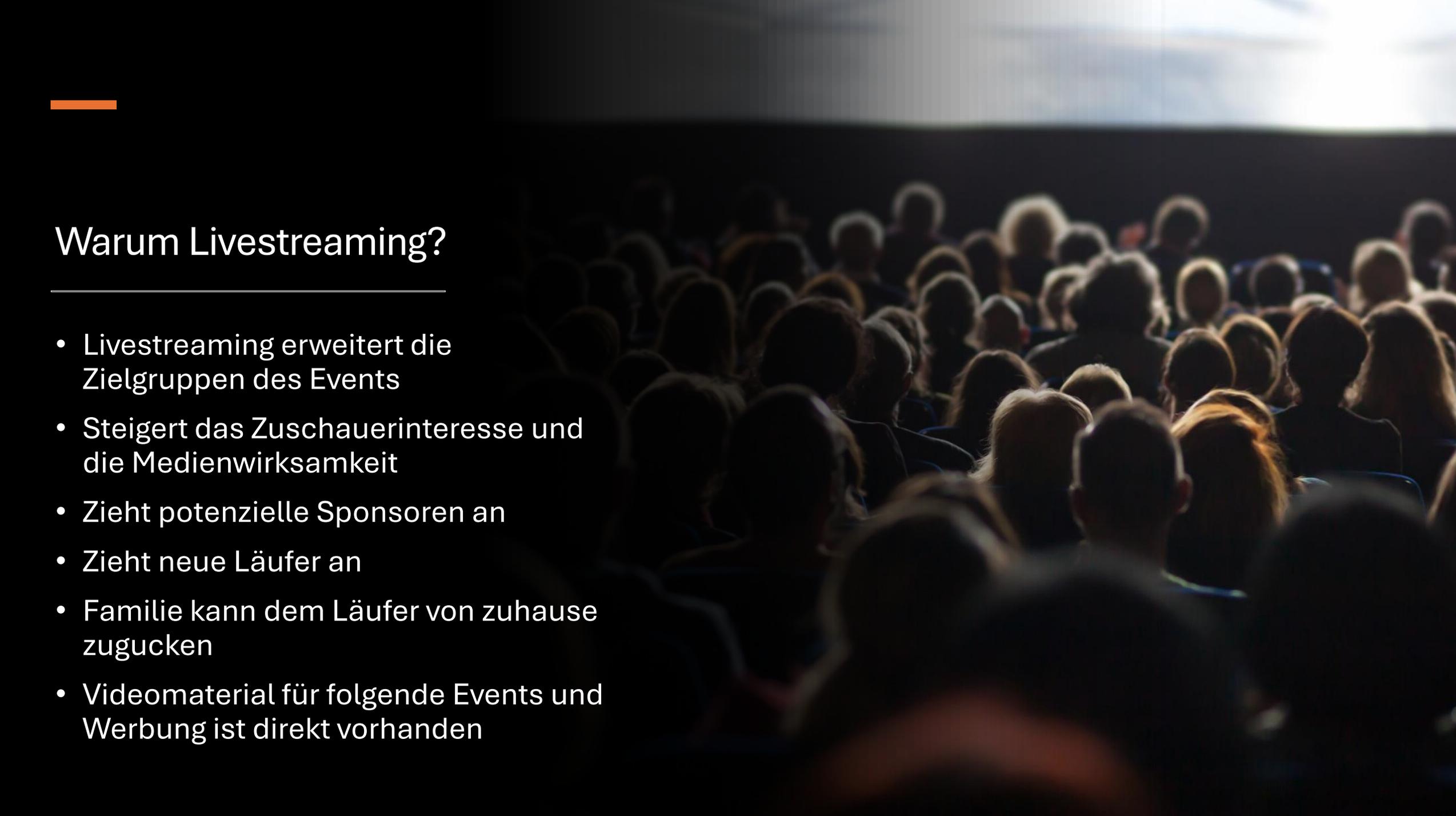




Inhalt

- Warum Livestreaming?
- (neue) Möglichkeiten
- Monetarisierung und Sponsoren
- Technische und personelle Infrastruktur
- Fazit





Warum Livestreaming?

- Livestreaming erweitert die Zielgruppen des Events
- Steigert das Zuschauerinteresse und die Medienwirksamkeit
- Zieht potenzielle Sponsoren an
- Zieht neue Läufer an
- Familie kann dem Läufer von zuhause zugucken
- Videomaterial für folgende Events und Werbung ist direkt vorhanden

GPS-Tracking und Live-Karten

- GPS-Tracking
 - Ermöglicht das Verfolgen einzelner Läufer in Echtzeit
 - Besonders spannend für Freunde und Familie
- Live-Karten
 - Verfolgen von Läufergruppen auf einer Karte (z.B. Tracker an den Führungsfahrzeugen/Fahrrädern)
 - Echtzeit-Updates für Zuschauer



Drohnen und Fahrzeuge

- Drohnen zeigen das Geschehen aus Vogelperspektive
 - Erfassen verschiedene Streckenabschnitte
 - Eindrucksvolle Bilder von Massenstarts
- Kameras an Fahrzeugen (Motorrad, E-Bike, etc.)
 - Bringen die Zuschauer direkt in das Erlebnis
 - Bieten die Möglichkeit, die Führungsgruppen live zu verfolgen
 - Z.B. durch Livestreaming über 5G-Router



Multikamera-Optionen

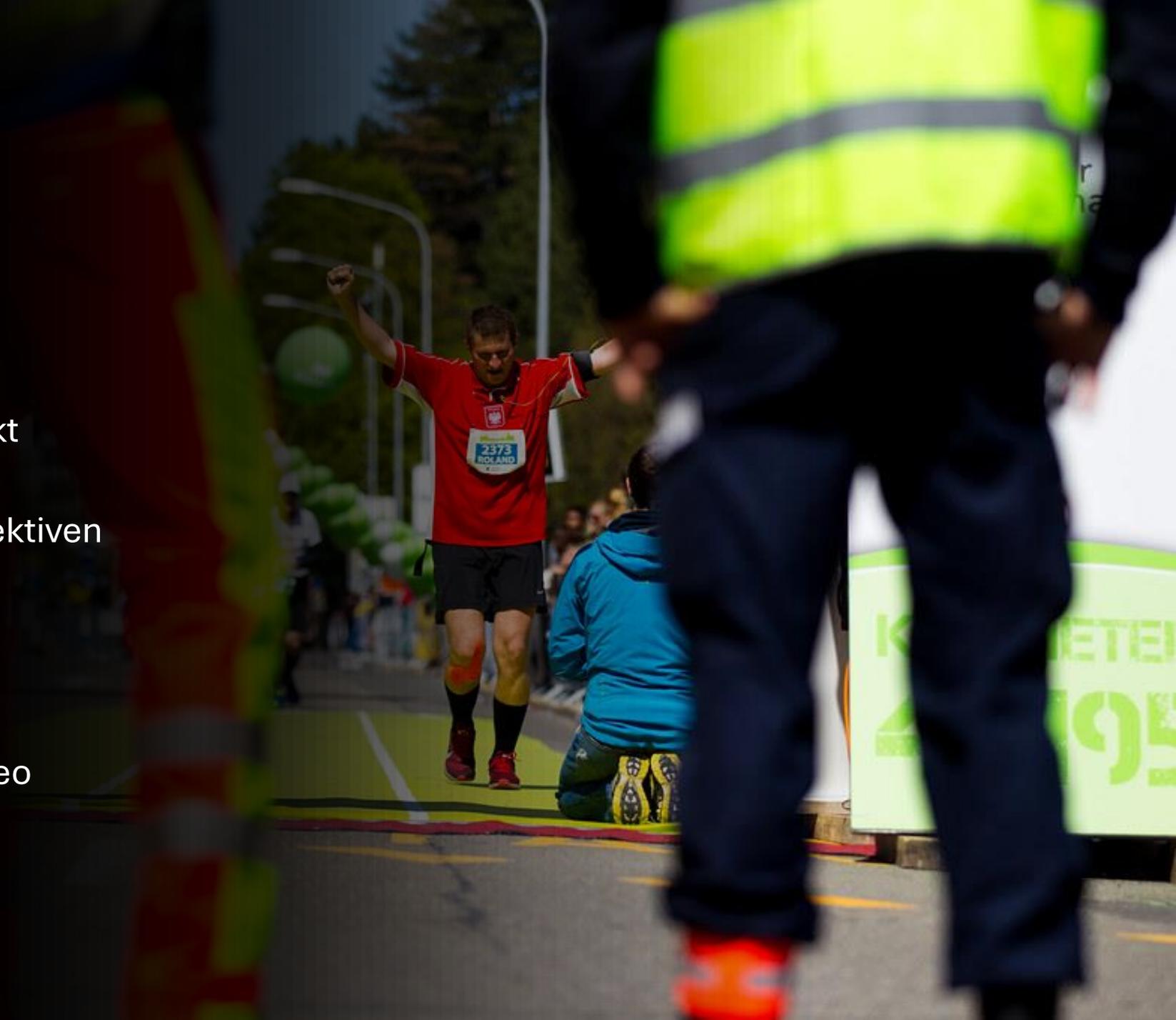
- Wahl zwischen verschiedenen Kamerawinkeln
- Auswahl verschiedener Standorte
- Nachteil: erhöhte Bandbreite!

Live-Kommentare und social Media

- Begleitung des Livestreams durch Kommentatoren
- Kann/sollte unabhängig von der Live-Moderation z.B. im Ziel sein
- Hervorhebung von Highlights z.B. Zieleinläufe
- Interviews mit Sponsoren, Läufern und Funktionären machen den Livestream interessanter -> **Infotainment**
- Ermöglichen aktive Teilnahme der Zuschauer
- Direkter Kontakt zu den Moderatoren z.B. durch einen Sidekick
- Eigenen # vorher bewerben und während der Veranstaltung und Bilder und Videos der Läufer einblenden
- Zuschaltungen von „Profis“ oder „Fachleuten“ möglich

Der eigene (Ziel)-einlauf

- Wird häufig vom Zeitnehmer direkt angeboten
- Eine oder mehrere Kameraperspektiven möglich
- Bis zu 10facher Zugriff pro Läufer
- Monetarisierung durch statische Werbung um das Video oder Werbevideo vor dem eigenen Video





Technische Infrastruktur

- Wichtige Anforderungen für Livestreaming
 - Gute Internetanbindung
 - Stabile wetterfeste Kameraausrüstung (Regen UND Sonne!)
 - Gute Kamerapositionen
- Besondere Herausforderungen
 - Veranstaltungen mit großen Entfernungen
 - Abgelegene Gebiete (Netzabdeckung)
- Mögliche Lösungen
 - Tragbare 5G-Router
 - Streaming von Versorgungspunkten

Personelle Infrastruktur

- Nicht mit zu wenig Personen planen!
- Kleine Beispiel:
 - 2 Moderatoren (+1 Sidekick)
 - 2 Personen in der Regie
 - 2-3 Kameraleute
 - 1 Person am Chat/Social Media
 - 1 Person für die inhaltliche Leitung (Kontakt mit den Moderatoren)
 - 1 Person für die technische Leitung (löst technische Probleme)





Kostenaufwand

- Hohe Kosten für professionelle Übertragung häufig eine Hürde für kleinere Veranstalter
- Partnerschaften als Lösung: Sponsoren können finanzielle Unterstützung bieten



SPONSOR

Monatarisierung

- Neue Werbepartner für den Livestream begeistern, nicht “verschenken”
- Sehr interessant für ÜBERREGIONALE Sponsoren
- Besondere Highlights in den Steam einbauen, z.B. Gewinnspiele



Sponsoring- Chancen

- Sponsoring im Livestream
 - Vielseitige Möglichkeiten für Werbeeinblendungen
 - Erreichen eines überregionalen Publikums
- Beispiel für Sponsoring
 - „Brought to you by...“-Einblendungen
 - Banner am unteren Rand des Bildschirms
 - Videoeinspieler
 - „L-Werbung“
 - (Live-) Interviews mit Sponsoren

Zukunft: Künstliche Intelligenz (KI) für Kommentierungen

Künstliche Intelligenz (KI) für Kommentierungen

- Erste Experimente mit KI-gesteuerten Kommentatoren laufen
- Liefern in Echtzeit Informationen und analysieren interessante Daten

Individuelle Statistiken und Ranglisten

- KI könnte individuelle Statistiken bereitstellen
- Laufzeiten und Ranglisten in Echtzeit verfügbar machen



Fazit

- Einen Livestream als Zusatzgeschäft sehen, Werbung nicht „verschenken“
- Klein starten und langsam ausbauen
- Neue Möglichkeiten machen Livestreams interessanter
- Streams mit Moderatoren lockern „langweilige Zieleinläufe“ auf.

Fragen?

André Weihrauch

0175 4030829

a.weihrauch@lean-pro.de

www.lean-pro.de

