



ON24

ON24 WEBINAR- BENCHMARK-REPORT

VERSION FÜR EMEA 2022

Inhaltsverzeichnis

Vorwort vom Management	3
Methodik	4
Benchmarks vor dem Webinar	5
Benchmarks für Live-Webinare	8
Benchmarks nach dem Webinar	10

Vorwort vom Management

In den letzten zwei Jahren mussten sich Marketingexperten auf eine neue Realität einlassen: Fast das gesamte Marketing findet inzwischen digital statt und die Bereitstellung von ansprechenden Kundenerlebnissen ist unerlässlich, um die Erkenntnisse zu gewinnen, die zur Pipeline-Generierung und Umsatzsteigerung erforderlich sind.

Webinare spielen heutzutage während des gesamten Kaufprozesses eine entscheidende Rolle bei der Interaktion mit Zielgruppen. Selbst der Begriff „Webinar“ scheint veraltet zu sein, da Unternehmen Webinare für Veranstaltungen jeder Größe und Art nutzen, darunter Talkshows, Preisverleihungen, Nachrichtensendungen, Konferenzen, Gipfeltreffen, Roadshows und vieles mehr.

2021 gab es in einigen wichtigen Bereichen Zuwachs. Zum einen nimmt das Engagement des Publikums bei Webinaren insgesamt zu. Zum anderen wird der Einsatz von Videotechnik in Webinaren immer beliebter: Bei 64 % der Veranstaltungen wird die Kamera eingeschaltet.

Zusammengenommen verdeutlichen diese beiden Aspekte die Entwicklung von Webinaren von einfachen Präsentationen hin zu komplexen und ansprechenden Programmen.

Damit Sie verstehen, wie Sie sich die Trends des Jahres 2021 zunutze machen können, haben wir den Webinar-Benchmark-Report 2022 erstellt. Im Folgenden erfahren Sie, wie Webinare vermarktet werden, wie Teilnehmer mit Webinaren interagieren und wie Marketingexperten wie Sie mehr Nutzen aus den von Ihnen geschaffenen Erfahrungen ziehen können.

Methodik

Dieser Bericht basiert auf den Daten von Webinaren, die im Jahr 2021 weltweit über die ON24 Plattform durchgeführt wurden, sowie auf den Aktivitäten, die während der aktiven Stunden in der Region EMEA stattfanden.



Bei den Daten für die Region EMEA handelt es sich um Schätzwerte basierend auf der Zeitzoneaktivität.



Alle untersuchten Webinare fanden zwischen Januar und Dezember 2021 statt.



In Anbetracht der wachsenden Zahl von Anwendungsfällen für Webinare unterliegt dieser Report keinen Beschränkungen hinsichtlich der Teilnehmerzahl. Bei früheren Benchmark-Reports wurden Webinare mit weniger als 100 Teilnehmern nicht berücksichtigt.

Benchmarks vor dem Webinar

Promotion-Zyklus

2021 erfolgte die Registrierung der meisten Teilnehmer in der Region EMEA kurz vor dem Start des Webinars. Tatsächlich registrierten sich 61 % der Teilnehmer entweder 1 bis 7 Tage vor der Veranstaltung (45 %) oder sogar erst am Tag der Veranstaltung (16 %).

ON24 empfiehlt Veranstaltern von Webinaren weiterhin, ihre Werbemaßnahmen mindestens zwei Wochen im Voraus einzuleiten. Im Jahr 2021 erfolgten 39 % aller Registrierungen acht Tage oder mehr vor dem Live-Webinar.

16 %

am Tag der
Veranstaltung

45 %

1-7 Tage
vorher

21 %

8-14 Tage
vorher

18 %

15+ Tage
vorher



ON24-TIPP: BRINGEN SIE NEUEN SCHWUNG IN IHRE WERBEBOTSCHAFTEN

Spielen Sie mit dem Ton und dem Stil Ihrer E-Mail, um Ihre Zielgruppe zu überzeugen. Lesen Sie mehr in unserem [Leitfaden mit Best Practices für die Webinar-Registrierung](#).

Benchmarks vor dem Webinar

Beliebte Tage für den Versand von Werbe-E-Mails

E-Mails sind einer der effektivsten Kanäle für die Promotion von Webinaren. Daher sollten Sie wissen, wann Sie Werbe-E-Mails am besten verschicken. Bei Webinaren in der Region EMEA ist **der Dienstag der beliebteste Tag für den Versand von Webinar-Werbung, dicht gefolgt von Mittwoch und Donnerstag.**

In der Praxis gibt es viel Spielraum für Experimente. Analysieren Sie frühere Werbekampagnen zu Webinaren und ermitteln Sie die Präferenzen Ihrer Zielgruppe. Passen Sie Ihre E-Mails an die Tage und Uhrzeiten an, an denen das Interesse der Teilnehmer am größten ist.

19 %

Montag

23 %

Dienstag

21 %

Mittwoch

20 %

Donnerstag

11 %

Freitag

6 %

Samstag/
Sonntag



ON24-TIPP: TESTEN SIE KLARTEXT-E-MAILS

Verleihen Sie Ihren Werbe-E-Mails eine persönlichere Note, indem Sie eine von einem Ihrer Referenten signierte Klartext-E-Mail versenden.

Benchmarks vor dem Webinar

Beliebte Tage für die Webinar-Teilnahme

Die besten Tage für die Promotion von Webinaren decken sich mit den besten Tagen für die Webinar-Teilnahme. In der Region EMEA sind dies der **Donnerstag, dicht gefolgt von Dienstag und Mittwoch.**

Anbieter von Webinaren haben also zahlreiche Möglichkeiten für die Conversion ihrer registrierten Personen in Teilnehmer. Webinare, die in der Wochenmitte abgehalten werden, führen zwar zu den meisten Conversions, aber das Teilnehmerverhalten ändert sich und es gibt möglicherweise neue Chancen für die Durchführung von Webinaren während der Woche.

Das Gleiche gilt für beliebte Uhrzeiten für Webinare. In der Regel empfehlen wir Ihnen, eine Veranstaltung am Vormittag und am frühen Nachmittag abzuhalten (z. B. um 11 Uhr oder 14 Uhr).

Allerdings bedeutet dies auch, dass Sie eine Menge Konkurrenz haben. Die beste Zeit für ein Webinar hängt von Ihrer Zielgruppe ab. Scheuen Sie sich nicht, mit Ihren Veranstaltungszeiten zu experimentieren und analysieren Sie unbedingt die Ergebnisse.

10 %

Montag

25 %

Dienstag

23 %

Mittwoch

29 %

Donnerstag

10 %

Freitag

3 %

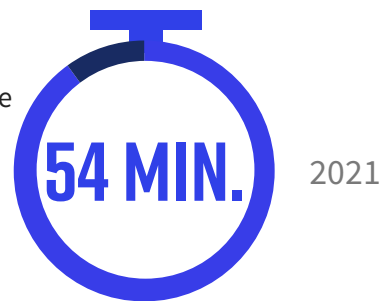
Samstag/
Sonntag

Benchmarks für Live-Webinare

Durchschnittliche Sehdauer

Die durchschnittliche Sehdauer bei Live-Webinaren in der Region EMEA betrug im Jahr 2021 54 Minuten. Damit ist der Mythos der „digitalen Ermüdung“ und die Behauptung, dass Teilnehmer keine Webinare von mehr als einer Stunde sehen wollen, widerlegt.

Um die Aufmerksamkeit der Teilnehmer an Ihren Webinaren aufrechtzuerhalten, müssen Sie sie in den Mittelpunkt des Erlebnisses stellen. Sorgen Sie für hochgradig interaktive Webinare und umgeben Sie Ihr Publikum mit einer Vielzahl von Inhaltsoptionen, Ressourcen, interaktiven Tools und klaren CTAs.



ON24-TIPP: PASSEN SIE DIE WEBINARDAUER AN IHRE ZIELE AN



Denken Sie daran, dass Ihre Webinare nur so lang sein sollten, wie es für die Vermittlung Ihrer Botschaft notwendig ist. Bei einem kurzen Info-Webinar können 20 Minuten ausreichen. Bei einem Panel-Webinar mit Gästen und Frage- und Antwort-Runden sind womöglich 60 Minuten oder länger angemessen.

Durchschnittliche Anzahl von Teilnehmern pro Webinar

2021 nahmen im Durchschnitt 111 Teilnehmer pro Webinar weltweit teil.

Der Trend: Werbetreibende bieten immer mehr Webinare an, die für bestimmte Zielgruppen segmentiert und personalisiert sind.

Durchschnittliche Anzahl von Teilnehmern pro Webinar



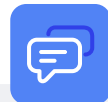
Videointegration

Veranstalter und Moderatoren von Webinaren fühlen sich vor der Kamera zunehmend wohler: Bei 64 % der Webinare weltweit kommen Videotechnik oder Webcams zum Einsatz.

Video ist ein vielseitiges Format, mit dem Sie verschiedene Arten von Webinaren erstellen können, von Podiumsdiskussionen und Einzelgesprächen bis hin zu Produktdemos und mehr.



64 %
2021



ON24-TIPP: INTEGRIEREN SIE VIDEOCLIPS IN IHRE VERANSTALTUNGEN

Haben Sie einen beliebten Videoclip? Sie können ganz einfach Videos in Ihre Webinare integrieren. Fügen Sie Ihre Clips in Ihre Veranstaltungen ein, um das Erlebnis noch ansprechender zu gestalten.

Benchmarks nach dem Webinar

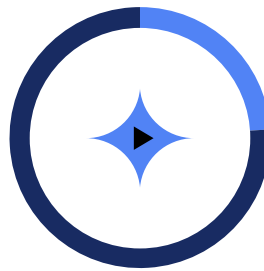
Conversion von registrierten Personen zu Teilnehmern (Registrant to Attendee Conversion)

Insgesamt kam es im Jahr 2021 bei 55 % der registrierten Personen zur Conversion zu Teilnehmern. Bei Live-Webinaren betrug die Conversion-Rate 35 %, bei On-Demand-Webinaren 24 %.

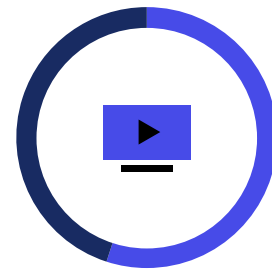
Ein kleinerer Teil der Teilnehmer sah sich Webinare sowohl live als auch on demand an. Hinweis: In dieser Statistik wurden Webinare für Schulungen und interne Kommunikation berücksichtigt.



35 %
Live



24 %
On demand



55 %
Live oder on demand

Die Lektion: Teilnehmer möchten bei Webinaren die Wahl haben. Sorgen Sie dafür, dass Ihre Webinare sowohl live als auch on demand verfügbar sind. Auf diese Weise haben Sie die beste Voraussetzung, die Zahl Ihrer Teilnehmer zu maximieren und den ROI Ihrer Veranstaltungen zu steigern.

ON24-TIPP: ERSTELLEN SIE EINEN RESSOURCEN-HUB

Verschaffen Sie Ihren Teilnehmern mit einem On-Demand-Engagement-Hub jederzeit Zugang zu den gewünschten Inhalten. Mit dem ON24 Engagement Hub können Sie ganz einfach On-Demand- und Live-Webinare, Videos und PDFs zur Verfügung stellen, sodass Ihre Teilnehmer die Inhalte, die sie am meisten brauchen, selbst auswählen können.



Sehdauer bei On-Demand-Webinaren

Mit On-Demand-Webinaren erwecken Sie Content, den Sie bereits erstellt haben, zum Leben, geben Teilnehmern die Kontrolle über ihre Kaufentscheidung und können die Interaktion mit Kunden fördern, die sich für Ihre Inhalte interessieren.

Beachten Sie, dass die Sehdauer bei On-Demand-Inhalten viel kürzer ist als bei Live-Veranstaltungen.

Dies deutet darauf hin, dass viele On-Demand-Teilnehmer entweder nach bestimmten Inhalten oder Erkenntnissen suchen oder sich durch Ihre On-Demand-Webinare klicken. Werbetreibende sollten versuchen, diese Suche zu erleichtern, indem sie Webinare in Kapitel unterteilen, sobald sie von der Live- zur On-Demand-Version wechseln.

Durchschnittliche Sehdauer bei On-Demand-Webinaren



2021

Sie möchten noch mehr wissen?

Halten Sie sich über die neuesten Benchmarks und Erkenntnisse auf dem Laufenden.

Unter www.on24.com/webinar-benchmarks erfahren Sie mehr darüber, wie Sie Ihre digitalen Experiences optimieren können.

WEITERE INFORMATIONEN >

