



Erfolgreiche Veranstaltungen gestalten: Was Teilnehmer wirklich wollen

Weltweit werden unzählige Veranstaltungen angeboten: Meetings, Incentives, Conventions oder Events. Sie gestalten sich dabei auf unterschiedlichste und zum Teil aufwendige Weise, um die Teilnehmer anzulocken und deren Erwartungen nicht nur zu erfüllen, sondern im besten Fall zu übertreffen.

von Lukas Zenk

Die Teilnehmer müssen aus der Vielzahl der Angebote die passendsten auswählen und haben immer weniger Zeit und Budget für den Besuch von Events zur Verfügung. Veranstalter müssen daher ihr Programm möglichst genau auf ihre Zielgruppe abstimmen, damit diese nicht nur teilnehmen, sondern auch in Zukunft wiederkommen. Doch was wollen Teilnehmer eigentlich?

KERNAKTIVITÄTEN BEI VERANSTALTUNGEN

Obwohl jede Veranstaltung unterschiedlich gestaltet wird, kann man auf einer dahinter liegenden Ebene übereinstimmende Kernaktivitäten identifizieren. Diese Aktivitäten entsprechen den Erwartungen und Wünschen, auf Grund derer Menschen tatsächlich an Veranstaltungen teilnehmen. Um sie zu erforschen, haben wir in einem dreijährigen angewandten Forschungsprojekt unterschied-

lichste Veranstaltungen untersucht und Teilnehmer und Veranstalter interviewt. Durch kognitions- und sozialwissenschaftliche Analysen haben wir anschließend mittels Sense-Making Prozessen die neun wichtigsten Aktivitäten identifiziert, beschrieben und illustriert. Sie beschreiben die Hauptgründe und die wesentliche Motivation, warum Personen an verschiedenen wissensintensiven Veranstaltungen teilnehmen und sind speziell für Veranstalter praxisorientiert dargestellt.

Folgende 9 Kernaktivitäten haben wir in einem kompakten Handbuch und einem Spielkarten-Set beschrieben:

- 1. Präsentieren:** Sich selbst, das eigene Wissen oder Unternehmen vorstellen
- 2. Informieren:** Wissen von anderen Personen erlangen
- 3. Verbinden:** Sich mit anderen Personen oder Unternehmen vernetzen

- 4. Vergleichen:** Erfahren, wo andere Personen im Vergleich mit sich selbst stehen
- 5. Kooperieren:** Gemeinsam ein Konzept oder Produkt entwickeln
- 6. Experimentieren:** Erste Prototypen vorstellen und Feedback erhalten
- 7. Inspirieren:** Über den eigenen Tellerrand blicken und neue Einsichten erhalten
- 8. Genießen:** Die Zeit für Kulinarik, Kunst und Entertainment nutzen
- 9. Freinehmen:** Abseits vom Alltag tagträumen und gedanklichen Freiraum erleben

Je genauer eine Veranstaltung die Erwartungen – ausgedrückt in den Kernaktivitäten – der Zielgruppe erfüllt, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass Teilnehmer mit der Veranstaltung zufrieden sind, sie anderen Personen weiterempfehlen und wieder teilnehmen wollen.



LÖSUNGEN FÜR VERANSTALTUNGEN

Mit Hilfe des Buchs und dem Kartenspiel können Veranstalter basierend auf der Auswahl der Kernaktivitäten zielgerichtet jene Dienstleistungen entwickeln und anbieten, die am besten zu dem Zielpublikum passen. Hierbei sind für jede Veranstaltung drei wichtige Dimensionen zu beachten:

1) Architektonische Dimension: Die räumliche und architektonische Dimension beeinflusst maßgeblich das Verhalten der Teilnehmer. Abhängig von der Art und Ausgestaltung der Räume, architektonischen Ausstattung und "Atmosphäre" werden unterschiedliche Interaktionen und Gruppenbildungen ermöglicht oder verhindert.

2) Soziale Dimension: Jede Veranstaltung integriert soziale Methoden und Formate, um die Interaktion der Teilnehmer zu fördern. Von klassischen Präsentationen über Icebreaker oder Topic Cafes fördern unterschiedliche

Lösungen unterschiedliche Wissensflüsse.

3) Technologische Dimension: In dieser Dimension werden sowohl physische Materialien (z.B. Programmheft) als auch Software (z.B. Apps für Personen-Matching) beschrieben, die die Teilnehmer mit analogen und digitalen Lösungen unterstützen.

Für jede Dimension haben wir 13 Lösungen entwickelt, um einen umfassenden Überblick zu geben und Inspirationen für ein innovatives Event Design zu ermöglichen.

BUCH UND SPIELKARTEN

Damit diese Konzepte nicht nur wissenschaftlich beschrieben, sondern auch praktisch für Veranstaltungen genutzt werden, haben wir ein kompaktes Handbuch erstellt. Darüber hinaus haben wir ein Spielkarten-Set entwickelt, um (auch ohne Buch) in drei Schritten das eigene, innovative Event zu gestalten. Dabei werden Veranstalter durch folgende drei Schritte geführt:

1) Kernaktivitäten identifizieren: Aus welchen Gründen nimmt Ihre Zielgruppe an der Veranstaltung teil? Die Aktivitäten unterstützen Sie, die wichtigsten Gründe zu finden.

2) Passende Lösungen auswählen: Welche Lösungen passen am besten zu Ihrer Veranstaltung? Auf Basis der Aktivitäten werden Ihnen Lösungen empfohlen.

3) Veranstaltungsformat entwickeln: Wie können die unterschiedlichen Lösungen zu einem Gesamterlebnis für die Teilnehmer integriert werden? Mit Hilfe des Karten-Sets

können Sie spielerisch Ihre Veranstaltung designen.

Das Buch und das Spielkarten-Set haben wir erstmals bei der Convention4u im Juni 2015 demonstriert. Die teilnehmenden Veranstalter konnten dort ihre eigenen Veranstaltungen neu designen. Als häufigste Rückmeldung wurde vor allem die einfache Umsetzung und der praktische Nutzen der Karten für Veranstaltungsteams genannt.

Durch die systematische Vorgehensweise konnten die Teams Schritt für Schritt ein gemeinsames Bild und Verständnis für ihre Veranstaltung entwickeln. Dadurch wurden die wichtigsten Eckpunkte einer Veranstaltung im Team abgestimmt und neue Designs erarbeitet. Aufgrund der zahlreichen positiven Rückmeldungen haben wir die Bücher und Spielkarten in zweiter Auflage gedruckt. Bei Interesse finden Sie weitere Informationen zum Projekt unter <http://designing.events>, bzw. können Sie das Buch und das Kartenset direkt über order@designing.events bestellen.

Autoren

Dr. Lukas Zenk
Donau-Universität Krems

DI Thomas Fundneider, MBA
theLivingCore

Univ.-Prof. Markus Peschl
Universität Wien

info@designing.events
<http://designing.events> ■

Kongresse
in Wien

my WIN-WIN-SITUATION

myAustrian fliegt mich mit herzlichem Service in die Kongress-Metropole Wien. Weil ich nur hier Beruf und Entspannung so erfolgreich miteinander verbinden kann.

the charming way to fly

A STAR ALLIANCE MEMBER Lufthansa Group

myAustrian
austrian.com