

AUSTRIAN CONVENTION BUSINESS MAGAZIN

Österreichische Post AG
MZ 03Z035311 M
T.A.I., Weyrgasse 8/9, 1030 Wien

2023/01



COVERSTORY SEITE 6

STEINERLIVE

Vom Event ins TV.
Das neue STUDIO WIEN

SEITE 24

Recruiting Special

Personalsuche von der Formel-1
bis hin zum „Sellcruiting“

SEITE 46

Nachhaltige Geschäftsreisen

Luftfahrt zwischen SAF-Träumen
und SAF-Realität

Erfolgreiche und innovative Veranstaltungen designen

Teilnehmende wollen keine klassischen Veranstaltungsformate mehr, die nicht zu ihnen passen – die Initiatoren von „Designing.Events“ sorgen diesbezüglich für frischen Wind



In den Jahren der Pandemie haben wir uns daran gewöhnt Veranstaltungen, wenn überhaupt, online zu besuchen. Zu selten wird jedoch gefragt, ob diese Events auch den Bedürfnissen der Teilnehmer:innen entsprechen. „Wir klicken uns durch einige Vorträge, schreiben nebenbei E-Mails und machen uns das Essen, wenn uns die Veranstaltung nicht anspricht – die Aufmerksamkeitsspannen sind geringer und die Ansprüche, auch an Präsenzveranstaltungen, höher geworden“, betont diesbezüglich **Prof. Dr. Lukas Zenk, MSc** von der Donau-Universität Krems der zusammen mit **DI Thomas Fundneider, MBA** vom Strategieunternehmen theLivingCore und **Univ.-Prof. Dr. Markus Peschl** von der Universität Wien die Methode „Designing.Events“ entwickelte.

Mit **Moritz Colmant, MA** als Kooperationspartner wurde die Methode in ein digitales Training überführt. Als Trainer für Eventmanagement ist er an den größten Universitäten im deutschsprachigen Raum etabliert und kennt sich mit den Bedürfnissen anspruchsvoller Zielgruppen bestens aus. „Veranstaltungsformate gibt es wie Sand am Meer. Aber egal ob Konferenz, Retreat oder Barcamp, erfolgreich sind Veranstaltungen erst dann, wenn sie den Erwartungen der Zielgruppe entsprechen oder diese sogar übertreffen“, ist Moritz Colmant überzeugt.

Neun wesentliche Bedürfnisse

Vorausgegangen ist dem ein Forschungsprojekt, das sich über drei Jahre erstreckte. Ziel war es, die Erwartungen und Bedürfnisse von Veranstaltungsteilnehmer:innen zu analysieren. Auf der Grundlage dieser Studien wurde die neue Methode Designing.Events zur einfachen Gestaltung innovativer Veranstaltungen entwickelt, die berücksichtigt, warum Menschen diese Veranstaltung besuchen.

Von den Studienautoren wurden auf Basis von Interviews und Beobachtungen neun wesentliche Bedürfnisse identifiziert, die für den Veranstaltungsbesuch ausschlaggebend sind. Diese liegen etwa darin, die eigene Organisation zu repräsentieren, sich inspirieren zu lassen oder neue Kooperationen anzustoßen. Die Bedürfnisse stellen dabei die Kernaktivitäten einer jeden Veranstaltung dar.

Maßgeschneidertes Veranstaltungsdesign

Lukas Zenk: „Abhängig davon, was die Teilnehmer:innen erwarten, sollten Events sehr unterschiedlich designt werden.“ Dank eines inspirierenden Kartensets finden Veranstaltungsteams innerhalb kürzester Zeit heraus, welches Veranstaltungsdesign zu den Bedürfnissen ihrer Zielgruppe passt. Der Clou: Passend zu den Kernaktivitäten befinden sich auf der Rückseite der Karten wissenschaftlich fundierte Empfehlungen, was bei der jeweiligen Kartenkombination beachtet werden sollte. Jede dieser Kernaktivitäten wurde dazu mit den passenden sozialen Formaten, räumlichen Gestaltungsmöglichkeiten und technischen Aspekten verbunden. Zenk: „Wir wollen Veranstalter:innen unterstützen, sich zielgerichtet mit den passenden Lösungen zu beschäftigen und weniger Zeit darauf zu verwenden unpassende Alternativen in Endlosschleife zu diskutieren.“

Die „Social Cards“ beschreiben unterschiedliche Formate, beispielsweise ob eher Vorträge oder ein World Café besser geeignet sind oder der Einsatz von Ice Breakern vielversprechend ist. Die „Architectural Cards“ zeigen dann räumliche Anforderungen auf, die zu einem Erfolg führen und die „Technological Cards“ fassen zusammen, welche technologische Aspekte wie Social Media oder interaktive Teilnehmerlisten den Bedürfnissen entsprechen.

„In unseren Workshops wird ein kreativer Raum eröffnet, in dem auf spielerische Art und Weise gemeinsam passende Veranstaltungsdesigns entstehen“, erklären Lukas Zenk und Moritz Colmant. Bereits vor der Pandemie wurde die Methode physisch präsentiert und international von Dubai bis ins Silicon Valley eingesetzt. Durch die Weiterentwicklung in ein digitales Format kann dieses Training nun einer viel größeren Zielgruppe zugänglich gemacht werden.

Diese Weiterentwicklung zeigte Wirkung. „Mit der Methode kann ich sowohl in meinem Team als auch zusammen mit meinen Kund:innen schnell und fokussiert passende Veranstaltungsformate designen. Und das brauchen wir gerade nach der Pandemie dringend“, fasste eine Workshop-Teilnehmerin ihre Erfahrung zusammen.

Von der ersten Idee zum fertigen Design in einem Workshop

Ziel ist es, Veranstaltungen zukünftig ohne lange Meetings innovativer und inspirierender zu gestalten. Als Trainer fungieren dabei Lukas Zenk – er schlägt die Brücke zwischen Wissenschaft und Beratung – sowie der Eventmanagement-Experte Moritz Colmant. Zielgruppe dieser Trainings sind neugierige Menschen, die zum nächsten Meeting für ihre Veranstaltung nicht nur ein Ass im Ärmel, sondern gleich ein ganzes Kartendeck mitbringen wollen. Die nächsten ganztägigen Trainings finden in diesem Jahr am Freitag, den 23. Juni, und am Montag, den 11. September auf Deutsch sowie am Donnerstag, den 14. Dezember, auf Englisch statt. In halbtägigen firmeninternen Beratungen können zügig neue Event-Formate für Mitarbeiter:innen oder Kund:innen designt und anschließend mit Leben gefüllt werden. training@designing.events, www.designing.events ■