

Methodensammlung Innovative Veranstaltungsformate

Virtuelle, hybride & Vor Ort Veranstaltungen

Dr. Klaus Reichert (Hrsg.)

Methodensammlung Innovative Veranstaltungsformate

Inhaltsverzeichnis

- 1. Einleitung & Zusammenfassung - S. 3**
- 2. Kurzanleitung Methodensammlung - S. 9**
- 3. Zielbestimmung Veranstaltungsformate - S. 19**
- 4. Erwartungen der Teilnehmenden - S. 39**
- 5. Ableitung von Lösungen aus Beispielen anderer innovativer Veranstaltungsformate - S. 54**
 - a. Virtuelle Veranstaltungsformate - S. 60
 - b. Hybride Formate: virtuell & vor Ort - S. 86
 - c. Live - Veranstaltungsformate vor Ort - S. 109
- 6. Skizzen innovativer Veranstaltungsformate & -Portfolio - S. 168**
- 7. Praktische Tipps - S. 183**
- 8. Ergebnisse der Unternehmensbefragung - S. 202**
- 9. Impressum - S. 212**



1. Einleitung & Zusammenfassung

Schlagzeilen

- **“Microsoft macht bis Sommer 2021 nur noch digitale Events” (7.4.20)**
- **“Die Hauptversammlung wandert ins Internet” (23.3.20)**
- **Petersberger Klimadialog als Videokonferenz (28.4.20)**
- **re:publica findet online statt (7.5.20)**
- **WirVsVirus - weltgrößter (virtueller) Hackathon der Bundesregierung**

Weitere Beispiele neuer virtueller Formate:

- **“Reach Summit” - Teachable Online Kurssoftware**
- **Adobe Summit - digital statt real**
- **Forward Festival: virtual design festival**
- **48forward: virtuell & live gleichzeitig**
- **hallo.digital**
- **innov8rs.co**

Methodensammlung Innovative Veranstaltungsformate

Einleitung 1/4 - Arbeitsmittel statt fertige Lösung

Die "Methodensammlung Innovativer Veranstaltungsformate" ist gedacht für kleinere Wirtschaftsförderungsgesellschaften, die es bereits gewohnt sind, Veranstaltungen zu organisieren und diese weiterentwickeln wollen. Eine Anwendung in anderen Bereichen z.B. für Veranstaltungen im Clusterbereich oder in Unternehmen ist möglich.

Die Sammlung ist ein Mix aus Beispielen, Arbeitsmaterialien und Veranstaltungsskizzen. Mit den ausgewählten Materialien will die Methodensammlung unterstützen, Neues auszuprobieren und zu starten. Es geht nicht darum, fertige Lösungen zu entwickeln, sondern Wege zu zeigen, wie einfach neue Formate selbst entwickelt werden können. Ein solches Vorgehen ist flexibler und nachhaltiger.

Diese Sammlung ersetzt nicht die Fachliteratur, sie soll Anregung und aktuelle Hands-on Hilfen bieten, selbst innovative Veranstaltungsformate zu entwickeln. Mit den vielen Arbeitsblättern können im eigenen Workshop selbst die wichtigen Punkte für innovative Veranstaltungsformate erarbeitet werden.

Einleitung 2/4 - Fragen & wichtigste Erkenntnisse

Am Anfang der Überlegungen für die Methodensammlung standen folgende Fragen:

- Was können wir als Vorbild nutzen/aus welchen Beispielen können wir systematisch lernen?
- Mittels welcher einfachen Kreativitätstechnik lassen sich aus den Beispielen unabhängig Ideen für eigene Veranstaltungen ableiten?
- Welche möglichst einfachen Hilfsmittel können wir zur Unterstützung heranziehen, um kontinuierlich neue Veranstaltungsformate zu entwickeln und weiter zu entwickeln?
- Wie können wir digital die häufig großen Distanzen in den Regionen überbrücken und nachhaltige Eindrücke bei den Teilnehmenden hinterlassen?

Wichtigste Erkenntnisse für Organisatoren:

- Ein abgestimmtes Veranstaltungsportfolio ist besser als eine Serie von unzusammenhängenden Einzelveranstaltungen
- Das eigene Portfolio ergänzt im Idealfall alle relevanten Veranstaltungen der Region und überregional
- Digitalisierung des Veranstaltungsportfolios eröffnet neue Wege, auch um die großen räumlichen Distanzen der Region zu überwinden
- Nicht der Einsatz von aufwändigen technischen Tools, sondern klare Transformationsziele für die Teilnehmenden, zielgruppengerechte Inhalte und gute Interaktion entscheiden über den Erfolg von Events
- Der Einschnitt durch Corona macht es notwendig und sehr sinnvoll, die Positionierung der eigenen Veranstaltungen mit den Zielgruppen durchzugehen, zu überarbeiten und zu experimentieren
- " Draussen", " Digital", " thematisch stark fokussiert & klein" sind die neuen Schlagworte für Veranstaltungen, kombiniert mit einem Lernen von anderen Beispielen, wie zB von Festivals
- mindestens ein gutes Tool für Onlineveranstaltungen gehört zum Werkzeugkoffer einer Organisation

Einleitung 3/4 - Definition "Innovative"

Veranstaltungsformate

- klare Ziele und Fokussierung der Veranstalter, die sich zB als Gastgeber, nicht als "Organisatoren" verstehen
 - eindeutige Ausrichtung auf die Bedürfnisse der Teilnehmenden
 - Veranstaltung als ein Element eines Veranstaltungsportfolios mit weiteren verbundenen Maßnahmen
 - Konstruktive und kontinuierliche aktive Kommunikation über das Jahr hinweg zur Pflege des Netzwerks
 - einheitliche thematische Ausrichtung über einen längeren Zeitraum (z.B: ein Jahr) hinweg
 - Nutzen von Tools, die einfach räumliche Grenzen überwinden lassen
 - Messung, Auswertung und schnelles Lernen aus den Ergebnissen
 - Bereitschaft zu Experimenten und Weiterentwicklung bei Veranstaltern, Partnern
-
- nutzt neue Formen, Technologien & Elemente um Mehrwerte zu bieten
 - schafft Transformationen bei Beteiligten
 - verbindet einfach Menschen mit Menschen
 - bringt unkompliziert Menschen mit Themen zusammen
 - erzeugt Interaktionen & löst Begreifen und Handeln aus
 - zeigt Teilnehmenden neue Wege auf & gibt konkrete Anregungen
 - gibt Beispiele, Vorbilder, Tipps und Vorgehensweisen

Innovative Veranstaltungsformate sind nicht "alter Wein in neuen Schläuchen".

Einleitung 4/4 - Kontext

Diese Methodensammlung wurde vom Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau Baden-Württemberg gefördert im Rahmen des Regionalen Innovationsmanagement (REGIMA) Projektes für die Region Heilbronn-Franken.

Die Sammlung ist entstanden durch

- gemeinsame Erarbeitung von Fragestellungen aus der täglichen Arbeit der Wirtschaftsförderungen
- gemeinsame Sammlung von Erfahrungen, ersten Inhalten und Bewertungen in Workshops
- kurze Befragung von 1.800 Unternehmen der Region nach Veranstaltungsvorlieben
- Ergänzung und Ausarbeitung der Unterlage durch den Herausgeber

Beteiligte:

- Wirtschaftsregion Heilbronn-Franken (WHF) GmbH
- Wirtschaftsförderung Raum Heilbronn (WFG HN) GmbH
- Wirtschaftsförderungsgesellschaft des Landkreis Schwäbisch Hall mbH
- Technologiezentrum Schwäbisch Hall GmbH
- Dr. Klaus Reichert Smart Innovation (Herausgeber)



2. Kurzanleitung Methodensammlung

2. Kurzanleitung Methodensammlung

Darum geht es in diesem Kapitel

Die Methodensammlung Innovative Veranstaltungsformate ist darauf ausgelegt, dass ein Inhouse Team mit Hilfe der Beispiele und Arbeitsblätter selbst neue Events konzipiert. Sie hilft mit einer einfachen Vorgehensweise in Kombination von Beispielen und Arbeitsblättern (mit Haftnotizen Icon), unabhängig eigene Veranstaltungsskizzen zu entwerfen.

In diesem Kapitel:

- kurze Beschreibung des Vorgehens
- Hilfe für gemeinsames Brainstorming
- freies Sammeln von ersten Ideen
- Übersicht erstellen in (Kurz-) Konzept
- Fragen: wenn Sie gar keine Zeit für ein Konzept haben

Empfohlenes Vorgehen in 9 Schritten

Gehen Sie in diesen Schritten zur Herleitung Ihrer eigenen Veranstaltungsskizze(n) vor:

1. Freies Sammeln von ersten allgemeinen Ideen, Themen, Beispielen, Assoziationen, offenen Punkten zu Ihrer Veranstaltung bringt die Gedanken Ihres Teams in Schwung
2. Definieren Sie Ihre Veranstaltungsziele und Prioritäten und schaffen damit Klarheit für Ihre Planung
3. Definieren sowie Validieren Sie die Zielgruppe, deren Erwartungen und angestrebter Transformation dieser Gruppe
So machen Sie für alle Beteiligten deutlich, für wen Sie die Veranstaltung wirklich anbieten
4. Suchen Sie zur Inspiration zwei bis fünf Veranstaltungsbeispiele aus der Sammlung aus und leiten spezifische Eigenschaften für Ihre eigene Veranstaltung mittels der beschriebenen einfachen Kreativitätstechnik daraus ab
5. Erarbeiten Sie eine (bessere mehrere) Veranstaltungsskizze(n) um eine Auswahl für Entscheidungen und die fokussierte Weiterbearbeitung zu haben
6. Stellen Sie die Skizzen zu einem Veranstaltungsportfolio zusammen und bringen damit Kontinuität in Ihre Botschaft und in die Beziehungen zu Ihren Teilnehmenden und Partnern
7. Organisieren & kontinuierlich kommunizieren Sie als Gastgeber um die Beteiligten Teil der Veranstaltung werden zu lassen
8. Durchführen & Verbessern: ständige Weiterentwicklung und Beständigkeit sollten dabei in Balance sein
9. weiter zu 1.

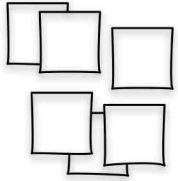
Sie werden immer wieder zwischen einzelnen Bereichen hin und her springen müssen. In der Methodensammlung verwenden wir Arbeitsblätter und Hilfen, die die Erarbeitung eines eigenen Veranstaltungsformates zB in einem Workshop erleichtern sollen.

Sollte der Platz auf den Arbeitsblättern nicht reichen, nutzen Sie Haftnotizen und jede zur Verfügung stehende glatte Fläche wie Fenster, Türen, Trennwände zur Arbeit.

Zuviel Arbeit? Arbeiten Sie mit einer kompetenten Agentur oder BeraterIn zusammen.

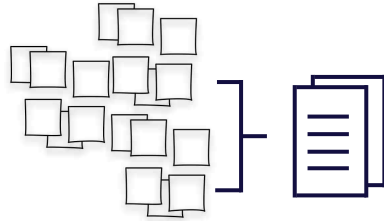
Icons der Seiten zur schnellen Orientierung

Die einzelnen Seiten haben zur schnellen Orientierung folgende Icons:



Arbeitsblätter

helfen Ihnen Details zu klären und zu priorisieren



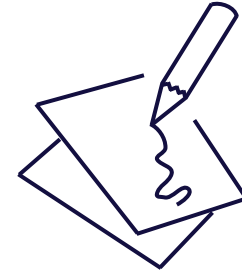
Zusammenfassungen

schaffen eine Übersicht über die Ergebnisse Ihrer Arbeitsblätter



Konzept

ist eine (knappe) Übersicht aller zentralen Punkte und Entscheidungen und schafft inhaltliche Klarheit für alle Beteiligten - ist meist "Work in Progress"



Skizzen

sind beispielhafte Kurzkonzepte für innovative Veranstaltungen, auf einer Seite kurz erläutert

Tipp: Gemeinsam Ideen finden mit einfachen Brainstorming Regeln

- erstmal Ideen sammeln, Kritik ist nicht erlaubt
- in jedem Fall mehrere "Runden" drehen, der Geniestreich kommt nicht gleich
- mit jeder neuen Runde kommen Sie weiter
- zwischendurch die [Biergartenmethode](#) einsetzen

- eine Idee - eine Haftnotiz
- Quantität schlägt Qualität, erstmal Überschriften, keine Details

- Ideen unabhängig von den anderen aufschreiben: nicht nachdenken, nicht diskutieren, nicht um Erlaubnis fragen -> ignorieren Sie den „Hippo“
- jede/r macht mit

- benutzen Sie „dicke“ Stifte zur besseren Lesbarkeit
- nutzen Sie einen Timer und beenden Sie die erste Sammelrunde nach 5-15 Minuten

- sammeln Sie auf geeigneten Oberflächen und clustern Sie Ideen, sobald eine Verbindung offensichtlich wird
- konkretisieren Sie, wo notwendig, gehen Sie auf Fragen ein, aber machen Sie keine Beurteilung und werfen Sie nichts weg

- starten Sie die zweite Sammelrunde und ergänzen Sie die Ergebnisse aus der ersten Runde
- ergänzen und arrangieren Sie die Haftnotizen, bis Sie zufrieden sind mit der Clusterung
- machen Sie weitere Sammelrunden, wo notwendig - gute Ideen brauchen Einsatz
- jede/r kann Ideen hinzufügen, nicht nur die lauteste oder höchstrangige Person

- setzen Sie rote Punkte zur Priorisierung ein, z.B. erhält jedes Teammitglied 5-15 Punkte, abhängig von der Anzahl Ideen
- beim Clustern und Priorisieren immer den „Horizont“ der Idee beachten, z.B.
 - Disruptiv
 - Erweiterung
 - Verbesserung

- zur Weiterbearbeitung Bilder mit dem Smartphone aufnehmen und die Schlüsselergebnisse als „Text“ dokumentieren (Bilder sind nicht ausreichend)
- speichern Sie die Ergebnisse in Ihrem Ideen- oder Wissensmanagement System (nicht in einem Windows Ordner), zusammen mit Notizen, Links etc.
- ja, das braucht etwas Zeit, hilft dann aber allen

Freies Sammeln von ersten Ideen - Arbeitsblatt

Schreiben Sie hier allgemeine Ideen, Themen, Beispielen, Assoziationen, offene Punkte zur geplanten Veranstaltung auf

zB Stimmung

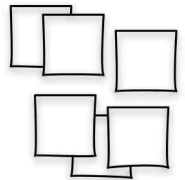
- professionell
- ausgelassen
- vertrauensvoll
- laut
- leise

Größe

- klein und vertraut
- überschaubar
- überwältigendes Angebot

weitere

- Unternehmerinnen
- Location



Übersicht erstellen in (Kurz-) Konzept

Um eine Übersicht zu erhalten, sammeln Sie alle Ergebnisse und die wichtigsten weiteren Erkenntnisse und Fragen aus den Arbeitsblättern in einem (Kurz-) Konzept. Dieses sollte, falls keine anderen kollaborativen Möglichkeiten bestehen, in Powerpoint oder in Word erstellt werden. Die Form sollte leicht teilbar und kommentierbar sein.

Wichtig ist, damit eine kurze und für alle Beteiligten leicht verständliche Zusammenfassung zu haben. Damit können dann auch, bei Bedarf, in Gremien Entscheidungen herbeigeführt werden.

In jedem Fall erleichtert es die Kommunikation unter allen Beteiligten und verbessert die Ergebnisse. So macht es zB Grafiker die Arbeit leichter, wenn sie die Ziele und Zielgruppen kennen.

Ergänzen Sie den Text nach Bedarf durch Bilder, Grafiken.



Konzept - minimale Struktur

- Name(insideen) & Motto
- Kurzbeschreibung
- Form
- Ziele/Nichtziele
- Zielgruppe/Teilnehmende & Ihre Erwartungen
- Welche Transformation soll bei den Teilnehmende stattfinden?
- Mögliche Termine
- Zentrale Schritte zur Vorbereitung und Durchführung
- Erwartete Aufwände & Erträge
- Mögliche Partner & ergänzende Events

Eine Vorlage ist als Download erhältlich unter

klausreichert.de/innovative-veranstaltungsformate



Wenn Sie gar keine Zeit für ein Konzept haben: Alle Fragen - Arbeitsblatt

Für wen ist es?

Was macht es?

Welches Weltbild hat die Gruppe, die Sie erreichen wollen?

Vor was hat diese Gruppe Angst?

Welche Geschichte werden Sie erzählen?
Ist sie wahr?

Welche Transformation möchten Sie erreichen?

Wie wird es den Zustand dieser Gruppe verändern?

Wie erreichen Sie die Early Adopter und die Neophiliacs?

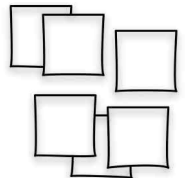
Warum werden diese ihrem Umfeld davon erzählen?

Was werden diese ihrem Umfeld erzählen?

Was ist der Netzwerk Effekt, der es vorantreibt?

Welche Werte bauen Sie auf?

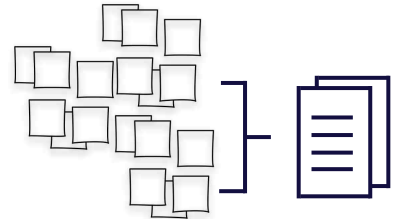
Sind Sie stolz darauf?



Übertrag für das Konzept - Arbeitsblatt

Struktur unseres Konzepts

Tragen Sie hier die Punkte zusammen, die Sie im Konzept betrachten wollen.





3. Zielbestimmung Veranstaltungsformate **Warum machen *wir* Veranstaltungen?**

3. Zielbestimmung Veranstaltungsformate

Darum geht es in diesem Kapitel

Jede Veranstaltung startet mit einem Ziel und hat ihre eigenen Prioritäten und Erfolgskriterien. Zudem müssen wir unsere Rolle, zB als Gastgeber oder Vermittler, erfüllen.

In diesem Kapitel:

- Ziele & Nichtziele definieren
- Prioritäten finden
- die eigene Rolle definieren
- den Veranstaltungserfolg definieren
- Ziele mit Veranstaltungsportfolio erreichen

Ziele definieren

Beispiele für Ziele & passende Veranstaltungsformen

Innovation fördern

Lernen/Weiterbildung & Unternehmenskooperationen
anbahnen/ausbauen

Dialog verbessern

Gespräche, Austausch fördern

Wirtschaft stärken

Verkaufsmesse

**Öffentlichkeit informieren &
einbeziehen**

Roundtable, Festival

Zusammenhalt stärken

Stammtisch, Hackathon

**Arbeitskräfte & Stellen
zusammenbringen**

gemeinsame Career Messe

Potential entdecken

Roadtrip, Firmenführungen, Business Speed Dating



Ziele definieren

GiGo - Garbage in, Garbage out - wer kennt das nicht?

Ohne klare Ziele und Nichtziele gibt es kein gutes Ergebnis.

Diese müssen allen Beteiligten bekannt sein und von allen mitgetragen werden.

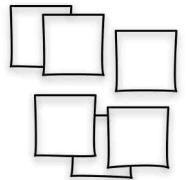
Das Finden und die sorgfältige Definition von Zielen und Nichtzielen ist die wichtigste Aufgabe für innovative Veranstaltungsformate.

Nächstwichtigste Aufgabe: Verhindern, dass im Laufe der Vorbereitungen diese Ziele verwässert werden.



Ziele definieren - Arbeitsblatt

Welche Ergebnisse wollen wir erzielen mit der Veranstaltung?

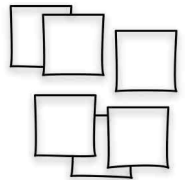


Nichtziele definieren - Arbeitsblatt

Was wollen wir nicht machen? Was soll vermieden werden?

Beispiele

- es allen recht machen wollen



Dr. Klaus Reichert (Herausgeber)

Impressum

Innovations Coach, Helga-Seibert-Str. 73 - 76149 Karlsruhe, <https://www.klausreichert.de>

Copyright © 2021 Dr. Klaus Reichert

Bildnachweis: sofern nicht anders angegeben, alle Bilder (c) Unsplash.com

Weitere Informationen online: eine Übersicht der verfügbaren Materialien ist hier zu finden:
<https://www.klausreichert.de/innovative-veranstaltungsformate>

- Digitale & gedruckte Ausgabe
- Downloads & Aktualisierungen
- 30 Min. Einführungswebinar
- Tages Workshop (remote & vor Ort)