

Michael Gleich

Sinnstiftende Veranstaltungen

Mit kreativem Eventdesign begeistern,
bewegen und erfolgreich werden

Sinnstiftende Veranstaltungen

Michael Gleich

Sinnstiftende Veranstaltungen

Mit kreativem Eventdesign begeistern,
bewegen und erfolgreich werden

Michael Gleich
Berlin, Deutschland

ISBN 978-3-662-71646-5 ISBN 978-3-662-71647-2 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-662-71647-2>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://portal.dnb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer-Verlag GmbH, DE, ein Teil von Springer Nature 2025

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jede Person benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des/der jeweiligen Zeicheninhaber*in sind zu beachten.

Der Verlag, die Autor*innen und die Herausgeber*innen gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autor*innen oder die Herausgeber*innen übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer-Verlag GmbH, DE und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Heidelberger Platz 3, 14197 Berlin, Germany

Wenn Sie dieses Produkt entsorgen, geben Sie das Papier bitte zum Recycling.

Vorwort

Liebe Leserin, lieber Leser,

schön, dass Sie sich für Sinn und Sinnstiftung interessieren. Denn in diesen Zeiten der Polykrisen erscheint vieles, was wir im Außen erleben (Kriege, Aushöhlung der Demokratie und mangelnder Klimaschutz) als sinnlos. Gleichzeitig – und vermutlich auch deshalb – wächst in vielen Menschen die Sehnsucht, sinnerfüllt zu leben und zu arbeiten.

Das Lebende lebendiger werden lassen. So lautete ein Buchtitel des Quantenphysikers Hans-Peter Dürr aus dem Jahr 2011. Der Satz klingt zunächst paradox. Wie kann etwas, das lebendig ist, noch lebendiger werden? Ich verstehe ihn so, dass das Lebendige ein evolutionäres Grundprinzip ist, das alle Wesen auf diesem Planeten miteinander verbindet. Werden, Sein, Vergehen. Meine eigene Lebensreise ist geprägt von einer tiefen Sehnsucht nach Lebendigkeit und gleichzeitig von der Erfahrung von Toträumen. Bereits als junger Journalist reiste ich in Krisen- und Konfliktregionen und erlebte in Ländern wie Somalia, Nigeria, Kolumbien oder Libyen tödliche Kriege, gegenseitigen Hass und die Zerstörung der natürlichen Umwelt. Das war für mich schwer zu verkraften. Gleichzeitig berührte mich in der Begegnung mit den Menschen dort, wie stark sich ihr Lebenswille auch inmitten der Wirren eines Bürgerkriegs zeigte.

Weniger spektakulär haben sich meine eigenen inneren Toträume gezeigt. Ein Set aus Glaubenssätzen, wonach ich eine Daseinsberechtigung nur dann habe, wenn ich viel leiste und Erfolg habe. Dieser Mindset hat mich regelmäßig in Zustände von Erschöpfung getrieben, in denen ich mich wahrlich nicht lebendig gefühlt habe. Inzwischen weiß ich, dass die meisten Menschen mit solchen behindernden, destruktiven Glaubenssätzen ringen. In meiner Tätigkeit als Kommunikationsberater einiger Dax-Konzerne stieß ich immer wieder auf lebensfeindliche Strukturen: übertriebenes Kontrollbedürfnis aufgrund von unbewussten Ängsten, einen Fehler zu machen, Überforderung, Stress und das Beharren auf von der Realität längst überholten Routinen.

Diese äußeren und inneren Beobachtungen haben meine Sehnsucht noch verstärkt, das eigene Leben anzunehmen, voll auszuleben und mit Sinn zu füllen. Es ist mein Herzensanliegen geworden, Lebendigkeit zu fördern. Überall dort, wo ich einen Beitrag dazu leisten kann: mit meiner Arbeit als Kurator bei der Initiative micelab:bodensee; als Koordinator des Global Peacebuilders Network, ein Verbund von Friedensstifter*innen aus

Konfliktregionen weltweit; mit dem Engagement bei „der kongress tanzt. Netzwerk für lebendige Veranstaltungen“; mit dem Ansatz des konstruktiven, lösungsorientierten Journalismus, den ich in Lehre und Praxis in Deutschland verbreitet habe; schließlich als Kurator und Moderator von kleinen und großen Zusammenkünften. Das sind meine persönlichen Antwortversuche auf jene Frage, die sich viele Menschen stellen: Warum und wozu bin ich hier?

Dieses Buch soll Sie, liebe Leserin und lieber Leser, inspirieren, einladen und ermutigen. Ich freue mich, wenn auch Sie das Lebende lebender werden zu lassen.

Berlin, Deutschland
Frühsommer 2025

Michael Gleich

Danksagung

Äußerlich betrachtet, sitzt der Autor allein an seinem Computer, denkt allein, schreibt allein. Unsichtbar jedoch denken und schreiben andere mit. Ich verdanke Freund*innen und Kolleg*innen viele der Erfahrungen und Inspirationen, die in diesem Buch ihren Ausdruck finden. Es ist unmöglich alle aufzuzählen (und ich entschuldige mich jetzt schon bei denjenigen, die ich vielleicht vergesse). Aber einige müssen unbedingt genannt werden.

- Ich danke den Mitgliedern des Netzwerks „der kongress tanzt“, die mir Formate, Übungen und Interventionen geschenkt haben und mit denen ich deren Wirkung testen durfte: Heiner Wember, Tina Barroso, Annette Lindstädt, Gabriele Schlipf, Jürgen Harder, Hannah Rau, Irmela Schautz, Tanja Schürmann.
- In Dankbarkeit verneige ich mich vor den Kolleg*innen im Projekt micelab:bodensee, eine Schar von offenen, experimentierfreudigen und empathischen Expert*innen, mit denen ich seit 14 Jahren gute Gastgeberchaft und Begegnungskultur erforsche: Katrin Preuss, Convention Partner Vorarlberg; Gerhard Stübe und Lena Schlosser, Festspielhaus Bregenz; Urs Treuthardt von occursus; Reinhold Maier, Stadthalle Singen; Carsten Holz, Stadthalle Singen; Franz Pätzold, Carmen Reisch und Sabine Neufang; Insel Mainau; Ruth Bader und Sonja Siegner, Bodenseeforum Konstanz; Matthias Klingler, Graf-Zeppelin-Haus Friedrichshafen; Jürg Putzi, Würth-Haus Rohrschach; Chiara Rossi, St. Gallen Convention Bureau.
- Seit vielen Jahren genieße ich das Vertrauen der Organisator*innen des Deutschen Naturschutztags – herzlichen Dank insbesondere an Heike Milkowski für das unbedingte Interesse an Weiterentwicklung und Innovation beim DNT.
- Ich bin allen Gesprächspartner*innen im Podcast „Grenzenloses Eventdesign“ superdankbar für die Offenheit und Spontaneität, in der wir miteinander sprechen konnten, für euer Teilen von vertieftem Wissen und Inspirationen – ihr habt dieses Buch unglaublich bereichert und mit Sinn erfüllt.
- Matthias Schultze vom German Convention Bureau bin ich dankbar für zugewandte Gespräche, seinen Forschergeist in Sachen Veranstaltungen und viele Inspirationen.
- Kerstin Wunsch, seinerzeit Chefredakteurin der Tagungswirtschaft und unermüdliche Innovatorin, für die empathische Begleitung unserer Initiative am Bodensee.

- Vor allem möchte ich meine Dankbarkeit gegenüber den fachkundigen Gegenleser*innen ausdrücken, die mir ihren Anregungen und Kommentaren das Manuskript haben reifen lassen: Mandy Rudski, Tina Barroso, Heiner Wember, Sonja Siegener und Gerhard Stübe
- Und zuletzt, aber in Wirklichkeit zuvorderst: Mein ganz herzlicher Dank an Christine Sheppard und Merle Schäfer von Springer Nature für die achtsame Betreuung von Buch und Autor.

Inhaltsverzeichnis

- 1 Check-in: Branchentrends von kongrässlich bis kongenial 1**
 - Literatur. 9
- 2 Wertes Publikum! Besucherbedürfnisse im Wandel 11**
 - 2.1 Ich und Wir. Teilnehmende zwischen Zugehörigkeit und Autonomie. 11
 - 2.2 Psychologie. Das Event im Kopf – und im Herzen 17
 - 2.3 Online und analog. Das neue Zusammenspiel der Formate. 22
 - Literatur. 28
- 3 Improvisation, Inklusion, Interaktion. Die Veranstaltung als Safe Space. 31**
 - 3.1 Improvisation. Sicherer Umgang mit Unsicherheit 31
 - 3.2 Vielfalt will kommen. Von Inklusion profitieren alle. 38
 - 3.3 Sich begegnen, sich verändern. Wie Interaktion wirksam wird. 44
 - Literatur. 50
- 4 Leichtes Lernen. Neues erfahren und verankern. 53**
 - 4.1 Nützliche Fragezeichen. Startpunkte, Opener und Wegweiser 53
 - 4.2 Go with the Flow. Lernen leicht machen. 62
 - Literatur. 69
- 5 Erzählen, zuhören, dialogisch denken. Sinnstiftende Kommunikation. 71**
 - 5.1 Gelingende Dialoge. Wesentliches sagen, aktives Zuhören. 71
 - 5.2 Neue Narrative. Die Macht von Geschichten 77
 - Literatur. 84
- 6 Transformation. Wie Veranstaltungen positiven Wandel bewirken. 85**
 - 6.1 Wandelbar. Transformative Orte und Formate. 85
 - 6.2 Genius loci. Der Raum als unterschätzter Akteur 91
 - 6.3 Nachhaltig ist, was bleibt. Innere Haltung und äußere Wirkung 97
 - Literatur. 104

7	Räume für Resonanz. Verbunden mit sich, mit anderen, mit der Natur . . .	105
7.1	Resonanz. Wie man Lebendigkeit einlädt	105
7.2	Rausgehen! Die Natur als Resonanzraum	111
7.3	Chaordische Kongresse. Gemeinsam kreativ sein	115
	Literatur.	122
8	Gute Gastgeberschaft. Hinweise für Haltung und Handwerk	123
8.1	Der Goldene Kreis. Sinn und Zweck im Zentrum.	123
8.2	Meetings mit Mehrwert. Der Branchentrend zum Sinn.	128
8.3	Avantgarde am Bodensee. Impulse einer erstaunlichen Allianz	132
	Literatur.	138
9	Neo Agora. Zusammenkommen für mehr Zusammenhalt	141
	Literatur.	146
	Check-out. Ihre Erfahrungen mit sinnstiftenden Events	149



Check-in: Branchentrends von kongrässlich bis kongenial

1

„Damit ein Ereignis Größe habe, muss zweierlei zusammenkommen: der große Sinn derer, die es vollbringen, und der große Sinn derer, die es erleben.“

(Friedrich Nietzsche, Philosoph, 2016)

Zusammenfassung

Die Eventbranche ist mit einer hohen Dynamik gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und technologischer Entwicklungen konfrontiert. Während einige Akteur*innen darauf mit Innovationen reagieren, scheint die überwiegende Mehrheit der Großveranstaltungen noch immer nach alten Rezepten und Routinen abzulaufen. Unter dem Eindruck der Corona-Pandemie und der neuen Möglichkeiten virtueller Meetings sind die Anforderungen der Gäste an Live-Events jedoch gestiegen. Unternehmen, Organisationen und Teilnehmende fordern von Präsenzveranstaltungen einen klaren Mehrwert für Lernen, Veränderung und Networking. Sie erwarten begeisterte, lebendige und nachhaltige Begegnungen. Das Bedürfnis aller Beteiligten nach sinnstiftenden Veranstaltungen ist gestiegen, nur sie werden langfristig auch wirtschaftlich erfolgreich sein, davon gehen Branchenexperten aus. Dieses Buch basiert auf dem Konzept von Viktor Frankl, dem Begründer der Logotherapie (logos = Sinn). Nach seiner Definition entsteht Sinn, wenn Fragen, die uns das Leben stellt, durch eigenes Handeln beantwortet werden.

Dilly ist nicht mehr eingeladen. Sie wird als *persona non grata* von der Gästeliste gestrichen. Dilly steht für „Do it like last year“, Veranstaltungen nach dem gleichen Muster stricken wie immer. Das geht nicht mehr. Eigentlich. Denn laut einer Studie der HHL-Leipzig Graduate School of Management sind 75 % der Veranstaltungen nichts anderes als ein „Update der Erfahrungen der Vergangenheit“. Eigene Befragungen von Expert*innen kommen zu ähnlichen Ergebnissen. Dilly, wie im Vorjahr und wie im Jahr davor. Schlimmer noch: Viele Veranstaltungen unterscheiden sich nicht von denen der Konkurrenz. Sie gleichen sich wie ein Ei dem anderen. In der Leipziger Studie gaben 70 % der befragten Marketingverantwortlichen zu, dass sie ihre Veranstaltung für austauschbar halten.

Die MICE-Branche (Meeting Incentive Congress Event) muss dringend auf die umwälzenden Veränderungen und Trends in Wirtschaft und Gesellschaft reagieren, wenn sie relevant bleiben will. Da ist zunächst der Schock der Corona-Pandemie mit ihren Kontaktverboten und Lockdowns. Einerseits haben die Menschen in dieser Zeit gelernt, dass man für ein kurzes Meeting nicht von Hamburg nach München fliegen muss; virtuelle Formate sind eine immer besser funktionierende Alternative geworden. Andererseits zeigt sich unter dem Eindruck vieler digitaler Treffen, dass der Austausch, die Verbundenheit und die gemeinsame Kreativität viel tiefer sind, wenn man sich persönlich trifft. Die Sehnsucht danach ist gewachsen, aber auch die Ansprüche an Input, Informationstiefe und Interaktionsqualität. Wer sich in postpandemischen Zeiten für eine Veranstaltung anmeldet und bereit ist, dafür Zeit und Geld zu investieren, erwartet zu Recht einen deutlichen Mehrwert gegenüber Videokonferenzen, Webinaren und virtuellen Lounges.

Das Zusammenspiel von analog und digital verändert sich. Von hybriden Formaten – mit Live-Publikum und zugeschalteten Teilnehmenden – haben sich viele Veranstalter wieder abgewandt. Zu aufwändig und dominant ist die Technik, zu kompliziert die Moderation. Das Schlechteste aus zwei Welten kommt zusammen. Ein Ausweg scheinen seriell-hybride Designs zu sein, bei denen Präsenzveranstaltungen online vor- und nachbereitet werden (mehr dazu in Abschn. 2.3).

Eine weitere gesellschaftliche Entwicklung, auf die der Sektor reagieren muss, ist die Nachfrage nach sinnstiftender Arbeit. Sie wird den jüngeren Generationen, insbesondere der Gen Z, zugeschrieben. Tatsächlich aber fordern Menschen aller Altersgruppen, dass sie sinnstiftenden Tätigkeiten nachgehen können und dass ihr Unternehmen über die Gewinnerzielung hinaus einen wertvollen Beitrag zur gesellschaftlichen Entwicklung leistet. Eine erstarkende Bewegung hin zu einer „Purpose driven economy“ ist erkennbar. Aufgrund der für Arbeitnehmer*innen günstigen aktuellen Marktlage können die stärkeren Ansprüche an Sinn und Werteorientierung durchgesetzt werden. Events als Teil des beruflichen und privaten Lebens werden in Zukunft nur überleben und ökonomisch erfolgreich sein, wenn sie auf der Basis eines klaren Purpose geplant und von den Teilnehmenden als sinnstiftend erlebt werden. Sie erwarten Möglichkeitsräume, in denen sie Antworten auf Fragen und Lösungen für Probleme finden können. In Abschn. 8.1 wird zwischen Purpose (d. t: Zweck) und Sinn (engl.: Bedeutung) unterschieden.

Nachhaltigkeit ergibt Sinn

Neben den Zielen Sinnstiftung und Digitalität wird auch die Transformation zu einer nachhaltigen Wirtschafts- und Lebensweise in der Branche als sinnstiftend wahrgenommen. Dabei wird versucht, ein höheres Maß an Nachhaltigkeit in allen drei Dimensionen zu erreichen: ökonomisch, sozial und ökologisch. Ein Punkt, der mir fundamental wichtig erscheint, wird dabei immer wieder vernachlässigt: Eine Veranstaltung sollte in den Köpfen und Herzen der Teilnehmenden nachhaltig wirken, mit mehr Wissen, mehr belastbaren Kontakten, mehr Lust auf Engagement und Veränderung. Nachhaltig ist das, was bleibt (Abschn. 6.3).

Weitere Herausforderung für Veranstalterinnen und Veranstalter ist ein immer kurzfristigeres und spontaneres Anmeldeverhalten, das die Planung erschwert. Die Zahl der Teilnehmenden ist wichtig für Raummanagement, Bestuhlung und Catering. Auch neue, dynamische Veranstaltungsformate wie Barcamp, Liquid Conferencing, Open Space und agiles Arbeiten erfordern neue Kompetenzen und Arbeitsweisen der Beschäftigten in Tagungshäusern und Eventagenturen. Auch hierzu gibt Teil III des Buches zahlreiche Hinweise und Hilfestellungen für die Praxis.

Vor zwölf Jahren erschien das Buch „Der Kongress tanzt. Begeisternde Veranstaltungen, Tagungen, Konferenzen. Ein Plädoyer und Praxisbuch“. Wir Autor*innen waren getrieben von einer leidenschaftlichen Mission: Wir wollten nichts weniger als eine neue Kultur des Convenire anstiften. Meetings aller Art sollten innovativer, lebendiger und effektiver werden. Schluss mit Schema F wie Frontalunterricht. Keine viel zu vollen Tage mit schlecht vorbereiteten Vorträgen nach Schema H wie Hetzen. Schluss mit Moderator*innen als Höflichkeitsakrobaten, die sich ohne Herzblut durch die Tagesordnung lächeln nach Schema L wie Lustlosigkeit. Abschied von nervtötenden Routinen à la „Das haben wir schon immer so gemacht, das kann nicht falsch sein“. Wir wollten davon überzeugen, dass nichts wichtiger ist als die Bedürfnisse der Teilnehmerinnen und Teilnehmer, nichts befriedigender, als wenn sie nach dem Schlussgong mit leuchtenden Augen nach Hause gehen.

Was hat sich in den letzten zwölf Jahren in der MICE-Branche verändert? Was bewegt die Meetingindustrie heute? Wie ist das Verhältnis von Licht und Schatten?

Conventions meist konventionell

Beginnen wir mit dem Schatten. Er liegt über dem größten Teil der Kongresslandschaft. Der 08/15-Kongress beginnt mit einer Reihe von Grußworten, die nicht inhaltlich, sondern protokollarisch begründet sind, also langweilig. Ministerin, Landrat Bürgermeisterin. Gefolgt von Keynotes und einer Reihe von Vorträgen, oft gehalten von Leuten mit großem Fachwissen, aber eher bescheidenen rhetorischen Fähigkeiten, die zudem nicht für gemeinsame Reflexion zur Verfügung stehen, nach dem Motto: Nach Referat verweist.

Als Moderator sehe ich immer wieder unglaublich schlechte PowerPoint-Präsentationen. In dem Bemühen, möglichst viel hineinzupacken – viel hilft viel – haben sie weder Power noch kommen sie auf den Point. Haben Sie auch schon einmal bei einer solchen

Präsentation den Satz gehört: „Das können Sie nicht lesen, ich wollte nur zeigen, dass wir ganz viele Daten erhoben haben.“ Fleißbeweis statt Prägnanz. Der Vorteil von PowerPoint: Jeder kann leicht eine Präsentation erstellen. Der Nachteil von PowerPoint: Jeder kann leicht eine Präsentation erstellen. Und deshalb macht es auch jeder. Statt das Publikum mit einer zündenden Rede zu begeistern, liest er eine Folie nach der anderen ab. Das Ergebnis oszilliert zwischen „betreutem Lesen“ und „Deutsch als Fremdsprache“. Ohne sich die Frage zu stellen, wie ein gelungenes Zusammenspiel von starker Visualisierung und überzeugendem Vortrag aussehen könnte. Dazu der Hirnforscher Manfred Spitzer in seinem Buch „Digitale Demenz“: „Wenn wir uns treffen, um gemeinsam zu lernen, haben wir Besseres verdient als PowerPoint.“

Das Ergebnis des PowerPoint-Powerplays ist ein Pendeln zwischen Reizüberflutung und Gehirnlähmung. Zu viel Information und zu wenig, was hängen bleibt. Nach einem Vortrag dürfen die Teilnehmenden, die bis dahin schweigend in Reihen gesessen haben, über das Saalmikrofon ein paar Fragen stellen. Das wird gerne für Koreferate genutzt, nach dem Motto: Er ergriff das Wort und ließ es nicht mehr los. Ich finde das sogar verständlich: Endlich darf man auch mal etwas sagen.

Die Pausenzeiten sind knapp bemessen und werden oft noch verkürzt, weil die Vortragenden überzogen haben. Begegnungen und Networking? Dem Zufall und der Restzeit überlassen. Am Ende des Tages eine Podiumsdiskussion. Sie hat oft gleich mehrere Schwächen: Erstens haben wir die Diskutanten schon als Referenten erlebt und sind wenig begeistert, ihre Thesen ein zweites Mal zu hören. Zweitens vertreten sie keine unterschiedlichen Meinungen, sondern sind sich ziemlich einig, sonst wären sie nicht eingeladen worden. Drittens findet dort meist kein echter Dialog statt, bei dem man sich zuhört, sondern aneinandergereihte Monologe. Viertens sind die Podien oft einseitig männlich dominiert, Frauen dürfen gerne moderieren, aber es sprechen die Alphamänner. Ein Panel als Manel.

Ängste vor Neuem

Warum halten sich diese langweiligen Muster so hartnäckig? Der französische Schriftsteller und Regisseur Jean Cocteau meinte einst: „Die meisten Menschen leben in den Ruinen ihrer Gewohnheiten.“ Die Routinetrümmen lassen sich besonders gut bei jährlich wiederkehrenden Ereignissen besichtigen. Gewohnheit gibt Sicherheit. Oder zumindest die Illusion von Sicherheit. Sie vertreibt die Angst vor dem Neuen. Angst ist der Wächter am Tor zur Innovation. Angst vor Fehlern, vor Fehlinvestitionen. Der Gedanke dabei: „Ich mache nichts falsch, wenn ich es wie immer mache.“ Wer Neues einführt, riskiert, dass es abgelehnt wird oder gar schief geht. Also richtet man sich in den Ruinen der Gewohnheiten ein.

Dazu gehören auch tief verwurzelte, oft unbewusste Überzeugungen, die Organisatoren und Teilnehmende gleichermaßen leiten. Zum Beispiel, dass ein Kongresstag ein Arbeitstag ist und es verbreitete Vorstellungen davon gibt, wie Arbeit zu sein hat: anstrengend, Energie ziehend, fremdbestimmt. Pflicht statt Freude. Man stelle sich einen Kongress vor als eine Zeit des Vergnügens, des Spielens, des fröhlichen Experimentierens – das Erlebnis

würde sich heftig beißen mit dem mentalen Konstrukt „Pflichttermin“. Darf man eine solche freudvolle Veranstaltung überhaupt von seiner Firma bezahlen lassen? So kann es passieren, dass Mitarbeiter*innen begeistert von der Teilnahme an einem Event berichteten und von ihren Kolleg*innen angefrozt wurden: „Dafür müsstest du eigentlich Luxussteuer zahlen.“

Ein Hindernis für neue, lebendigere Konzepte liegt auch in dem, was ich „Eso-Verdacht“ nenne. Er kommt schon auf, wenn die Teilnehmenden im Kreis sitzen, wenn man Körperübungen einbaut oder zu Momenten der Stille einlädt. Offenbar haben wir uns so weit von uralten Formen des Zusammenseins entfernt, dass ein solches Setting als „evangelischer Kirchenkreis“ belächelt wird. Dabei sind das alles Interventionen, die einem klaren Ziel dienen. Wenn man im Kreis sitzt, können sich alle sehen; Energizer-Übungen wecken den Körper und machen das Gehirn aufnahmefähig; Meditations- und Achtsamkeitsübungen bringen die Teilnehmenden in die Präsenz des Augenblicks – eine Grundvoraussetzung, um zu lernen und anderen authentisch zu begegnen. Wann, wenn nicht im Hier und Jetzt? Doch selbst klar begründbare Settings stoßen auf Widerstand. Warum? Weil sie ungewohnt sind.

Inseln im Ozean des Herkömmlichen

Vom Schatten ins Licht: Kommen wir zu den innovativen Highlights der Branche. Es gibt hoffnungsvolle Beispiele, wo Veranstalter und Eventdesigner neue, zeitgemäße Wege des Convenire gehen. Hier eine exemplarische Aufzählung ohne Anspruch auf Vollständigkeit:

- Unter vielversprechenden Titeln wie „Barcamp“ und „Unconferencing“ verbreiten sich neue Formate. Gemeinsam ist ihnen, dass jeder und jede eine Session anbieten kann, von der Präsentation bis zum Fünf-Minuten-Yoga, die Agenda wird erst vor Ort festgelegt. So ist gewährleistet, dass das Programm aktuell und relevant für die Teilnehmenden ist (Abschn. 7.3).
- Rund um den Bodensee haben sich Veranstaltungszentren und zwei Kongressbüros zum Verein BodenseeMeeting zusammengeschlossen. Aus ehemaligen Konkurrenten sind Kooperationspartner geworden. Gemeinsam werden neue Formate entwickelt und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Häuser geschult. Sie sind nun in der Lage, Meeting Owner und Eventagenturen, die mit konventionellen Ideen an sie herantreten, über wirkungsvollere Konzepte zu beraten (Abschn. 8.3).
- Das German Convention Bureau kooperiert mit dem Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation, um den Future Meeting Space zu skizzieren. Man hat erkannt, dass der Wettbewerb auf dem internationalen Tagungsmarkt immer härter wird, und fragt sich: Was können wir Einzigartiges bieten, um Veranstalter nach Deutschland zu locken?
- Das Austrian Convention Bureau versteht sich als Innovator der Branche. Die eigene Jahreskonferenz ist als *Tagungslabor* konzipiert. Dort kann mit neuen Settings, aber auch mit neuen Technologien wie künstlicher Intelligenz experimentiert werden.