

Inhaltsverzeichnis

Orientierung

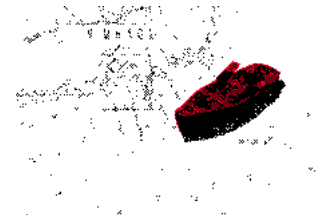
0	Vorwort	13
1	Info-, Lern- und Change-Events	17
	Das Kapitel auf einen Blick	18
1-1	»Veranstaltung« oder »Event«?	19
1-2	Veranstaltungskultur im Umbruch	21
1-3	Veranstaltungen als Change-Support	23
1-4	Qualitätskriterien für Info-, Lern- und Change-Events	25



Teil A

Recherchen: Was Auftraggeber, Stakeholder und Teilnehmer wollen

2	Auftragsklärung und Zielarbeit	27
	Das Kapitel auf einen Blick	28
2-1	Strategien und Vorgehen	29
2-2	Zielklärung und Zielarbeit	32
2-3	Projektziele und Kontext	34
2-4	Ressourcen und Energiecheck	37
2-5	Inhalte und Themen klären	38
2-6	Menschen und Instanzen	39
2-7	Fixpunkte und Vorgeschichte	41
2-8	Die nächsten Schritte	42
2-9	Und dann gibt es noch andere Ziele!	43
	FAQs zu »Auftragsklärung«	45

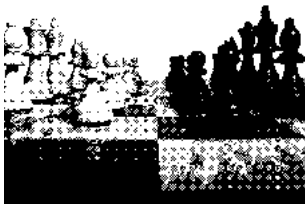




3 Teilnehmerbedürfnisse	49
Das Kapitel auf einen Blick	50
3-1 Event-Parameter »Teilnehmer«	51
3-2 Bedürfnis nach »Kompetenzerleben«	53
3-3 Bedürfnis nach »Autonomie«	54
3-4 Bedürfnis nach »Zugehörigkeit«	56
3-5 Teilnehmerwünsche nach »gutem« Inhalt	58
3-6 Bedürfnis nach spannender »Verpackung«	59
3-7 Bedürfnis nach (Lust-)Gewinn und Nutzen	60
3-8 Erwartungen an den »Veranstaltungsrahmen«	61
3-9 Geht es wirklich um Teilnehmerbedürfnisse?	63
FAQs zu »Teilnehmerbedürfnisse«	64

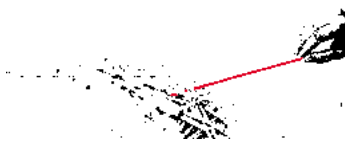
Teil B

Eckdaten: Veranstaltungsparameter und Philosophien



4 »Harte« Veranstaltungs-Parameter	65
Das Kapitel auf einen Blick	66
4-1 Event-Parameter »Teilnehmer«	67
4-2 Event-Parameter »Akteure«	70
4-3 Event-Parameter »Zeitpunkt, Zeit und Dauer«	71
4-4 »Destinations und Locations« als Parameter	73
4-5 Parameter »Räume und Raumgestaltung«	78
4-6 Parameter »Übernachtung«: Mehr als Betten!	80
4-7 Parameter »Essen, Trinken, Wohlbefinden«	81

5 »Weiche« Event-Parameter	83
Das Kapitel auf einen Blick	84
5-1 Stellenwert von »Partizipation«	85
5-2 Stellenwert von »Betroffenheit«	87
5-3 Stellenwert von Dialog, Austausch und Vernetzung	88
5-4 Stellenwert von Kontext- und Managementeinbettung	90
5-5 A.a.ü.: Stellenwert von Kreativität	93
5-6 Stellenwert von »Lust« und »Askese«	95
5-7 Stellenwert von Struktur und Improvisation	98



Teil C
Formate: Typen und Konzepte

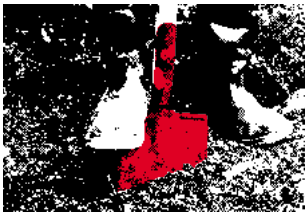
6	Veranstaltungsformate im Überblick	99
	Das Kapitel auf einen Blick	100
6-1	Bunte Formatevielfalt	101
6-2	»Philosophi«, Format, Design, Methode	102
6-3	Vier Formatfamilien und ihre Stammbäume	104
6-4	Format, Methode oder Inszenierung?	107
6-5	Event-Grundformate im Vergleich	108
6-6	Stimmigkeit von Inhalt, Format und Design	110
7	Grundformat »Kongress«	111
	Das Kapitel auf einen Blick	112
7-1	Typisch Fachkongress, typisch Fachtagung	113
7-2	»Teilnehmerbedürfnisse« als Suchfelder und Stimulanzfaktoren	114
7-3	Kongress als Ort der »Kompetenz- und Erfolgslebnisse«	115
7-4	Autonomie, Wahl- und Entscheidungsfreiheit	116
7-5	»Soziale Eingebundenheit« gezielt fördern	117
7-6	Inhaltsqualität: Orientierung und Vielfalt!	119
7-7	Die Verpackung optimieren	121
7-8	Auf (Lust-)Gewinn und Nutzen achten	123
7-9	Der Rahmen muss stimmen!	124
8	Beispiele für »Kongresse«	125
	Das Kapitel auf einen Blick	126
8-1	»Humboldt-Labor«: Universität im Aufbruch	127
8-2	Sommer-Akademie »Veranstaltungs-Designs«	132
8-3	Dialog: Politikforum an der Rax	137
8-4	Symposium: »Qualität im Krankenhaus«	140
8-5	Impulse: »TED-Konferenz« als Braintrust	144
8-6	Handwerksmesse: 10-Minuten-»Messeforen«	145
8-7	»BarCamp«: Die Anti-Konferenz	147
8-8	»Schwarzmarkt des Wissens«	149
8-9	Kongresstraining für Referenten und Moderatoren	151





9 Grundformat »Arbeitstagung« 153

Das Kapitel auf einen Blick	154
9-1 »Arbeitstagungen«: Anlässe und Zuschnitte	155
9-2 Das ist typisch für Arbeitstagungen	156
9-3 »Basic Needs« als Optimierungssuchfelder	158
9-4 Weitere Teilnehmerwünsche aufgreifen	160
9-5 »Partizipative« Großgruppe	164
9-6 »Open Space«: Der Großgruppenklassiker	167
9-7 Die Zukunftskonferenz	170
9-8 Robert Jungk und die »Zukunftswerkstatt«	173
9-9 RTSC: Real Time Strategic Change	177



10 Beispiele für »Inszenierte Arbeitstagungen« 179

Das Kapitel auf einen Blick	180
10-1 Großer »Projektleitertag«	181
10-2 Führungsforum »Gut unterwegs!«	187
10-3 Berater beraten: »Die Reise zum Kunden«	193
10-4 In der Werkstatt: Neues Ausbildungskonzept	200
10-5 Veränderung: »Wir Kulmbacher – immer besser!«	203
10-6 Betriebsversammlung: Open Space	207
10-7 Zukunftswerkstatt: Jugendcafé für Bobingen?	210

11 Grundformat »Lern-Event« 215

Das Kapitel auf einen Blick	216
11-1 Lern-Events: Anlässe und Zuschnitte	217
11-2 Das ist typisch für inszenierte Lern-Events	218
11-3 Was unterscheidet Lern-Events von anderen Formaten? ...	222
FAQs zu »Inszenierte Lern-Events«	224

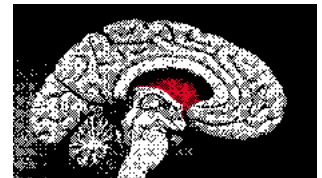


12 Beispiele für »Lern-Events«	225
Das Kapitel auf einen Blick	226
12-1 »Die Allianz hebt ab: Reise in die Client/Server-Welt«	227
12-2 Siemens: Große Kreativ-Werkstatt in Wien	231
12-3 Pharma-»Lernsymposium«	233
12-4 »Regionade« als Wettkampf	236
12-5 Internationale Lerntagung »Arbeitsschutz«	240
12-6 »Fusionen als Herausforderung«	243
12-7 »Young Generation« auf der Messe	247



Teil D
Veranstaltungs-Handwerk: Inszenierung

13 »Erlebnis« als Event-Prinzip	249
Das Kapitel auf einen Blick	250
13-1 »Emotion« und »Erlebnis« als heilige Kuh?	251
13-2 Outdoor-Erlebnisse: An Grenzen gehen	253
13-3 Wettkampf-Erlebnis um Sieg-Punkte	255
13-4 Das Event als öffentlicher Auftritt	257
13-5 Das Event als »gute Tat«	259
13-6 Sommer-, Sport-, Volks- und Straßenfeste	262
13-7 Alles nur Theater?	263
13-8 Simulation: (Fast) wie im wirklichen Leben!	269
14 Makro-Inszenierung und Metaphorik	273
Das Kapitel auf einen Blick	274
14-1 Eierbeispiel: Metaphorik und Inszenierung	275
14-2 Was ist Makro- und Mikro-Inszenierung?	276
14-3 Welche Makro-Inszenierung bringt Energie?	277
14-4 Mottos und Slogans: Wie heißt das Kind?	278
14-5 Metaphorik: Die Macht der Symbolik nutzen	280
14-6 Makro-Metaphorik mit Leben füllen	283
14-7 Beispiele für Metaphorik und Inszenierung	286
FAQs zu »Makro-Inszenierung«	290





15 ABC der Mikro-Inszenierung 291

Das Kapitel auf einen Blick 292

15-1 Achtung: Überdosis hochriskant! 293

15-2 Mikro-Inszenierung im Detail 294

15-3 »Abendprogramm«: Was ist nachts los? 309



16 Anfang und Ende 311

Das Kapitel auf einen Blick 312

16-1 Zwischen Einstimmung und Nachklang 313

16-2 Ankommen: Einpendeln und Warmlaufen 314

16-3 Networking: Teilnehmer früh »verbandeln« 316

16-4 Overtüre: Start im großen Plenum 319

16-5 Finale: Zum guten Abschluss kommen 324

16-6 Pre-Event: Teilnehmer »vorglühen« 327

16-7 Post-Event: Die Flamme am Brennen halten! 329

FAQs zu »Anfang und Ende« 332

17 Methoden und Tools 333

Das Kapitel auf einen Blick 334

17-1 In »Funktionen« statt in Methoden planen 335

17-2 »Inputs«: Information ins Plenum bringen 336

17-3 Sammeln und Zusammentragen 341

17-4 Dialog, Austausch und Vertiefung 343

17-5 Bewerten und Entscheiden 351

17-6 Körper und Geist bewegen 357

17-7 »Zentrieren« und zur Ruhe kommen 359

17-8 Stärken stärken 360

18 Sinnlich und medial 363

Das Kapitel auf einen Blick 364

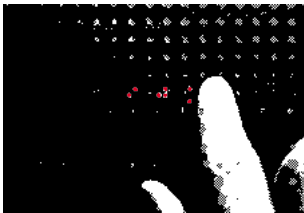
18-1 »Tango Tonnage« – ein gewichtiges Beispiel 365

18-2 »Sinnliche« Inputs für Herz, Aug' und Ohr! 367

18-3 Event-Zeitung als Kommunikationstool 372

18-4 Prozessvisualisierung und Spurensammlung 374

18-5 Das Event als »Medien-Werkstatt« 379



Teil E
Planen und Nägel mit Köpfen machen

19 Konzeptentwicklung und Planung	383
Das Kapitel auf einen Blick	384
19-1 Projekt- und Planungsteams	385
19-2 Konzeptentwicklung als kreativer Akt	386
19-3 Von der Kreation zur Konzeption	388
19-4 Veranstaltungsplanung als Projektmanagement	390
19-5 Event-Problemlonen	394
19-6 Checklisten: An 1 000 Dinge denken!	399
20 Risiko und Sicherheit	403
Das Kapitel auf einen Blick	404
20-1 Inhalts- und Konzeptrisiken	405
20-2 Organisations- und Ablaufrisiken	406
20-3 Wenn die Technik verrückt spielt	409
20-4 Gesetze und Vorschriften beachten	410
20-5 Sicherheit bei Alarm und Notfall	412
20-6 Finanzen: Nicht plötzlich auf dem Trockenen sitzen!	414
21 Bühne, Raum und Technik	415
Das Kapitel auf einen Blick	416
21-1 Bühnen und Kulissen	417
21-2 Stühle und Tische verraten den Arbeitsstil!	420
21-3 Alles für den guten Ton!	422
21-4 Licht schafft Stimmung und Raum	424
21-5 Technik für Visuelles	426



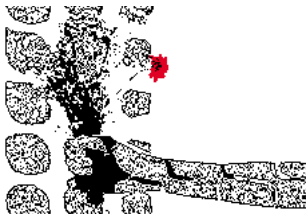
Teil F
Nachhaltigkeit: Umwelt und Evaluation



22 Umweltverträglichkeit	429
Das Kapitel auf einen Blick	430
22-1 Nachhaltige Events als Forderung	431
22-2 Was tun, damit Worten Taten folgen?	433
22-3 Tipps und Links zur Vertiefung	438
22-4 Beispiel: UN-Biodiversitätskonferenz	440



23 Event-Evaluation	441
Das Kapitel auf einen Blick	442
23-1 Evaluation: Wer sie wann wofür braucht	443
23-2 Evaluation: Mehr Frust als Lust?	444
23-3 »Summativ« und »formativ«: zwei Wirkrichtungen von Evaluation	446
23-4 Strategien und Methoden der Event-Evaluation	448
23-5 Fragebögen: Weil sie so schön einfach sind	453



Teil G
Ideen-Pool: Mitdenker, Bücher, Bilder

24 Inspiratoren, Mitdenker, Impuls- und Beispielgeber	455
25 Bücher, Quellen, Links	465
25-1 Bücher und Texte	466
25-2 Links rund um »Event«	470
25-3 Eventmessen	472



26 Illustrationen und Bildquellen	473
26-1 Die Illustrationsgeschichte dieses Buches	474
26-2 Bildquellen	476