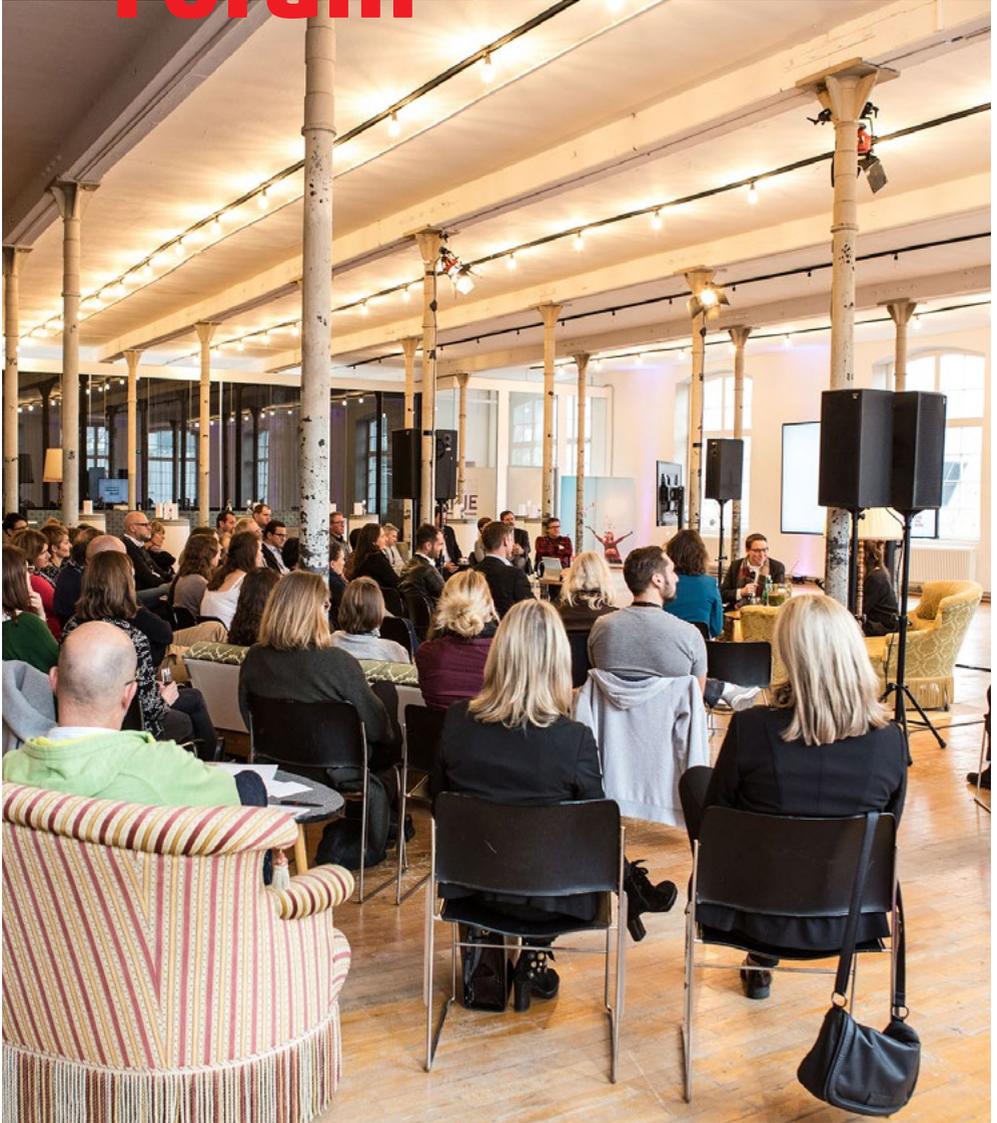


Vorarlberger Convention Forum



11. Dezember 2019, Bludenz

Vorwort

Vorarlberg ist eine Tagungs- und Kongressdestination, die mit Vielfalt und bestem Service punktet. Ein Beispiel ist der Ort dieser Veranstaltung, die Fabrik Klarenbrunn. Schön, dass Sie hier unser Gast waren. Im Jahr 2011 gründeten wir das Vorarlberger Convention Forum. Über diese Plattform wollen wir Kunden und Partnerbetrieben aus Vorarlberg und den umliegenden Regionen neue Inputs liefern, Wissen über die Branche vermitteln – und natürlich den passenden Rahmen zum gegenseitigen Austausch bieten.

Bei der neunten Ausgabe im Dezember 2019 stand das Thema Kommunikation im Mittelpunkt. Der Konsum von Wissen in unserer Gesellschaft hat sich drastisch verändert, ebenso die Art, wie wir miteinander kommunizieren. Das Maß an Ablenkung ist groß, die Geschwindigkeit und die Fülle an Information sind überwältigend. Wie wollen und können wir in Zukunft damit umgehen? Diese Fragen haben wir unseren beiden Experten Dr. Katharina Turecek und Mag. Lukas Rössler MBA gestellt und gemeinsam versucht, Antworten zu finden.

Urs Treuthardt
Geschäftsführer Convention Partner Vorarlberg



Aktivierung statt Berieselung

*Dr. Katharina Turecek
leitet das Institut für
Gedächtnistraining
in Wien.*



Frau Turecek, wie speichern wir Informationen nachhaltig im Langzeitgedächtnis?

Zunächst muss ein Inhalt unsere Aufmerksamkeit wecken, denn die bewusste Wahrnehmung ist die Pforte in unser Gedächtnis. Damit das Wissen gespeichert wird, braucht es zusätzlich konkrete Anknüpfungspunkte im bestehenden Wissensnetz.

Was sind die größten Herausforderungen für die Eventbranche?

Die Digitalisierung hat Kommunikation und Informationsbeschaffung vereinfacht und beschleunigt. Das ist Chance und Herausforderung zugleich. Während Veranstaltungen, wie zum Beispiel bei Kongressen, konkurrieren die Inhalte mit den allgegenwärtigen mobilen Geräten um die Aufmerksamkeit der Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

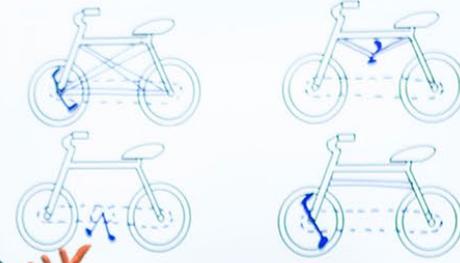
Wie reagieren Veranstalter am besten darauf?

Mein Tipp: Online-Angebote primär für die Vor- und Nachbereitung von Veranstaltungen nutzen und die Besucher während des Events so viel wie möglich in die reale, analoge Welt einladen. Das Handy lädt zum „Sammeln“ ein – so häuft sich während einer Veranstaltung eine Fülle von Daten an, die danach oft überfordert. Um hier gegenzusteuern, helfen Angebote, die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aktivieren und zum Mitmachen anregen. Aktivierung statt Berieselung, Qualität vor Quantität.

Wie gelingt es Ihnen selbst, sich bei einer Veranstaltung nicht ablenken zu lassen?

Die wahre Kunst heißt Single-Tasking. Ich versuche, meine Aufmerksamkeit auf die eine aktuelle Aufgabe zu fokussieren. Push-Nachrichten und andere Benachrichtigungen sind bei mir deshalb immer deaktiviert. Mein Smartphone habe ich am liebsten auf „lautlos“ gestellt.

Illusion des Verständnisses



www.katharinaturecek.com

**Die wahre Kunst
ist Single-Tasking.**

Die Keynote

Dreimal „A“

Der Schlüssel zu einer gehirngerechten Eventgestaltung sind Aufmerksamkeit, Anknüpfungspunkte und Aktivität. Diese drei Begriffe mit „A“ entsprechen dem dreistufigen Aufbau unseres Gedächtnisses mit sensorischem Speicher, Arbeits- und Langzeitgedächtnis.

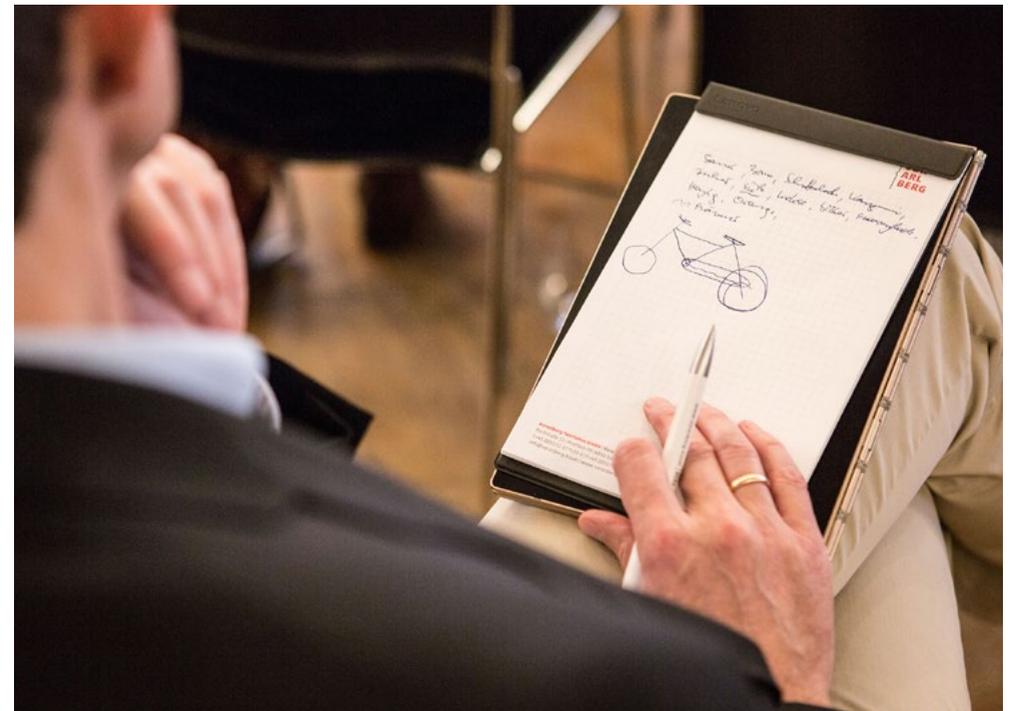
Aufmerksamkeit als Basis

Was wir nicht wahrnehmen, können wir uns auch nicht merken – eine logische, aber dennoch nicht selbstverständlich umgesetzte Erkenntnis in Zeiten der Informationsflut. Hilfreiche Mittel, um die Aufmerksamkeit zu wecken, sind kürzere Slots, motivierende individuelle Wahlmöglichkeiten sowie Outdoor- bzw. Bewegungssequenzen.

Unser Gedächtnis sortiert Informationen nicht nach Chronologie oder Kategorie, sondern nach Assoziationen. Daher kommt es auf Anknüpfungspunkte an. Veranstalter sollten deshalb Teilnehmerinnen und Teilnehmer beim Filtern des Inputs unterstützen. Weniger ist mehr. Ein weiteres wichtiges Instrument sind interaktive Formate wie beispielsweise Diskussionen.

Nachhaltiger Transfer

Ein Fahrschüler kann nach bestandener Theorieprüfung noch nicht unbedingt Auto fahren. Ihm fehlt die Praxis: Wenn wir etwas können wollen, müssen wir es tun beziehungsweise tun dürfen. Bei Events sind zum einen Übungsräume wichtig, um Dinge auszuprobieren. Zum anderen geht es für die Zeit danach um Anregungen zum Mitnehmen in den Alltag. Dies kann etwa mit – digital transportierten – Übungsmaterialien gelingen.





Menschliche Komponente bleibt wichtig

*Mag. Lukas Rössler MBA,
Gründer der Innovators
Agentur Fosbury, ist
Spezialist für den
Einsatz von traditionel-
len und neuen digitalen
Elementen bei
Veranstaltungen.*



Herr Rössler, welche entscheidenden Veränderungen hat es in den vergangenen Jahren für Eventplaner gegeben?

Die Digitalisierung hat auch die Eventbranche voll erfasst. Es geht darum, auch die Online-Welt mit all ihren Möglichkeiten zu nutzen und diese bestmöglich in die Eventinszenierung zu integrieren. Ein wichtiges Mittel ist dabei das gute alte Geschichtenerzählen, also das Storytelling.

Betrifft das Phänomen der sinkenden Aufmerksamkeitsspannen nur junge Leute?

Wir werden auf vielen Kanälen mit Botschaften überhäuft. Das überfordert grundsätzlich das menschliche Gehirn und betrifft daher nicht nur die Digital Natives. Ihnen gegenüber gönnen sich Digital Immigrants, also Leute, die erst als Erwachsene Smartphones und Social Media kennengelernt haben, öfters den Luxus, sich aus diesem Overload herauszunehmen.

Welche Rolle spielen interaktive Inhalte bei einer Veranstaltung? Gilt „Je partizipativer, desto besser“?

Grundsätzlich ja! Partizipation ist aber nur dann wirklich sinnvoll, wenn man diese Elemente in die Gesamtstory einbindet und nicht nur als Wow-Effekt inszeniert.

Wie wichtig sind Austausch und Diskussion – sowohl unter den Teilnehmern als auch zwischen Teilnehmern und Speaker?

Die menschliche Komponente ist noch immer die wichtigste und wertvollste im Setting des Events. Je mehr Austausch und kontroversielle Diskussion stattfinden, desto nachhaltiger lernen Teilnehmerinnen und Teilnehmer bei Veranstaltungen.

Die Keynote

Involve me and I will understand

Bei zukünftigen Veranstaltungen geht es vor allem darum, Besucherinnen und Besucher einzubeziehen. Dafür setzen wir moderne Tools und Medien ein – z. B. Smartphones, Tablets, Augmented, Virtual und Mixed Reality.

Unterschiedliche Phasen

Die Veranstaltung beginnt inszenatorisch und dramaturgisch lange vor der Registrierung. In dieser Pre-Event-Phase entscheidet sich viel in Bezug auf Mindset und Erwartungshaltung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer. Erinnern Sie sich nur daran, als Sie ein Kind waren und in der Vorweihnachtszeit auf das Christkind warteten. Das eigentliche Event der Bescherung war dann nur die Auflösung der gelungenen Inszenierung davor. In dieser Phase liegt häufig noch Optimierungspotential. Das zeigt sich daran, dass bei Marketingevents immer mehr Besucherinnen und Besucher gar nicht erscheinen.

Während der Veranstaltung (Main-Event-Phase) gilt es, analoge und digitale Elemente zu integrieren und diese entlang eines roten Fadens zu inszenieren. Der Teilnehmer will behutsam interaktiv in das Geschehen eingebunden werden. In der Post-Event-Phase haben Eventmanager die Chance, die Story aufzulösen und das nächste Event vorzubereiten.

Events 2.0

Erfolgreichen Veranstaltungen gelingt das Zusammenspiel aus New Media, Erlebnisinszenierung, Gamification und vor allem einer guten Geschichte als Basis. Was New Media angeht, kommen unter anderem Technologien wie Augmented Reality oder Social Media in Betracht: Ein live auf Facebook übertragenes Event beispielsweise ist in der Produktion vergleichsweise günstig und trifft punktgenau die gewünschte Zielgruppe.



The Future of Entertainment and Events

MAG. LUKAS RÖSSLER, MBA

INVOLVE ME AND I WILL UNDERSTAND

Bei zukünftigen Veranstaltungen geht es vor allem darum, Besucherrinnen und Besucher einzubeziehen.



Was bleibt vom 9. Vorarlberger Convention Forum?

Jede und jeder hat ihre bzw. seine eigenen Erkenntnisse mit nachhause genommen. Hier einige Vorschläge – ohne Anspruch auf Vollständigkeit:

1 Die drei A

Der Schlüssel zu einer gehirngerechten Eventgestaltung sind drei A: Aufmerksamkeit, Anknüpfungspunkte und Aktivität.

Aufmerksamkeit

Was wir nicht wahrnehmen, können wir uns auch nicht merken – eine logische, aber dennoch nicht selbstverständlich umgesetzte Erkenntnis in Zeiten der Informationsflut.

Anknüpfungspunkte

Unser Gedächtnis sortiert Informationen nicht nach Chronologie oder Kategorie, sondern nach Assoziationen.

Aktivierung

Um Teilnehmerinnen und Teilnehmer einzubinden und zu aktivieren, sind interaktive Formate wie beispielsweise Diskussionen ein wichtiges Instrument.

2 Wissen und Können

Es gibt einen Unterschied zwischen Wissen und Können – um eine Kompetenz aufzubauen, muss man beides verbinden.

3 Pre-Event-Phase

Die Veranstaltung beginnt inszenatorisch und dramaturgisch lange vor der Registrierung. In dieser Pre-Event-Phase entscheidet sich viel in Bezug auf Mindset und Erwartungshaltung der Teilnehmerinnen und Teilnehmer.

4 Storytelling

Eine gelungene Inszenierung mithilfe von Storytelling kann den Unterschied ausmachen – weil Emotionen freigesetzt werden.

Das 9. Vorarlberger Convention Forum war eine
Veranstaltung von Convention Partner Vorarlberg.

Text: Thorsten Bayer, Pzwei
Fotografie: Roswitha Schneider
Gestaltung Booklet: Super BfG



Lukas Rössler, Zita Bereuter, Katharina Turecek, Urs Treuthardt

T + 43 (5574) 43443-23
service@convention.cc
www.convention.cc

Convention Partner } **VOR
ARL
BERG**