

Empirische Untersuchung zur Wirksamkeit von innovativen Elementen im Business-, Meeting- und Event-Kontext

Tilman NAUJOKS, Milena BOCKSTAHLER, Mitja JURECIC, Stefan RIEF

*Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO,
Nobelstraße 12, 70569 Stuttgart*

Kurzfassung: Die Rolle und der Zweck von Business Events verändert sich durch zunehmende gesellschaftliche und wirtschaftliche Herausforderungen immer weiter. Aus diesem Grund beschäftigt sich das Fraunhofer IAO mit der Entwicklung und Evaluation innovativer Event-Elemente zur Steigerung eines nachhaltigen Veranstaltungserlebnisses. Die umfassende Analyse der Event-Elemente für Meaningful Events liefert dabei nicht nur Einblicke in die Gestaltung von bedeutsamen Veranstaltungen, sondern ermöglicht auch konkrete Handlungsempfehlungen für Veranstaltende. Dafür ordnet die Studie die evaluierten Elemente in fünf zentrale Event-Kategorien, die grundlegende Ziele von Veranstaltungen repräsentieren: »Wissenszuwachs«, »Community-Building«, »Gap-Bridging«, »Inspirationsgewinn« und »Emotionale Erlebnisse«.

Schlüsselwörter: Veranstaltungserlebnis, Future Events, Business Events, User Experience, Veranstaltungsformate, Veranstaltungsziele

1. Ausgangssituation und Zielsetzung

In der aktuellen Zeit, geprägt von rasanten und teilweise unvorhersehbaren Veränderungen, ist eine Neuausrichtung der Zielsetzung und Umsetzungsqualität von Business Events von entscheidender Bedeutung. Infolge globaler Herausforderungen drängt sich die Frage nach der Relevanz von Business Events in diesem Transformationsprozess auf. Bisherige Forschungsergebnisse zeigen, dass Meetings und Events weiterhin eine entscheidende Rolle spielen und als vielseitige Instrumente fungieren (Bockstahler et al. 2023). Sie dienen nicht nur dem Wissensaustausch, sondern auch dessen Bündelung, Steuerung, Reflexion und Bereicherung (Bockstahler et al. 2024). Gerade in Zeiten des erheblichen Wandels wird der Umgang mit Wissen besonders bedeutsam.

Die gegenwärtigen Herausforderungen, angefangen von den Auswirkungen der Inflation und des Klimawandels bis hin zu internationalen Konflikten, Lieferengpässen und einem zunehmenden Mangel an Personal und Fachkräften im Ökosystem rund um Business Events, erfordern neue Herangehensweisen bei der Ausrichtung von Meetings, Tagungen und Kongressen. Veranstaltungen müssen in dieser Hinsicht verschiedene Fragen beantworten: Welche Wirkung kann durch Business Events erzielt werden? Wie beeinflussen die aktuellen Veränderungen die Umsetzung von Business Events und deren strategische und konzeptionelle Ausrichtung?

Im Innovationsverbunds »Future Meeting Space« des Fraunhofer IAO in Zusammenarbeit mit dem German Convention Bureau e. V. stehen diese aktuellen Fragen im Fokus. Das Ziel besteht darin, die Rolle und den Zweck von Business Events in

Zeiten zunehmender wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Herausforderungen zu beleuchten. Dabei sollen innovative Wege gefunden werden, um Veranstaltungen und ihre Bedeutung für Inspiration und Innovation neu zu positionieren. Die Ableitung von »meaningful Event-Elementen« soll dazu beitragen, neuartige Eventformate zu konzipieren.

2. Meaningful Events als Kernziele von Veranstaltungen

Die erfolgreiche Bewältigung großer Herausforderungen und die Teilnahme an bedeutenden Entwicklungen erfordern die strategische Umsetzung von sogenannten "Meaningful Events". Diese Events zeichnen sich durch einen klaren Purpose aus, was bedeutet, dass sie einen klaren Sinn und Zweck verfolgen und eine nachhaltige Wirkung sowohl am Veranstaltungsort als auch bei den Teilnehmenden hinterlassen. Das zentrale Ziel besteht darin, solche Veranstaltungen zu konzipieren, die einen spürbaren Mehrwert bieten und deren Sinnhaftigkeit einen unverzichtbaren Besuch begründet. Die genaue Festlegung des eigentlichen Sinns der Veranstaltung ist entscheidend, um emotionale Berührungspunkte zu schaffen. Nach Abschluss der Veranstaltung sollte etwas Nachhaltiges in der Erinnerung der Teilnehmenden verbleiben, wodurch nicht nur Ereignisse geschaffen werden, sondern unvergessliche Erlebnisse, die langfristig wirken.

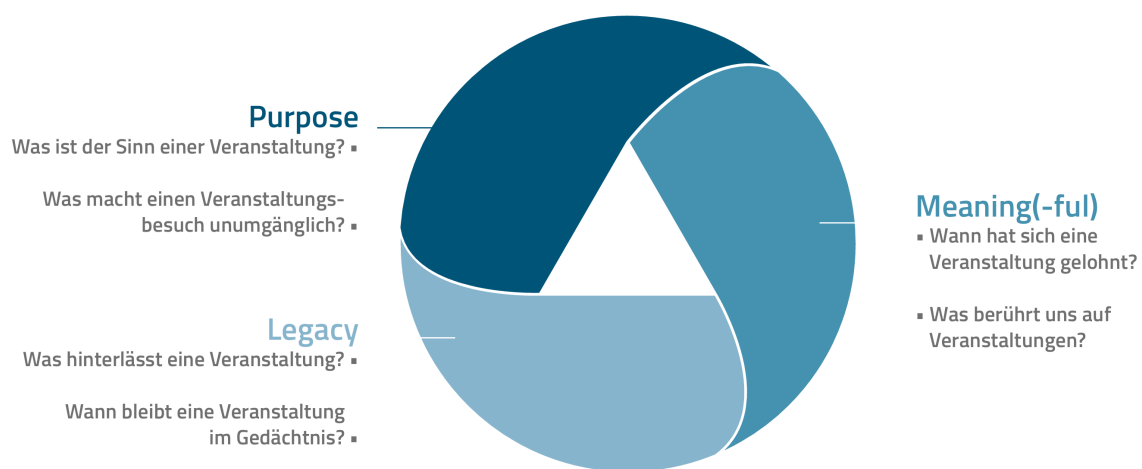


Abbildung 1: Dreiklang eines bedeutsamen Events.

Diese Erkenntnis führt zur Unterteilung von Veranstaltungen in fünf Kategorien, um als »Meaningful Events« zu gelten: »Wissenszuwachs«, »Community-Building«, gezieltes »Gap-Bridging« zur Überbrückung von Differenzen, »Inspirationsgewinn« und »Emotionale Erlebnisse«. Diese Kategorien wurden während des Forschungsprozesses definiert, um die Eigenschaften abzudecken, die ein »Meaningful Event« auszeichnen sollen. Die fünf Event-Kategorien repräsentieren grundlegende Veranstaltungsziele und bieten Veranstaltenden die Möglichkeit, ihr spezifisches Ziel zu identifizieren.

2.1 Wissenszuwachs

Die Event-Kategorie »Wissenszuwachs« zielt darauf ab, den Teilnehmenden die Möglichkeit zu bieten, ihr Wissen zu erweitern, neue Informationen zu erhalten und Einblicke in relevante Themenfelder zu gewinnen. Veranstaltungen in dieser Kategorie sind darauf ausgerichtet, Wissensaustausch zu fördern und zum lebenslangen Lernen beizutragen. Das Hauptziel von Events, bei denen Wissenszuwachs im Zentrum steht, ist, eine Umgebung zu schaffen, in der die Teilnehmende aktiv an der Erweiterung ihres Wissens arbeiten können, sei es berufsbezogen, wissenschaftlich oder in anderen relevanten Bereichen.

2.2 Community-Building

Die Event-Kategorie »Community-Building« konzentriert sich darauf, Gemeinschaftsgefühl zu fördern und zu stärken. In Veranstaltungen dieser Kategorie geht es darum, Teilnehmende miteinander nachhaltig zu vernetzen, Beziehungen aufzubauen und eine gemeinsame Identität zu schaffen. Community-Building-Events können unterschiedliche Formen annehmen, von informellen Treffen und Networking-Veranstaltungen bis hin zu Teamaktivitäten und gemeinschaftsorientierten Projekten. Das Hauptziel besteht darin, eine unterstützende und kooperative Atmosphäre zu schaffen, in der Menschen sich gegenseitig kennenlernen, austauschen und zusammenarbeiten können.

2.3 Gap-Bridging

Die Event-Kategorie »Gap-Bridging« ist darauf fokussiert, Unterschiede zwischen teilweise sehr divergenten gesellschaftlichen Gruppen, ihren Ideen oder Perspektiven zu überbrücken. Das Ziel ist, Verständnis und Austausch zu fördern, um bestehende Distanzen zu verringern und Verständnis füreinander zu entwickeln. Gap-Bridging-Events können beispielsweise interkulturelle Dialoge, branchenübergreifende Zusammenkünfte oder Veranstaltungen zur Förderung von Vielfalt und Integration umfassen. Diese Kategorie zielt darauf ab, eine positive Verbindung zwischen unterschiedlichen Gruppen herzustellen und einen konstruktiven Austausch zu schaffen.

2.4 Inspirationsgewinn

Die Event-Kategorie »Inspirationsgewinn« hat zum Ziel, Teilnehmende zur Entwicklung innovativer Ideen anzuregen, neue Perspektiven zu eröffnen und kreative Potenziale zu entfalten. Veranstaltungen in dieser Kategorie sind darauf ausgerichtet, eine inspirierende Atmosphäre zu schaffen, in der Innovation, Kreativität und originelle Denkansätze gefördert werden. Dies kann durch motivierende Vorträge, interaktive Diskussionen mit visionären Persönlichkeiten oder erlebnisorientierte Formate erreicht werden. Diese Kategorie betont die Bedeutung von Inspiration als Triebkraft für persönliches und berufliches Wachstum sowie für die Entwicklung innovativer Lösungen.

2.5 Emotionale Erlebnisse

Die Event-Kategorie »Emotionale Erlebnisse« zielt darauf ab, eine tiefe emotionale Verbindung zwischen den Teilnehmenden und der Veranstaltung herzustellen. Dabei sollen positive emotionale Erfahrungen geschaffen werden, die z. B. von Freude, Begeisterung oder Empathie geprägt sind. Dies kann durch kreative Inszenierungen, ansprechende Geschichten oder die Integration von Kunst und Kultur erreicht werden. Diese Kategorie zeigt, dass Veranstaltungen nicht nur informative Elemente bieten sollten, sondern auch eine tiefgreifende emotionale Erfahrung, die dazu beiträgt, dass die Teilnehmenden die Veranstaltung als bedeutungsvoll und unvergesslich erleben.

3. Ergebnisse der empirischen Befragung

Im Verlauf des Forschungsprozesses wurden 20 der insgesamt knapp 130 neu entwickelten Event-Elemente einer Bewertung unterzogen. Diese Evaluierung erfolgte sowohl mithilfe einer quantitativen Online-Erhebung als auch durch ihren experimentellen Einsatz in Best-Practice-Veranstaltungen. Im Folgenden wird auf die Bewertung der 15 Event-Elementen aus der Online-Erhebung näher eingegangen. Die empirische Befragung wurde durchgeführt, um die Wirksamkeit und Nutzer*innenakzeptanz der entwickelten Event-Elemente zu überprüfen. Dabei ergaben die Ergebnisse der Befragung, dass die einzelnen Event-Elemente stellenweise sehr unterschiedliche bewertet wurden.

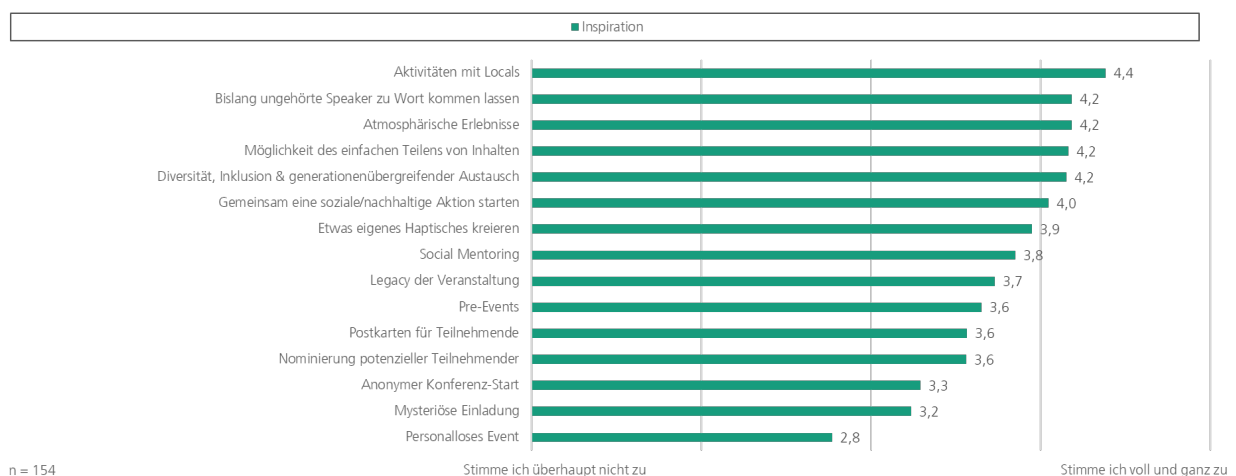


Abbildung 2: Übersicht des Mittelwertvergleichs der evaluierten Event-Elemente zur Frage »Dieses Event-Element würde mich inspirieren«.

In der Online-Erhebung wurden die Event-Elemente anhand der Frage bewertet, ob sie als Inspirationsquelle dienen könnten. Die Teilnehmenden gaben ihre Einschätzung auf einer 5-stufigen Likert-Skala von »Stimme voll und ganz zu« bis »Stimme überhaupt nicht zu« ab. Das Event-Element »Aktivitäten mit Locals« erhielt die höchste Bewertung mit einem Mittelwert von 4,4. Das Ziel dieses Event-Elements ist die Integration von Aktivitäten mit Locals, um nicht nur das kulturelle Verständnis zu fördern, sondern auch die Identifikation der Teilnehmenden mit der Veranstaltungsdestination zu stärken. Auf den folgenden Plätzen rangieren die Elemente »Bislang ungehörte Speaker*innen zu Wort kommen lassen«, »Atmosphärische Erlebnisse«,

»Möglichkeit des einfachen Teilens von Inhalten« und »Diversität, Inklusion und generationenübergreifender Austausch«, die jeweils mit 4,2 Skalenpunkten bewertet wurden. Die Platzierung von bislang ungehörten und unbekannten Speaker*innen, darunter z. B. auch Newcomer*innen, schafft die Möglichkeit, Brücken zwischen verschiedenen Erfahrungen und Perspektiven zu schlagen. Solche Berichte können die Teilnehmenden offensichtlich inspirieren und dazu beitragen, bestehende Wissenslücken zu schließen, indem sie neue Blickwinkel auf relevante Themen bieten. Auch atmosphärische Erlebnisse, wie sie auf Festivals inszeniert werden, können nach Einschätzung der Befragten eine inspirierende Umgebung und emotionale Tiefe schaffen. Die Möglichkeit, Inhalte möglichst einfach zu teilen, fördert bei Business Events die Kommunikation und den Austausch der Teilnehmenden untereinander. Durch diesen Austausch relevanter Informationen und Erkenntnisse können die Teilnehmenden von den unterschiedlichen Perspektiven und der Expertise der Community profitieren und fühlen sich dadurch inspiriert. Die Einbindung des Diversitäts- und der Inklusionsgedanken von vielfältigen Menschen schafft auch laut der Annahme der Befragten eine inspirierende Umgebung. Unterschiedliche Blickwinkel und Erfahrungen fördern demnach offensichtlich die Kreativität und eröffnen innovative Denkansätze.

Als am wenigsten inspirierend wurden das Event-Element »Anonymer Konferenzstart« mit einem Mittelwert von 3,3, die »mysteriöse Einladung« mit einem Mittelwert von 3,2 und das »Personallose Event« mit einem Mittelwert von 2,8 eingeschätzt. Die Idee des »Anonymen Konferenzstarts« besteht darin, Hierarchien abzubauen und damit eine Kommunikation auf Augenhöhe zu ermöglichen, um dadurch einen offeneren Austausch von Ideen und Meinungen zu fördern. Die »mysteriöse Einladung«, die vor allen Dingen bereits vor dem Event emotionale Erlebnisse erzeugen und Neugierde bei den Teilnehmenden hervorrufen soll. Je nach Zielgruppe kann dieses Event-Element trotz der eher niedrigen Bewertung auf die positive Auswirkung auf die Inspiration eingesetzt werden. Die aktivierende Einbindung der Teilnehmenden in Planung, Aufbau und Durchführung eines Events ohne die Hilfe eines professionellen Veranstaltungs-Managements, schafft eine starke Gemeinschaft, fördert die emotionale Verbundenheit und den Kontakt untereinander. Aus den Ergebnissen der Online-Erhebung zu diesem Element könnte sich schließen lassen, dass der Großteil der Befragten noch nicht bereit ist für ein solches Event-Element. Außerdem scheint dieses Event-Element in Hinblick auf den Charakter der Automatisierung noch ausbaufähig zu sein und könnte dadurch zukünftig höheren Anklang finden.

4. Resümee

Durch die detaillierte Betrachtung der Event-Kategorien und -Elemente wird deutlich, wie Veranstaltende gezielt auf die definierten Ziele hinarbeiten können. Die Methoden zur Evaluation der Elemente bieten eine transparente Grundlage, um die gewonnenen Erkenntnisse einzuordnen. Insgesamt bieten die Ergebnisse der Untersuchung einen guten Leitfaden, der es Veranstaltenden ermöglicht, bedeutsame und zielgerichtete Events zu planen und umzusetzen.

5. Literatur

Bockstahler M, Naujoks T, Rief S (2023) Redefining Event Attendance. Präsenzveranstaltungen als Mittel zur Vernetzung, Bindung und Inspiration von Mitarbeitenden. Stuttgart. Fraunhofer IAO.

Bockstahler M, Naujoks T, Rief S (2024) Creating Meaningful Events in Challenging Times. Entwicklung innovativer Event-Elemente zur Steigerung eines nachhaltigen Veranstaltungserlebnisses. Stuttgart. Fraunhofer IAO.



Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.

Arbeitswissenschaft in-the-loop

**Mensch-Technologie-Integration
und ihre Auswirkung auf Mensch,
Arbeit und Arbeitsgestaltung**

70. Kongress der
Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.

Institut für Arbeitswissenschaft und
Technologiemanagement IAT
Universität Stuttgart

In Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer-Institut für
Arbeitswirtschaft und Organisation IAO

06. – 08. März 2024

GfA-Press

Bericht zum 70. Arbeitswissenschaftlichen Kongress vom 06. – 08. März 2024

Institut für Arbeitswissenschaft und Technologiemanagement (IAT), Universität Stuttgart

In Zusammenarbeit mit: Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO), Stuttgart

Herausgegeben von der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.

Sankt Augustin: GfA-Press, 2024

ISBN 978-3-936804-34-8

NE: Gesellschaft für Arbeitswissenschaft: Jahresdokumentation

Als Manuskript zusammengestellt. Diese Jahresdokumentation ist nur in der Geschäftsstelle (s. u.) erhältlich.

Alle Rechte vorbehalten.

© **GfA-Press, Sankt Augustin, Schriftleitung: Prof. Dr. Rolf Ellegast**

im Auftrag der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.

Ohne ausdrückliche Genehmigung der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V. ist es nicht gestattet:

- den Kongressband oder Teile daraus in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) zu vervielfältigen,
- den Kongressband oder Teile daraus in Print- und/oder Nonprint-Medien (Webseiten, Blog, Social Media) zu verbreiten.

Die Verantwortung für die Inhalte der Beiträge tragen alleine die jeweiligen Verfasser; die GfA haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

Geschäftsstelle der GfA

Simone John, Tel.: +49 (0)30 1300-13003, Alte Heerstraße 111, D-53757 Sankt Augustin

info@gesellschaft-fuer-arbeitswissenschaft.de · www.gesellschaft-fuer-arbeitswissenschaft.de

Screen design und Umsetzung

© 2024 fröse multimedia, Frank Fröse,

office@internetkundenservice.de, www.internetkundenservice.de