

# TRANSFER

DAS STEINBEIS-MAGAZIN 03|22



Steinbeis

# WAS GUTE EVENTS LEISTEN MÜSSEN: VOM SCHAFFEN NACHHALTIGER EINDRÜCKE

IMPULSE DES EVENT-TEAMS  
AM STEINBEIS EUROPA ZENTRUM



↑ Gendered Innovation Networking Event,  
Juli 2022 Stuttgart. Foto: Hanna Schäfer

Dinge, die uns nachhaltig in Erinnerung bleiben, haben alle etwas gemeinsam: Sie sind verknüpft mit Emotionen. Genauer gesagt mit unseren Basisemotionen. Das sind laut Paul Ekman Überraschung, Ekel, Ärger, Trauer, Angst und Freude. Von diesen sechs Emotionen macht sich das Event-Team des Steinbeis Europa Zentrums zwei zu Nutze: Überraschung und Freude. Jedes erfolgreiche Event hat Elemente, die mindestens eine der beiden Emotionen bedienen, im besten Fall sogar beide. Das Team führt jährlich eine Vielzahl von Veranstaltungen durch, die in ihrer Struktur, Zielrichtung und Art sehr unterschiedlich sind. Über die Jahre hat das Team eindrückliche Erfahrungen gesammelt, kreative Formate ausprobiert und auch gelernt, was nicht funktioniert. Hier geben sie einige Dos und Don'ts weiter.

Warum bleiben uns Ereignisse in besonderer Erinnerung, wenn sie mit Emotionen verknüpft sind? Emotionale Botschaften erzeugen eine hohe Verarbeitungstiefe. Die Reizverarbeitung findet nicht mehr unterbewusst beziehungsweise automatisch statt, sondern wechselt in einen seriellen und willentlich kontrollierten Verarbeitungsmodus. Genau dahin wollen wir, wenn es um Events geht. Denn die transportierten Informationen und Reize stehen in hoher Konkurrenz zu anderen Reizen. Unser Gehirn nimmt jede Sekunde zirka elf Millionen Bit über unsere Sinneskanäle auf. Davon wird allerdings nur ein Bruchteil – etwa 40 Bit – bewusst verarbeitet. Unser Gehirn ist evolutionsbiologisch darauf trainiert, die wichtigen Informationen aus der Flut von Reizen herauszufiltern. Diese werden emotional bewertet und erzeugen eine emotionale Reaktion, wie zum Beispiel Erregung, eine Verstärkung des eigenen Verhaltens in einer bestimmten Situation, kognitive Prozesse oder ein subjektives Gefühl (nach Scherer, K. R. [2000]. Psychological models of emotion).

Bei der Organisation von Events ist es entscheidend Reize zu setzen. Reize, die als wichtig wahrgenommen, mit einer Emotion verknüpft und langfristig gespeichert werden. In diesem Fall bleibt das Event nachhaltig in Erinnerung. Mit den folgenden vier Beispielen wollen wir zeigen, wie das funktionieren kann, ganz gleich ob bei einfachen Meetings, größeren Firmenzusammenkünften oder externen Workshops.

## IMPULS #1: ZEITLIMIT

Ob unter der Bezeichnung Slam, Pitch oder Pecha Kucha, die Formate haben eines gemeinsam: das Spiel mit der Zeit. Zeitlimits sind in der Eventkonzeption in der Zwischenzeit fest verankert. Alles dreht sich um die Idee, langwierige und dadurch für die Teilnehmenden aufmerksamkeitsraubende Vorträge zu durchbrechen. Ein Zeitlimit für die Vortragenden, manchmal auch eine stark begrenzte Anzahl an Präsentationsfolien und heraus kom-



← Campfire-Session beim Event Unicorn oder Transformer in Baden-Württemberg 2019. Foto: Reiner Pfisterer



↑ Clean energy for EU islands Forum 2022, Mai 2022 auf Rhodos. Foto: Siora Keller

men kurzweilige, prägnante und einprägsame Beiträge, die die Kreativität anregen und die Aufmerksamkeit der Zuhörenden halten.

Erfolgreich ausprobiert haben wir dies etwa 2019 mit dem Event „Unicorn oder Transformer in Baden-Württemberg“, das wir im Auftrag des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg durchgeführt haben. Nach einem Vormittag mit Impulsvorträgen und Diskussionsrunden wurden die Teilnehmenden in Campfire-Sessions zu unterschiedli-

chen Förderinstrumenten der Innovationsförderung zugeteilt. Jeder Session-Verantwortliche hat sein Thema in einem fünfminütigen Kurzpuls vorgestellt. Das vermittelte einen ersten Überblick über die unterschiedlichen Sessions, in der Runde selbst wurden dann die Fragestellungen diskutiert und offene Fragen geklärt. Der Ortswechsel von der Bühne in kleinere Diskussionsrunden hat einen zweiten Punkt zur Aufmerksamkeitssteigerung bedient, nämlich das Thema Bewegung – unser nächster Impuls.

**IMPULS #2:  
BEWEGUNG REINBRINGEN**

Ein einfaches Element, um Aufmerksamkeit zu wecken, ist Bewegung. Unser Gehirn lenkt den Fokus automatisch zurück auf die Aktion, wenn durch Bewegung getriggert. Das funktioniert sogar in zwei Richtungen. Zum einen bei den Vortragenden: Bewegen sie sich auf der Bühne, begeben sich ins Publikum oder bringen es dazu, seinen Blickwinkel zu ändern, ist ihnen die Aufmerksamkeit sicher – daher raten wir zu Mut



↑ Barcamp beim Smart Cities Marketplace Forum 2022. Foto: Esben Pejstrup

zur Bewegung während des Vortrags oder einer Rede! Zum anderen gilt Bewegung auch bei den Zuhörenden als Erfolgsrezept: Aufstehen, durch den Raum gehen, die Diskussionsrunde wechseln oder eine Liveabstimmung einbauen und schon verwandelt sich ein passives zum aktiven Publikum.

Beim zweitägigen „Clean energy for EU islands Forum 2022“ im Mai dieses Jahres auf Rhodos haben wir ordentlich Bewegung ins Spiel gebracht. Der erste Tag fand im Konferenzraum, auf einem Boot wie auch auf einer nahegelegenen Insel statt: raus aus dem Raum, rauf aufs Meer und rein ins Inselleben. Das hat nicht nur thematisch gepasst, sondern die Teilnehmenden aktiv eingebunden und bleibende Erinnerungen geschaffen.

### **IMPULS #3: EIGENE GRENZEN ÜBERWINDEN**

Teilnehmende dazu zu bringen, eigene Grenzen zu überwinden und die Perspektive zu wechseln, ist nicht leicht. Wenn es gelingt, dann ist der Lern- und Erinnerungseffekt deutlich. Warum also nicht

die Teilnehmenden zu Vortragenden machen? Mit diesem Rollentausch bekommt eine Konferenz für das Publikum eine eindeutig andere Note. Das gelingt durch den Einsatz verschiedener Formate, wie etwa die Planung eines Barcamps: Ob als Teil einer Konferenz oder als eigenständiges Format, gilt es als eine offene Tagung mit nicht vordefinierten Themen, Sessions und Workshops. Ablauf und Inhalte der „Nicht-Konferenz“ werden von den Teilnehmenden zu Beginn des Events selbst entwickelt und im weiteren Verlauf gestaltet. Ein übergreifendes Thema kann, muss aber nicht gestellt werden. Das Engagement der Teilnehmenden ist ausschlaggebend für den Erfolg der Veranstaltung.

Ein Barcamp war Teil des diesjährigen „Smart Cities Marketplace Forums“ der gleichnamigen Initiative der Europäischen Kommission, für die wir federführend die Kommunikationsmaßnahmen durchführen. Die Teilnehmenden der projektinternen Arbeitsgruppen haben den Rollentausch ausprobiert. Mit einem übergreifenden Thema konnten Interessierte ihre Idee für neue Arbeitsgruppen vor Ort zur Diskussion stellen,

Gleichgesinnte finden und sogar eine Basis für eine neue Arbeitsgruppe in Form eines ersten Ideenpapiers festlegen.

### **IMPULS #4: LIMITIERUNG**

Große Events werden oftmals mit sehr viel Aufwand und Leidenschaft geplant und umgesetzt. Große Messehallen und volle Säle sind beeindruckend, manchmal braucht ein gutes Event aber gerade das Gegenteil: kleine Gruppen, eine intime Atmosphäre und intensive Gespräche, um bleibende Verbindungen herzustellen und Emotionen zu erzeugen. Wir plädieren dafür, bei der Eventplanung genau hinzuschauen und – von Zeit zu Zeit – einfach mal klein zu planen. Das funktioniert sehr gut bei Netzwerkveranstaltungen oder Workshops, die oftmals kleine Gruppen erfordern. Gleichzeitig kann sich das Thema Limitierung auch als relevant für die Zielgruppe darstellen. So kann es von Vorteil sein, für ein Event nur eine bestimmte Zielgruppe anzusprechen wie etwa im Genderkontext Frauen oder Männer oder im technisch spezifischen Kontext





## BEI DER ORGANISATION VON EVENTS IST ES ENTSCHEIDEND REIZE ZU SETZEN. REIZE, DIE ALS WICHTIG WAHRGENOMMEN, MIT EINER EMOTION VERKNÜPFT UND LANGFRISTIG GESPEICHERT WERDEN.

beispielsweise nur Teilnehmende aus dem Energiebereich.

Ein besonders atmosphärisches Beispiel haben wir im Juli am Standort Stuttgart des Steinbeis Europa Zentrums umge-

setzt. Zusammen mit den INNOVATIVE WOMEN haben wir die limitierte Netzwerkveranstaltung „Gendered Innovation“ durchgeführt, die Frauen zusammenbringt und vernetzt. Ausgehend von einem Impulsvortrag sind die Teilneh-

merinnen in den Dialog getreten, haben sich ausgetauscht und sich gegenseitig inspiriert. Das Fazit waren bereichernde Gespräche, neue Kontakte und das Gefühl, gemeinsam einen Schritt weitergekommen zu sein.

### GANZHEITLICHES EVENTMANAGEMENT

Seit über 30 Jahren führt das Steinbeis Europa Zentrum erfolgreich internationale Kongresse für technologische Branchen und zu aktuellen Innovationsthemen durch, inzwischen auch in unterschiedlichen physischen, hybriden und digitalen Formaten. Der Fokus liegt auf einem ganzheitlichen Veranstaltungs-, Informations- und Kommunikationsmanagement. Dazu gehören Moderations-, Medien- und Methodenkompetenzen in unterschiedlichen Fachgebieten.

Das Leistungsangebot des Event-Teams umfasst die gesamte Planung, Konzeption und Durchführung eines Events sowie die dazugehörigen Kommunikationskampagnen. Auftraggeber sind das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg, das Staatsministerium Baden-Württemberg und die Europäische Kommission.

#### SABINE HAESSLER

sabine.haessler@steinbeis.de (Autorin)



Events & Communications Manager  
Steinbeis Europa Zentrum  
Steinbeis 2i GmbH (Stuttgart)

[www.steinbeis.de/su/2017](http://www.steinbeis.de/su/2017)  
[www.steinbeis-europa.de](http://www.steinbeis-europa.de)

#### HANNA SCHÄFER

hanna.schaefer@steinbeis.de (Autorin)



Senior Events &  
Communications Manager  
Steinbeis Europa Zentrum  
Steinbeis 2i GmbH (Stuttgart)

[www.steinbeis.de/su/2017](http://www.steinbeis.de/su/2017)  
[www.steinbeis-europa.de](http://www.steinbeis-europa.de)

#### OLGA MARSCHALEK

olga.marschalek@steinbeis.de



Team Manager  
Events & Communications  
Steinbeis Europa Zentrum  
Steinbeis 2i GmbH (Stuttgart)

[www.steinbeis.de/su/2017](http://www.steinbeis.de/su/2017)  
[www.steinbeis-europa.de](http://www.steinbeis-europa.de)

---

## IMPRESSUM – TRANSFER. DAS STEINBEIS-MAGAZIN

Zeitschrift für den konkreten Wissens- und Technologietransfer  
Ausgabe 3/2022  
ISSN 1864-1768 (Print)

### HERAUSGEBER

Steinbeis GmbH & Co. KG für Technologietransfer  
Adornostr. 8 | 70599 Stuttgart  
Fon: +49 711 1839-5 | E-Mail: [stw@steinbeis.de](mailto:stw@steinbeis.de)  
Internet: [transfermagazin.steinbeis.de](http://transfermagazin.steinbeis.de) | [www.steinbeis.de](http://www.steinbeis.de)

### VERANTWORTLICHE REDAKTEURIN

Anja Reinhardt  
Adornostr. 8 | 70599 Stuttgart  
E-Mail: [anja.reinhardt@steinbeis.de](mailto:anja.reinhardt@steinbeis.de)

### REDAKTION

Anja Reinhardt, Marina Tyurmina, Luisa Dietrich  
E-Mail: [transfermagazin@stw.de](mailto:transfermagazin@stw.de)

Für den Inhalt der einzelnen Artikel sind die jeweils benannten Autoren und Interviewpartner verantwortlich. Die Inhalte der Artikel spiegeln nicht zwangsläufig die Meinung der Redaktion wider. Aufgrund der besseren Lesbarkeit werden in den Beiträgen in der Regel nur männliche Formen genannt, gemeint sind jedoch stets Personen jeglichen Geschlechts. Die Redaktion kann für die als Internetadressen genannten, fremden Internetseiten keine Gewähr hinsichtlich deren inhaltlicher Korrektheit, Vollständigkeit und Verfügbarkeit leisten. Die Redaktion hat keinen Einfluss auf die aktuelle und zukünftige Gestaltung und auf Inhalte der verlinkten Seiten. Beiträge beziehen sich auf den Stand der genannten Internetseite, der zum Zeitpunkt der Veröffentlichung dieser Ausgabe des Transfer-Magazins gilt.

### ABBESTELLUNG

Möchten Sie das Steinbeis Transfer-Magazin in Zukunft nicht mehr erhalten, können Sie es jederzeit abbestellen. Bitte informieren Sie uns dazu per E-Mail an [media@steinbeis.de](mailto:media@steinbeis.de) oder telefonisch unter +49 711 1839-5. Ihre Abmeldung wird spätestens mit der übernächsten auf Ihre Abbestellung hin erscheinenden Ausgabe aktiv.

### GESTALTUNG UND SATZ

Julia Schumacher

### DRUCK

Berchtold Print-Medien GmbH, Singen

### FOTOS UND ABBILDUNGEN

Fotos stellen, wenn nicht anders angegeben, die im Text genannten Steinbeis-Unternehmen und Projektpartner zur Verfügung.  
Titelbild: © undraw.co

Steinbeis ist mit seiner Plattform ein verlässlicher Partner für Unternehmensgründungen und Projekte. Wir unterstützen Menschen und Organisationen aus dem akademischen und wirtschaftlichen Umfeld, die ihr Know-how durch konkrete Projekte in Forschung, Entwicklung, Beratung und Qualifizierung unternehmerisch und praxisnah zur Anwendung bringen wollen. Über unsere Plattform wurden bereits über 2.000 Unternehmen gegründet. Entstanden ist ein Verbund aus mehr als 5.500 Experten in rund 1.100 Unternehmen, die jährlich mit mehr als 10.000 Kunden Projekte durchführen. So werden Unternehmen und Mitarbeiter professionell in der Kompetenzbildung und damit für den Erfolg im Wettbewerb unterstützt.

**217079-2022-03**