

Auswahl geeigneter Veranstaltungsformate.

Köhler, Wolf

1. Einleitung.
2. Kriterien zur Formatauswahl.
3. Formatkatalog.
4. Weiteres Vorgehen.

Formatänderungen muss der Münchner Kreis vor dem Hintergrund seines Anspruches bewerten.

- Entwickeln von Themen mit ganzheitlichem Anspruch durch die Verknüpfung von Aspekten aus Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Medien.
- Etablieren einer Plattform frei von Partikularinteressen mit wissenschaftlichem Anspruch.
- Berücksichtigen und Gestalten von Themen auf internationaler Ebene.
- Begleiten des Wandels zur vernetzten Informations- und Wissensgesellschaft durch vorausschauende Analyse und Expertenwissen.

Überblick über Zielgruppen und Veranstaltungsformate.

Formate

- Fachkonferenz.
- Kongress.
- „Berliner Gespräch“.
- Workshops mit geladenen Gästen.
- Pressegespräche.
- Format im Format.
 - Interaktive Elemente.
 - Dinnerspeach.
- Abendessen mit Vorstandssitzung.
- Ringvorlesungen.
- Jährliches Event.
- Internetforen.
- Studien.
- Memoranden.

Zielgruppen

- Führungskräfte, Topmanagement.
 - Industrie,
 - Dienstleister,
 - Berater.
- Experten (Unternehmen, Ministerien).
- Wissenschaftler.
- Startups.
- Mitglieder.
- Verbandsvertreter.
- Politiker.
- Medienvertreter.

Beschluss zum Thema Formate auf dem Strategieworkshop des Forschungsausschusses (09-2010).

1

- Vergrößerung der Vielfalt der Formate.
- Stärken interaktiver Elemente, Abwechslung vom Podium.

2

- Öffnung nach Innen - Stärkere Nutzung des Potentials der Mitglieder des MK
(Vorstandsmitglieder, FA, Mitglieder).

3

- Auswahl des Formates auf der Basis eines Kriterienkataloges.

4

- Ansprache neuer Zielgruppen
(Junge Führungskräfte, Startups, Spitzenstudenten, Doktoranden).

5

- Berücksichtigung des Zeitaspekts – Themen schneller aufgreifen.

1. Einleitung.
2. Kriterien zur Formatauswahl.
3. Formatkatalog.
4. Weiteres Vorgehen.

Die Arbeitsgruppe empfiehlt, die Themenfindung mit der Wahl des geeigneten Formats zu verknüpfen.

Themen-
vorschläge

Forum

Kriterienkatalog

Maßnahmen



- Strategietagung.
- Halbjährliches Review.
- Sitzung Forschungsausschuss.

- Zielgruppe.
- Reifegrad Thema.
- Öffentlichkeitswirksamkeit.
- Ressourcenaufwand.
- Schnelligkeit.

Fachkonferenz

Kongress

Workshop

Ringvorlesung

Studie

.....

Vorschlag für die Kriterien zur Bewertung von Veranstaltungsideen.

1. Reifegrad

- Warum ist das Thema für den MK relevant / wichtig?
- Hat sich der MK bereits mit dem Thema beschäftigt?
- Welche Aspekte sind aktuell diskussionswürdig?
- Wie ist der Stand der Diskussion in Politik, Wissenschaft, Verbänden, (Mitglieds-) Unternehmen

2. Schnelligkeit

- Stehen politische Entscheidungen / Initiativen an?
- In welchem Stadium befinden sich Techniken / Anwendungen (z.B. Gardnercycle)?
- Welche Veranstaltungen haben bereits zum Thema stattgefunden bzw. sind in Planung?

Problembeschreibung
des Themas

3. Zielgruppe

- Wen interessiert das Thema?
 - Expertenkreis vs. breites Fachpublikum
 - politisch / gesellschaftlich
 - wissenschaftlich
 - wirtschaftlich / unternehmensseitig
- Wer ist vom Thema betroffen?
 - ➔ Rückschluss auf Öffentlichkeitswirksamkeit

1. Einleitung.
2. Kriterien zur Formatauswahl.
3. Formatkatalog.
4. Weiteres Vorgehen.

Angabe der Kriterien hilft führt zur Ausgabe des richtigen Formats.

Format-O-Mat Mögliche Umsetzung: Excel

1. Reifegrad

- Frage 1
- Frage 2
- Frage 3

2. Schnelligkeit

- Frage 1
- Frage 2
- Frage 3

3. Zielgruppe

- Frage 1
- Frage 2
- Frage 3

Beantworten der Kriterien hilft, das richtige Veranstaltungsformat zu finden!

Entsprechende Steckbriefe der einzelnen neuen Formate finden Sie anbei, diese werden in einen Veranstaltungskatalog übernommen, der den MK-Mitgliedern zur Verfügung gestellt wird.

MK-Workshop 1/2

- Erfahrungsaustausch zwischen Unternehmen/ Institutionen
- Erarbeiten eines konkreten Ergebnisses mit Moderation



Veranstaltungshäufigkeit	Einmalig <input checked="" type="checkbox"/>	Reihe <input type="checkbox"/>		
MK-Historie	Nein <input checked="" type="checkbox"/>	Ja <input type="checkbox"/>	<hr/>	
Zielgruppe	Wissenschaft <input checked="" type="checkbox"/>	Politik <input checked="" type="checkbox"/>	Industrie <input checked="" type="checkbox"/>	
Teilnehmer	intern <input checked="" type="checkbox"/>	extern <input type="checkbox"/>		
Teilnehmerzahl	Bis 10 <input type="checkbox"/>	10-50 <input checked="" type="checkbox"/>	50-100 <input type="checkbox"/>	100-250 <input type="checkbox"/>
Veranstaltungsort	extern (Hotel) <input type="checkbox"/>	intern (MK-Partner) <input checked="" type="checkbox"/>		
Kosten p.P.	0 Euro			
Kosten Redner	0 Euro			
Teilnahmegebühr p.P.	0 Euro			

MK-Workshop 2/2

- Erfahrungsaustausch zwischen Unternehmen/ Institutionen
- Erarbeiten eines konkreten Ergebnisses mit Moderation



Öffentlichkeitswirkung	ja <input type="checkbox"/>	nein <input checked="" type="checkbox"/>			
Art der Öffentlichkeitsarbeit	PK <input type="checkbox"/>	PM <input type="checkbox"/>	Broschüre <input type="checkbox"/>		
Interaktivität (1 wenig interaktiv, 5 sehr interaktiv)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input type="checkbox"/>	4 <input type="checkbox"/>	5 <input checked="" type="checkbox"/>
Moderator	ja <input checked="" type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>			
Redner	0 <input type="checkbox"/>	1-2 <input checked="" type="checkbox"/>	3-5 <input type="checkbox"/>	5-10 <input type="checkbox"/>	
Abendveranstaltung / Networking	ja <input type="checkbox"/>	nein <input checked="" type="checkbox"/>			
Dauer	0,5 Tag <input checked="" type="checkbox"/>	1 Tag <input type="checkbox"/>	1,5 Tage <input type="checkbox"/>	2 Tage <input type="checkbox"/>	

MK-Kongress 1/2

- Präsentationen durch Vortragende
- Podiumsdiskussionen
- Networking



Veranstaltungshäufigkeit

Einmalig

Reihe

MK-Historie

Nein

Ja

Zielgruppe

Wissenschaft

Politik

Industrie

Teilnehmer

intern

extern

Teilnehmerzahl

Bis 10

10-50

50-100

100-250

Veranstaltungsort

extern
(Hotel)

intern
(MK-Partner)

Kosten p.P.

80 Euro

Kosten Redner

-- Euro

Teilnahmegebühr p.P.

250 Euro

MK-Kongress 2/2

- Präsentationen durch Vortragende
- Podiumsdiskussionen
- Networking



Öffentlichkeitswirkung

ja nein

Art der Öffentlichkeitsarbeit

PK PM Broschüre

Interaktivität (1 wenig interaktiv, 5 sehr interaktiv)

1 2 3 4 5

Moderator

ja nein

Redner (pro Veranstaltung)

0 1-2 3-5 5-10

Abendveranstaltung / Networking

ja nein

Dauer

0,5 Tag 1 Tag 1,5 Tage 2 Tage

MK-Fachkonferenz 1/2

- Konkretes Thema, zu dem gesprochen wird
- mehrere Redner inkl. Keynote und anschließend Workshops



Veranstaltungshäufigkeit	Einmalig <input checked="" type="checkbox"/>	Reihe <input type="checkbox"/>		
MK-Historie	Nein <input type="checkbox"/>	Ja <input checked="" type="checkbox"/>	<u>NAME</u>	
Zielgruppe	Wissenschaft <input checked="" type="checkbox"/>	Politik <input checked="" type="checkbox"/>	Industrie <input checked="" type="checkbox"/>	
Teilnehmer	intern <input checked="" type="checkbox"/>	extern <input checked="" type="checkbox"/>		
Teilnehmerzahl	Bis 10 <input type="checkbox"/>	10-50 <input type="checkbox"/>	50-100 <input type="checkbox"/>	100-250 <input checked="" type="checkbox"/>
Veranstaltungsort	extern (Hotel) <input checked="" type="checkbox"/>	intern (MK-Partner) <input type="checkbox"/>		
Kosten p.P.	80 Euro			
Kosten Redner	-- Euro			
Teilnahmegebühr p.P.	200 Euro			

MK-Fachkonferenz 2/2

- Konkretes Thema, zu dem gesprochen wird
- mehrere Redner inkl. Keynote und anschließend Workshops



Öffentlichkeitswirkung	ja <input checked="" type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>			
Art der Öffentlichkeitsarbeit	PK <input checked="" type="checkbox"/>	PM <input checked="" type="checkbox"/>	Broschüre <input checked="" type="checkbox"/>		
Interaktivität (1 wenig interaktiv, 5 sehr interaktiv)	1 <input type="checkbox"/>	2 <input type="checkbox"/>	3 <input checked="" type="checkbox"/>	4 <input checked="" type="checkbox"/>	5 <input type="checkbox"/>
Moderator	ja <input checked="" type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>			
Redner	0 <input type="checkbox"/>	1-2 <input type="checkbox"/>	3-5 <input type="checkbox"/>	5-10 <input checked="" type="checkbox"/>	
Abendveranstaltung/Networking	ja <input checked="" type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>			
Dauer	0,5 Tag <input type="checkbox"/>	1 Tag <input type="checkbox"/>	1,5 Tage <input checked="" type="checkbox"/>	2 Tage <input checked="" type="checkbox"/>	

MK-Ringvorlesung 1/2

- Präsentationen von MK-Mitgliedsunternehmen
- Podiumsdiskussionen
- Networking



Veranstaltungshäufigkeit

Einmalig

Reihe

MK-Historie

Nein

Ja

Zielgruppe

Wissenschaft

Politik

Industrie

Teilnehmer

intern

extern

Teilnehmerzahl

Bis 10

10-50

50-100

100-250

Veranstaltungsort

extern
(Hotel)

intern
(MK-Partner)

Kosten p.P.

0 Euro

Kosten Redner

0 Euro

Teilnahmegebühr p.P.

150 Euro

MK-Ringvorlesung 2/2

- Präsentationen von MK-Mitgliedsunternehmen
- Podiumsdiskussionen
- Networking



Öffentlichkeitswirkung

ja

nein

Art der Öffentlichkeitsarbeit

PK

PM

Broschüre

Interaktivität (1 wenig interaktiv, 5 sehr interaktiv)

1

2

3

4

5

Moderator

ja

nein

Redner (pro Veranstaltung)

0

1-2

3-5

5-10

Abendveranstaltung / Networking

ja

nein

Dauer

0,5 Tag

1 Tag

1,5 Tage

2 Tage

MK-Kaminabend 1/2

- Interviews mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft
- Podiumsdiskussion
- persönliche Atmosphäre



Veranstaltungshäufigkeit

Einmalig

Reihe

MK-Historie

Nein

Ja

Zielgruppe

Wissenschaft

Politik

Industrie

Teilnehmer

intern

extern

Teilnehmerzahl

Bis 10

10-50

50-100

100-250

Veranstaltungsort

extern
(Hotel)

intern
(MK-Partner)

Kosten p.P.

80 Euro

Kosten Redner

0 Euro

Teilnahmegebühr p.P.

100 Euro

MK-Kaminabend 2/2

- Interviews mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft
- Podiumsdiskussion
- persönliche Atmosphäre



Öffentlichkeitswirkung	ja	<input checked="" type="checkbox"/>	nein	<input type="checkbox"/>						
Art der Öffentlichkeitsarbeit	PK	<input type="checkbox"/>	PM	<input checked="" type="checkbox"/>	Broschüre	<input type="checkbox"/>				
Interaktivität (1 wenig interaktiv, 5 sehr interaktiv)	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input checked="" type="checkbox"/>	4	<input type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
Moderator	ja	<input type="checkbox"/>	nein	<input checked="" type="checkbox"/>						
Redner (pro Veranstaltung)	0	<input type="checkbox"/>	1-2	<input checked="" type="checkbox"/>	3-5	<input type="checkbox"/>	5-10	<input type="checkbox"/>		
Abendveranstaltung / Networking	ja	<input type="checkbox"/>	nein	<input checked="" type="checkbox"/>						
Dauer	0,5 Tag	<input checked="" type="checkbox"/>	1 Tag	<input type="checkbox"/>	1,5 Tage	<input type="checkbox"/>	2 Tage	<input type="checkbox"/>		

MK-Vorstandsabend 1/2

- Interviews mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft – nur Unternehmen des MK werden angesprochen
- Persönliche Atmosphäre



Veranstaltungshäufigkeit	Einmalig <input checked="" type="checkbox"/>	Reihe <input type="checkbox"/>		
MK-Historie	Nein <input checked="" type="checkbox"/>	Ja <input type="checkbox"/>	_____	
Zielgruppe	Wissenschaft <input checked="" type="checkbox"/>	Politik <input checked="" type="checkbox"/>	Industrie <input checked="" type="checkbox"/>	
Teilnehmer	intern <input checked="" type="checkbox"/>	extern <input type="checkbox"/>		
Teilnehmerzahl	Bis 10 <input checked="" type="checkbox"/>	10-50 <input checked="" type="checkbox"/>	50-100 <input type="checkbox"/>	100-250 <input type="checkbox"/>
Veranstaltungsort	extern (Hotel) <input checked="" type="checkbox"/>	intern (MK-Partner) <input type="checkbox"/>		
Kosten p.P.	80 Euro			
Kosten Redner	0 Euro			
Teilnahmegebühr p.P.	0 Euro			

MK-Vorstandsabend 2/2

- Interviews mit Vertretern aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft – nur Unternehmen des MK werden angesprochen
- Persönliche Atmosphäre



Öffentlichkeitswirkung	ja	<input type="checkbox"/>	nein	<input checked="" type="checkbox"/>						
Art der Öffentlichkeitsarbeit	PK	<input type="checkbox"/>	PM	<input type="checkbox"/>	Broschüre	<input type="checkbox"/>				
Interaktivität (1 wenig interaktiv, 5 sehr interaktiv)	1	<input type="checkbox"/>	2	<input type="checkbox"/>	3	<input type="checkbox"/>	4	<input checked="" type="checkbox"/>	5	<input type="checkbox"/>
Moderator	ja	<input type="checkbox"/>	nein	<input checked="" type="checkbox"/>						
Redner	0	<input type="checkbox"/>	1-2	<input checked="" type="checkbox"/>	3-5	<input type="checkbox"/>	5-10	<input type="checkbox"/>		
Abendveranstaltung/Networking	ja	<input type="checkbox"/>	nein	<input checked="" type="checkbox"/>						
Dauer	0,5 Tag	<input checked="" type="checkbox"/>	1 Tag	<input type="checkbox"/>	1,5 Tage	<input type="checkbox"/>	2 Tage	<input type="checkbox"/>		

1. Einleitung.
2. Kriterien zur Formatauswahl.
3. Formatkatalog.
4. Weiteres Vorgehen.

Vorgehen zur weiteren Ausgestaltung.

1. Ausarbeiten eines Kriterienkatalogs und von Spielregeln.
2. Zustimmung und Kommunikation.
3. Anwenden auf die Themen 2011.
4. Einsetzen einer AG, die alle Programmausschüsse bei Anwendung der Kriterien berät.
5. Review im FA 06/2011.

Anregung aus der letzten Sitzung des FA eine Mitgliederbefragung durchzuführen

- **Pattern für das Vorbereiten von Kongressen, 2004**



Pattern für das Vorbereiten von Kongressen

**Kongresse des
Münchener Kreises
effizient planen**

© Münchner Kreis, v2004



- **Was sind MK Pattern?**
- **Welchen Nutzen haben MK Pattern?**
- **Wie hängen MK Pattern zusammen?**
- **10 MK Pattern im Detail**
- **Pattern nutzen**



Was ist ein MK Pattern?

- **Basiert auf bewährten Praktiken für MK Kongressplanung**
- **Abgeleitet aus Erfahrung vieler MK Kongresse**
- **Leitfaden für Programmleiter, einfache Struktur**
- **Immer gleicher Aufbau**
 - **Kontext:** **Was ist der Hintergrund der Fragestellung?**
 - **Problem:** **Wie lautet die konkrete Herausforderung?**
 - **Faktoren:** **Welche Faktoren beeinflussen die Lösung?**
 - **Lösung:** **Welche Lösungsideen bieten sich an?**
- **Kategorien**
 - **9 Basis-MK Pattern**
 - **1 Meta-MK Pattern (Pattern zum Anwenden der MK Pattern)**
- **Inhaltliche und zeitliche Abhängigkeit**
- **Lebende Pattern: regelmäßig überarbeiten und pflegen**



Welchen Nutzen haben MK Patterns?

- **Vorteil für MK**

- Ähnliche Fragen für Neue einheitlich beantworten
- Ablauf einer Kongressplanung verbessern
- Transparenz schaffen: FA, PA, Vorstand, Büro, ...

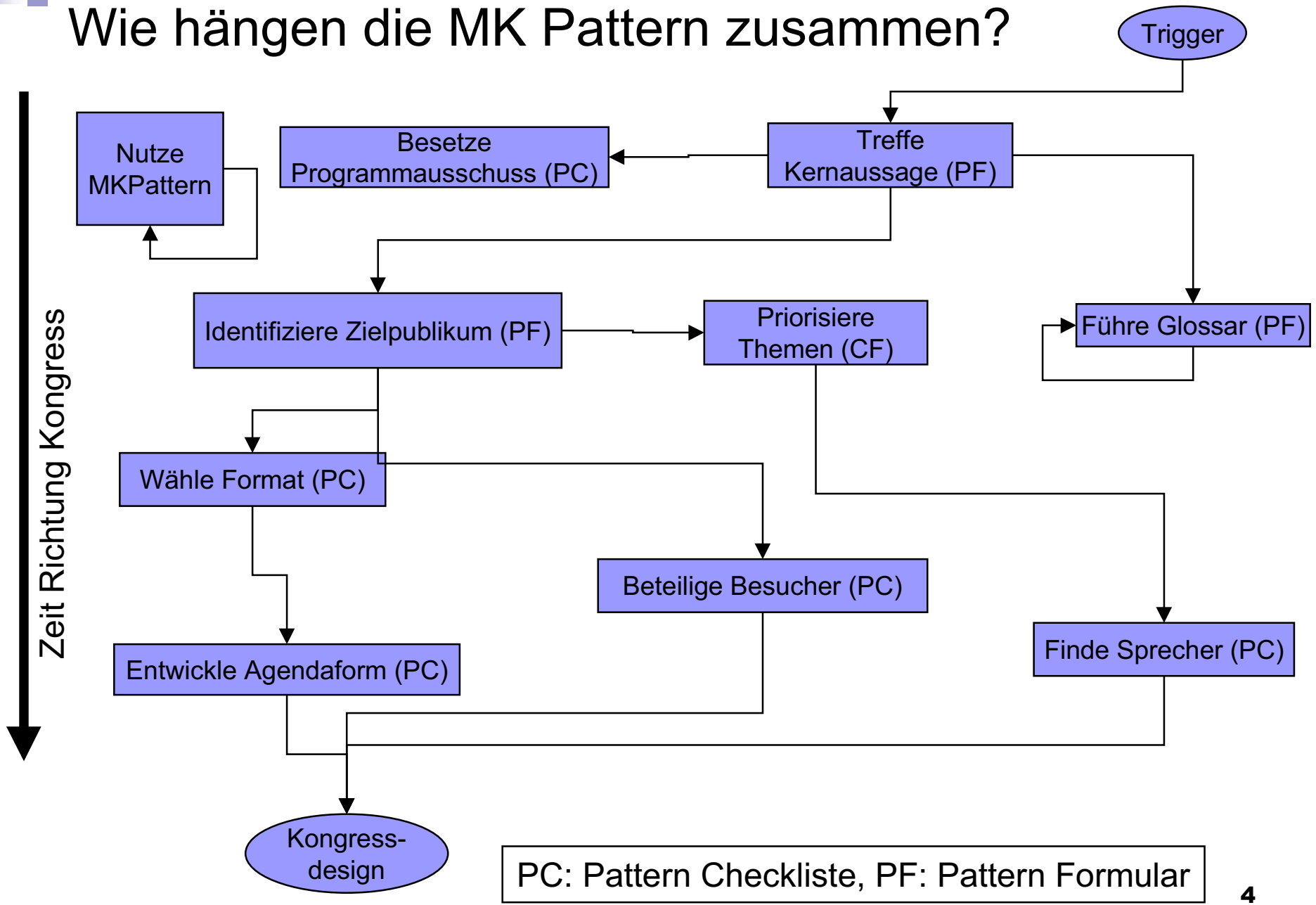
- **Vorteile für PA**

- Schneller Einstieg in Arbeitsweise eines PA
- Vorgehensweisen verschiedener PAs angleichen
- Vollständigkeit von Anfang an

- **Wer nutzt MK Patterns?**

- Mitglieder des FA (insbesondere neue)
- Neue, bzw. einmalige Teilnehmer eines PA
- PA-Koordinatoren, PA-Kümmerer und PA-Teilnehmer

Wie hängen die MK Pattern zusammen?





Pattern *Treffe*Kernaussage

- **Kontext**
 - Voraussetzung: Trigger, Idee für eine Kongressthema
 - MK ist im Wettbewerb zu anderen Veranstaltungen und sollte sich ergänzende Aspekte und Schwerpunkte abgrenzen
 - Innovative Elemente verstärken den Eindruck eines Alleinstellungsmerkmals
 - Themen ändern sich im Laufe der Zeit in ihrer Priorität
- **Problem**
 - Ungenau, z.T. verschiedenes Verständnis über die Kongressaussagen
 - Kein Einverständnis über die Schlüsselaussagen des Kongresses
- **Faktoren**
 - Thema scheint allen Beteiligten vermeintlich klar, sind durch allgemeine Begriffe belegt, werden erst spät hinterfragt
 - Kernaussagen wechseln während der Kongress-Vorbereitung
 - Planungszeitraum für MK Kongress liegt bei einem Jahr. Themen, öffentliches Interesse ändern sich über diese Zeit z.T. deutlich
- **Lösung**
 - FA identifiziert max. 3 zentrale, konkrete Kongress-Kernaussagen (→ Formular)
 - FA klärt, ob und welche Themen in etwa einem Jahr Relevanz haben (Themenliste, Zeitleiste)
 - PA definiert, worin das Alleinstellungsmerkmal eines bestimmten MK Kongresses besteht



Pattern *FühreGlossar*

■ Kontext

- Voraussetzung: *TreffeKernaussage*
- Fachbegriffe werden in der Öffentlichkeit unspezifisch eingeführt und erhalten erst im Laufe der Zeit eine genaue Definition
- PA Teilnehmer verwenden Definitionen auf dem Hintergrund ihres persönlichen Wissens

■ Problem

- Sind zentrale Begriffe des Fachgebiets eines Kongresses nicht eindeutig fest gelegt, kommt es zu Unstimmigkeiten

■ Faktoren

- Kongress-relevante Begriffe haben in verschiedenen Domänen z.T. sehr unterschiedliche Definitionen
- Medien verwenden Begriffe oft ohne klare Definition und bilden dadurch ein vermeintlich klares Bild eines Begriffes, was sich aber später als nicht ausreichend heraus stellt
- Unterschiedlicher Gebrauch von Begriffen führen im PA zu Missverständnissen in der Benutzung von Begriffen

■ Lösung

- PA beginnt bei Arbeitsbeginn ein Kongress-spezifisches Glossar
- PA ergänzt Glossar um *alle* Begriffe, die auf einem unterschiedlichen Hintergrund ggf. nicht eindeutig verstanden oder mehrdeutig sein könnten
- PA ergänzt Glossar um neue Begriffe, deren genaue Definition für diesen speziellen Kongress fest gelegt werden



Pattern *Besetze* Programm Ausschuss

- **Kontext**
 - Voraussetzung: *Treffe* Kernaussage
 - Kernaussage bestimmt Agenda und Ablauf eines Kongresses
 - Gute Besetzung des PA setzt eine klare Kernaussage voraus
- **Problem**
 - Besetzung des PA spiegelt manchmal nicht die nötigen Kompetenzen wider
 - PA wird ggf. nicht entsprechend dem Zielpublikum besetzt
 - Planung verzögert sich, weil Klarheit und Kompetenz fehlt
 - Qualität der Planung sinkt
- **Faktoren**
 - Wird PA nur mit Personen aus dem FA besetzt, besteht Gefahr, dass das Kongressthema nur unter bestimmten Blickwinkeln behandelt wird
 - Wichtige weitere Aspekte werden ggf. nicht erkannt
- **Lösung**
 - PA-Koordinator besetzt PA nach den Notwendigkeiten der Kongress-Kernaussagen
 - PA-Koordinator pflegt „Expertenliste“ und beginnt PA-Arbeit erst, wenn die wichtigsten Experten für den PA akquiriert wurden
 - Jeder PA-Teilnehmer stellt seine Schlüssel motivation und sein Verständnis des Themas zu Arbeitsbeginn thesenartig dar (→ Formular)
 - PA Koordinator gleicht die Kongress-Kernaussagen mit den Schlüssel motivationen ab und thematisiert ggf. Widersprüche



Pattern *Identifiziere Zielpublikum*

- **Kontext**
 - Voraussetzung: *FühreGlossar*
 - Zielpublikum bedingt Ablauf und Inhalt eines Kongresses
- **Problem**
 - Kongressthema ist komplex und wird oft von konkurrierenden Veranstaltungen adressiert
 - Wird das falsche Zielpublikum angesprochen, können Erwartungen nicht bedient werden
 - Falsche Annahmen des PA bedienen falsche Erwartungen beim Publikum
- **Faktoren**
 - Fachpublikum belegt Fachworte ggf. mit anderen Definitionen
 - Wechselnde Marktbedingungen verschieben öffentliche Aufmerksamkeit; das potentielle Publikum priorisiert ebenfalls seine Interessen
 - Agenda kann mögliche Besucher abschrecken oder animieren
- **Lösung**
 - PA definiert Profil des gewünschten Kongressbesuchers (→ Checkliste)
 - PA legt fest, welche Management-Ebene angesprochen werden soll
 - PA macht Annahmen über die offene und versteckte Motivation, die Kongressbesucher zur Teilnahme veranlassen werden (→ Formular)



Pattern *Priorisiere Themen*

- **Kontext**
 - **Voraussetzung: *Identifiziere Zielpublikum***
- **Problem**
 - **Komplexität eines Themas ist oft hoch**
 - **Unklarheit bzgl. des geeigneten Mix zwischen Detail und Großem Bild**
- **Faktoren**
 - **Kurzfristige Mode-Themen unterwandern ggf. die Kernaussagen**
 - **Marktveränderungen bestimmen das Interesse heute und in einem Jahr**
- **Lösung**
 - **PA sammelt alle potentiellen Themen, die adressiert werden sollen**
 - **PA sortiert und hierarchisiert zwischen allgemeinen und Detailthemen**
 - **PA führt ein Kongress-Glossar mit allen Fachtermini, die ggf. von Nicht-Experten mehrdeutig verstanden werden könnten**
 - **PA identifiziert gemeinsame Kategorien und Dimensionen**
 - **PA priorisiert Themen nach Wichtigkeit, um die Kernaussagen des Kongresses zu stützen**



Pattern *WähleFormat*

■ Kontext

- Voraussetzung: *Identifiziere Zielpublikum*
- Bestimmte Themen haben einen erheblichen Umfang
- Abgrenzen eines Themas fällt schwer

■ Problem

- Ort, Zeit und Umfang (=Gesamtformat) eines Kongresses bestimmen gesamten Ablauf – weniger oder kürzer ist oft mehr – Schwerpunkte setzen – nicht immer auf Vollständigkeit beharren
- Fehlendes Gesamtformat beschränkt oder erweitert die Möglichkeiten eines Kongresses

■ Faktoren

- Zu bestimmten Zeiten stehen nur begrenzt Lokalitäten zur Verfügung
- Wahl insb. von Ort und Agenda können die Kernaussage eines Kongresses schwächen oder stärken

■ Lösung

- PA sucht Tagungsorte, die ggf. emotionale Bedeutung für das angepeilte Zielpublikum haben und ggf. Kernaussagen gut transportieren
- PA priorisiert Tagungsorte passend nach Gesamtkonzept des Kongresses passt und Budgetrahmen
- Kongress sollte einen Tagungstag nicht übersteigen, richtet sich aber auch danach, in welcher Tiefe das Thema erörtert werden soll
- PA recherchiert mögliche Konkurrenzveranstaltungen für das anvisierte Datum und entwickelt eine Abgrenzungs- oder Umarmungsstrategie



Pattern *FindeSprecher*

■ Kontext

- Voraussetzung: *PriorisiereThemen*
- Kernaussagen des Kongresses müssen mit entsprechenden Sprechern inhaltlich besetzt werden
- Detaillierte Kongressplanung wird nötig

■ Problem

- Je größer die Anzahl potentieller Themen, desto größer die potentielle Auswahl an Sprechern
- Sprecher, die keine gegensätzlichen Aussagen vertreten, machen den Kongress weniger interessant
- Sprecher, die gute Inhalte bringen, sind nicht zwingend immer gute Redner

■ Faktoren

- Schlechte Präsentatoren (obwohl hervorragende Fachleute) sind anstrengend oder ermüdend für das Publikum
- Bekannte Namen machen noch keinen guten Vortrag

■ Lösung

- PA sucht Sprecher, die eine ausgewogene Qualität bieten zwischen inhaltlicher Aussage und Präsentationsfähigkeiten
- PA erstellt ein Briefing für den Sprecher (→ Formular), in dem die Erwartungshaltung des MK an den Beitrag erläutert wird
- PA balanciert Kombination von Sprechern, die ein gutes Verhältnis zwischen inhaltlichem Anspruch und Präsentationsfähigkeiten erwarten lassen



Pattern *EntwickleAgendaform*

■ Kontext

- Voraussetzung: *WähleFormat*
- Kongress-Agenda hat „Panelstruktur“ und legt die generellen Diskussionsthemen fest

■ Problembeschreibung

- Komplexe Themen verführen dazu, eine „Standard-Agenda“ zu erstellen
- Agenden orientieren sich oft an einem bekannten Rahmen (Applikationen, Geschäftsfelder, Technologien, Sicherheit, etc.) und bedienen lediglich die Erwartungen des Zielpublikums
- Neue Sichtweisen auf ein Thema werden dadurch vermieden

■ Faktoren

- Eine nach Thema spezifische Agendastruktur ist innovativ und begeistert das Zielpublikum
- Prinzipielle Diskussionen im MK sind oft von Technologiebegriffen getrieben und vermeiden manchmal wirtschaftliche, gesellschaftliche und psychologische Dimensionen
- PA hat bereits bei seiner Einsetzung eine stark Technologie-zentrische Sicht auf ein Thema

■ Lösung

- PA identifiziert die zu Grunde liegenden Basisfragen auf Grundlage der Kernaussagen des Kongresses (→ Formular)
- PA entwickelt mehrere Alternativen für eine generelle Agendaform (→ Checkliste)



Pattern *BeteiligteBesucher*

■ Kontext

- Voraussetzung: *Identifiziere Zielpublikum*
- MK Kongresse adressieren oft komplexe Themen, die für die meisten Teilnehmer keine persönliche Involvierung nach sich ziehen

■ Problem

- Interaktion und geäußertes Interesse des Publikums ist gering
- Kongresstag verläuft lustlos, es entstehen keine brisanten Thesen
- Publikum empfängt viele, komplexe Informationen in einer passiven Situation und ermüdet über den langen Kongressverlauf

■ Faktoren

- Publikum ist oft nicht auf einer persönlichen Ebene in den Kongresstag- und -ablauf involviert und persönlich betroffen
- Langweilige Präsentationen ermüden das Publikum und mindern die Bereitschaft eigener, aktiver Beteiligung
- Publikum erwartet einen Kongress mit noch nicht gehörten Thesen und Inhalten - ergänzend zu Konkurrenzveranstaltungen
- MK definiert sich als Vereinigung, die über den Tellerrand hinaus blickt

■ Lösung

- PA sucht eine spezifische Form, wie das Publikum – über die Beteiligung in den offenen Diskussionen hinaus – in den Kongressverlauf persönlich eingebunden werden kann
- PA klärt, wo und wie die „formale“ Agenda durch interaktive Elemente ergänzt werden kann (Pausen, Diskussionen, besondere Präsentationsformen, besonderer Veranstaltungsort, kultureller Aspekt)
- PA forciert das Einbinden stark emotional aufgeladener Elemente (Filme, 13 Musik, Bilder, ...)



Meta-Pattern *NutzeMKPattern*

■ Kontext

- Voraussetzung: keine
- MK Pattern sind nicht offensichtlich und ihr Zusammenhang nicht intuitiv klar
- Implizite best-practises der MK PA-Arbeit sind noch nicht dokumentiert
- Neue Mitglieder benötigen lange Lernkurven, um bekannten, aber undokumentierten Prozesse zu erlernen und sich in diese einzufinden

■ Problem

- MK Pattern werden für die PA-Arbeit nicht genutzt
- Nutzen der MK Pattern erschließt sich nicht automatisch

■ Faktoren

- Neue Methoden scheinen zu Beginn keine sinnvolle Verbesserung einer Situation zu ergeben
- PAs pflegen unterschiedliche Arbeitsstile
- Dokumentation der PA-Zwischenergebnisse ist unterschiedlich

■ Lösung

- FA diskutiert Einsatz der MK Pattern über 1 Jahr und erläutert quartalsweise Verbesserungen und Anmerkungen
- PA-Koordinator erhält vom MK-Büro zu Beginn der Arbeit eine Version der aktuellen MK Pattern
- PA bestimmt einen Pattern-“Kümmerer“ (achtet darauf, dass sie in Reihenfolge, Inhalt und Prozess angewendet werden)
- MK Pattern werden zentraler Leitfaden offizieller PA-Dokumentation MK Patterns stehen in jeder PA Sitzung in Präsentationsform zur Verfügung



Abkürzungsverzeichnis für MK Pattern

- **FA: Forschungsausschuss des MK**
- **PA: vom FA nominiertes Programmausschuss, um einen Kongress inhaltlich und organisatorisch zu planen**
- **PA Koordinator: Initiator und - meist auch - Organisator eines PA**
- **Pattern-Kümmerner: Person in einem PA, die sich um das Einhalten und Weiterentwickeln von MK Pattern kümmert**
- **Pattern Checkliste (PC): Liste von Hilfsfragen, um eine inhaltliche oder organisatorische Frage der PA-Arbeit zu beantworten**
- **Pattern Formular (PF): Formular, das hilft, Ergebnisse eines MK Pattern einheitlich zu dokumentieren**
- **Kümmerner: Person, die eine Teilaufgabe innerhalb eines PA übernimmt und sich dafür verantwortlich fühlt**
- **Meta-Pattern: Pattern über das Nutzen von MK Pattern**
- **Münchener Kreis (MK): Münchener Kreis e.V.**
- **MK Büro: offizielles Büro des MK, office@muenchner-kreis.de**



joerg.eberspaecher@tum.de
stefan.doeblin@network-economy.com
stefan.holtel@v-pe.de