

Digitalisierung von Gesundheitskongressen

Stijn Ossevoort und Christine Larbig

Dank der Digitalisierung haben Unternehmen heute die Chance Erlebnisse anders zu gestalten. Dabei geht es nicht nur um die leichtere und schnelle Vermittlung von medialen Themen und Inhalten, sondern es ermöglicht Anbietern völlig neue Geschäftsmodelle und innovative Wege der Kundenbindung zu erschliessen. Die Digitalisierung von Prozessen und Kommunikationsinhalten ist auch im Gesundheitswesen ein aktuelles Thema. Diesen digitalen Wandel bekommt auch das Unternehmen MediCongress GmbH, welches in der Gesundheitsbranche als Anbieterin für Kongresse und Foren tätig ist, zu spüren und wendete sich aus diesem Grunde an das Zukunftslabor CreaLab.

In der Vergangenheit hat das Unternehmen, die MediCongress GmbH in Zürich, zahlreiche Events durchgeführt. Der Slogan der Eventagentur, «Kongresse die wirken», verrät, dass das Unternehmen grossen Wert auf die Wahrnehmung des Kongresserlebnisses legt. Die Vision der Geschäftsführung ist es nun, neue Eventformate zu etablieren. Ziel ist es, Kongresse auszugestalten, welche die analoge mit der digitalen Welt verknüpfen, die einen Mehrwert durch neue Services bieten sowie relevante branchenübergreifende Themenschwerpunkte berücksichtigen.



Gemeinsam mit dem Zukunftslabor CreaLab, Studierenden und Dozierenden der Hochschule Design & Kunst sowie fünf Kunden des Unternehmens MediCongress GmbH wurde am 22. März 2016 im Neubad und am 13. April 2016 Workshops durchgeführt. Unterstützt wurde das Zukunftslabor Crealab auch von der Forschungsgruppe CCVN.

Kern des Ideen-Workshopkonzepts bildet ein Brettspiel, bei welchen Erkenntnissen und alltägliche Erfahrungen ausgetauscht werden («empathic design»). Diese Erfahrungen werden als Analogien auf die Problemstellung übertragen. Fachleute werden demnach nicht branchenspezifisch befragt, sondern beantworten allgemeine Fragen, die zu neuen Ideen führen. Somit wird zuerst «kreative Distanz» geschaffen, bevor es an die Aufgabe der Ideenentwicklung geht.

Das Brettspiel ist eine Karte mit mehreren unbekanntem Einkaufsmöglichkeiten. Dazu werden mehrere Charaktere kreiert, die von einem Zweierteam gespielt werden. Das herausfordernde Spiel wird von einem Spielleiter moderiert, welcher spezifische Fragen für eine Situation stellt. In der Grundtechnik ähnelt das kreative Ideenspiel den Brettspielen Minesweeper, Cluedo oder Elder Sign. Die Antworten zu den Situationen werden notiert und im Anschluss auf Erfahrungen im Rahmen einer Konferenz übertragen.



Nebst den beiden Workshops wurde parallel über allgemeine Veränderungen der Eventbranche recherchiert (Varga, 2015), welche zusammen mit den spezifischen Ideen aus dem Workshop interessante Erkenntnisse hervorbrachten:

1. Verknüpfung von Kultur & Tradition der Lokalität und der Regionalität mit Event und den Lebenswelten der Teilnehmer

Jeder Event besitzt einen ideellen Charakter und ist daher mehr als «ein schnelles Erlebnis». Veranstaltungen werden nachhaltig in die Werte der teilnehmenden Menschen eingebettet. Deshalb ist die Mitgestaltung durch der Teilnehmenden sowie die Nutzung der vorhandenen Ressourcen äusserst wichtig für das allgemeine Wohlbefinden der Teilnehmenden. Wie wäre es wenn anstelle einer Umgestaltung des Raumes, die Räumlichkeit in ein neues Umfeld gebracht wird? Orte werden Teil der Geschichte durch die Werte und Tradition, die sie vermitteln. So beispielsweise auch die Umnutzung der Kirchen. In Finnland finden heute bereits in einigen Kirchen morgens Gottesdienste und abends Konzertanlässe statt.

Ein weiteres Beispiel hier ist Urban Farming, dieses Konzept bringt Nachhaltigkeit, sowie die frische Luft in einem Einklang. Diese Erkenntnis ist auch sichtbar im Catering. Wir – Konsumenten sowie Teilnehmende – achten immer öfters darauf was und wie wir Produkte konsumieren. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass ein Veranstalter Produkte aus der Region anbietet und Nachhaltigkeit als Eventmotor betrachtet – eben: Zusammen die Welt ein Stück besser machen und das individuelle Glücksempfinden im Rahmen eines kollektiven und nachhaltigen Erlebnisses steigern.

Verknüpfung von Kultur & Tradition
der Lokalität und der Regionalität

Erweiterte Fach-
wissensvermittlung
über digitale und
analoge Angebote
von Partnern


MEDICONGRESS
Kongresse die wirken

«Spielerisch»,
Partizipativ, Interaktiv,
Storytelling, Kommuni-
kationsfördernd

Hybride Eventgestaltung durch
Ausdehnung des Eventerlebnisses

2. «Spielerisch», Partizipativ, Überraschend, Sinngebend, Interaktiv, Heimat, Storytelling, Kommunikationsfördernd

Jeder Event ist geprägt von Metasphären und Glücksmomenten im Anti-Alltag. Deshalb sollen an Events Geschichten erzählt werden. Hier gibt es viele Medien und Methoden die angewendet werden können, um die Verbindung unter den Teilnehmenden zu fördern. Tauschbörsen werden zum Event – Events werden zu Tauschbörsen – Swapping! Im Mittelpunkt des Swappings stehen nicht nur die Tauschobjekte, sondern Spass und Kommunikation der Beteiligten.

Begrüssung, Redner, Essen, Redner, Verabschiedung – Solche Abläufe bei Veranstaltungen fördern kaum die Interaktion zwischen den Teilnehmenden. Teilnehmende werden Teil des Geschehens und schaffen selbst Neues. Deshalb müssen sie mit und durch Experten während des Events geführt werden. Die Kreativökonomie ist hier gefragt und Aspekte wie Interaktivität, Spontaneität, Connectivity, Implementierung von unkonventionellen Events wie Barcamps sogenannte Mitmach-Events werden zunehmend gefragt. Der Mensch hat heute ein grösseres Verlangen nach Freiheit und Meinungs Ausdruck, deshalb sind Selbstorganisation und Unconferencing wichtige Begriffe für die Re-Strukturierung von Events.

3. Hybride Eventgestaltung durch Ausdehnung des Eventerlebnisses

Die mobilen Endgeräte verändern das Event-Erlebnis um 180 Grad! Das Smartphone ist überall mit dabei. Wichtig ist hier zu beachten, dass nicht alle diese moderne Technik so oft brauchen wie die Generation Z oder die digital Natives.

Vor dem Event ist weiterhin die konventionelle und detaillierte Planung und Ausarbeitung der Event-Konzeption gefragt. Dank innovativer Programme können diese heute effizienter gestaltet werden, wie z.B. durch EventMobi. Des Weiteren ist es möglich, Networking interaktiv mit MatchMaking Apps zu unterstützen.

Während des Events ist eine Interaktion mit den Teilnehmenden sehr wichtig. In Panel Diskussionen oder bei Fragerunden können Gadgets wie Catchbox, ein Würfel mit Mikrofon oder Crowdmins eine Mikrofon-App anstelle des üblichen Mikrofons spielerisch involviert werden.

Auch nach dem Event ist Beziehungspflege zwischen Veranstalter und Teilnehmenden wichtig. Um aus dem vergangenen Event zu lernen, bemüht sich der Gastgeber ein intelligentes



Feedback direkt von seinen Zuhörer zu erhalten. Erfassung der Eventwirkung können durch standardisierte Surveys durchgeführt werden oder mit Fragebogen App wie Sharing Explori und Statify. Events der Zukunft richten sich stärker an die Teilnehmenden aus, die das Programm mitgestalten.

4. Erweiterte Fachwissensvermittlung über digitale und analoge Angebote von Partnern; User Content, Zugang zu ausgewählten (nicht-zugänglichen) Inhalten über Partner

Ein Event wird zukünftig nicht mehr als «stand-alone» Erlebnis betrachtet. Vielmehr wird es darum gehen, die Teilnehmenden die Geschichte weiter erzählen zu lassen. Die Macht der Bilder wird genutzt, um den Event im Internet weiter (Pinterest, Facebook etc) leben zu lassen. Für die Teilnehmenden verschmelzen die realen und digitalen Räume. Sie werden zudem authentisch, wenn Zusatznutzenstiftende Serviceangebote in das Gesamtkonzept des Events integriert werden, z. B. Zugang zu ausgewählten Informationsinhalten.

«Unsere Gesellschaft und die Technologien verändern sich. Die Eventbranche kann sich diesen Veränderungen nicht entziehen. Die Zusammenarbeit mit dem Zukunftslabor Crealab, meinen Kunden und den Beteiligten zeigte deutlich, dass sich die Erwartungen von Menschen aufgrund dessen verändern und welche originellen Lösungen wir in Zukunft bieten sollten. Wir können nicht darauf hoffen, dass unsere Kunden die heutige Qualität des Angebots weiter akzeptieren werden», Doris Brandenberger, Inhaberin MediCongress GmbH.