FAMA Fachverband Messen und Ausstellungen e.V.
Johann-Höllfritsch-Straße 20 – 22 · 90530 Wendelstein

Telefon: 09129 90996 490 · Fax: 09129 90996 499
info@fama.de · www.fama.de

05. Dezember 2024

Presseinformation

B2C-Fachforum in Köln:

- **Fachforum erstmals als Open Space-Format**
- **Teilnehmende definieren 10-Punkte-Agenda**

Köln. Erfrischend anders und völlig neu in der Form: Das diesjährige B2C-Fachforum, das im Rahmen der FAMA-Messefachtagung in Köln stattfand, wagte das Experiment. Statt Vorträge setzte das vom FAMA in Kooperation mit dem AUMA organisierte Forum erstmals auf ein Open-Space-Format. Ein Versuchsfeld, in dem erstaunlich viel Kreativität freigesetzt wurde.

So muss es gewesen sein. Damals in Rom, als sich im Forum die Bürger der Stadt trafen und den Ort zum Mittelpunkt des politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Lebens machten. Keine feste Agenda und die Freiheit, über alles zu sprechen.

In diesem Sinne war das B2C-Fachforum am zweiten Tag der FAMA-Messefachtagung ein echtes Forum: Ein „Open Space“, in dem sich 90 Teilnehmerinnen und Teilnehmer treffen. Ohne feste Tagesordnung. Dafür mit der Freiheit, aufzustehen und ein Thema vorzuschlagen, das sie für branchenrelevant halten. Dass Köln, selbst eine römische Colonia, dafür der beste Ort ist, machte die Geschichte rund. Die Idee für dieses in Verbandstagungen ungewöhnliche Experiment kam allerdings aus Berlin.

Neue Diskursform: Praxisnah, offen und auf Augenhöhe

Die in Berlin ansässige infoteam GmbH, spezialisiert auf Software für Veranstaltungsstätten, Messe- und Kongresshäuser und erfahren in Open-Space-Formaten, hatte es weit im Vorfeld der Tagung vorgeschlagen. Beide Verbände – FAMA wie auch der kooperierende AUMA – stimmten zu. Klingt einfach, ist es aber nicht: Denn Open

Spaces entwickeln schnell ihre eigene Dynamik und setzen sich über vorgefertigte Absichten hinweg. Sich überhaupt auf ein solches Experiment einzulassen, war schon ein Verdienst beider Verbände. Und so ging es los mit Christoph Herlitz als Moderator.

Christoph, Geschäftsführer des infoteam, und seine Berliner Crew haben inzwischen viele (gute) Erfahrungen mit Open Spaces gesammelt. Das merkt man. Er bringt die Erfahrung mit, die notwendig ist, um mit leichter Hand dem offenen Forum so viel Struktur und Regelwerk zu geben, dass bei aller Offenheit am Ende etwas Zielführendes herauskommt. Eine Balanceakt, den er kennt. Seit 2022 veranstaltet infoteam entsprechende Foren als anwendungsbezogene (Kunden-)Räume. Das kommt gut an, weil es praxisnah ist, offen und auf Augenhöhe. Egal, ob der Sitznachbar auf C-Level ist, eine Referentin oder ein Youngster. Das prägt auch diesen Tag, an dem sich deutlich mehr Young Professionals zu Wort melden als dies auf „normalen“ Verbandstagungen üblich ist.

Offene Diskussionen ohne Ice-Breaker

Es gibt Formate, gerade wenn sie neu sind, die brauchen einen Ice-Breaker. In dem Fall dauert es nur eine Minute, bis der erste Tagesordnungspunkt auf der Tafel steht. Weitere fünf Minuten, bis zehn Themen für die Workshops feststehen. Je ein Thema für eine Breakout-Gruppe, die sich in zwei Time-Slots der Agenda zuordnen. Schnell entsteht eine Atmosphäre, die selbst notorische Workshop-Klebe-Punkt-Verweigerer vom Start weg anspricht (geklebt wurde übrigens nicht). Zu den wenigen Regeln zählt es, den jeweiligen Workshop zu verlassen, wenn jemand zu der Überzeugung kommt, alles für ihn Wichtige sei gesagt worden.

Top-Themen der Diskussion

Insgesamt zehn Themen kamen so zusammen. Ein Thema waren die veränderten Erwartungshaltungen und Verhaltensmuster von ausstellenden Unternehmen. Weitere Themen: Die App-Usability, differenziert nach Business und Consumer, Erfahrungen mit Pricing und Preisbereitschaft, die Kommunikation von Werten als Bestandteil der Corporate Communication, die Besucherregistrierung von Consumern, die Monetarisierung von Content- und Marketingmedien, die sogenannte „Goodie-Bag-Revolution“, die Erfahrung mit Hotel- und Incoming-Services, das veränderte Kommunikations- und Mediennutzungsverhalten der GenZ, die Sales-Ansprache von Start-Ups sowie das Innovationsmanagement zur Entwicklung neuer Messen. Wer zwischen den Workshops „hüpfte“, sah überall Diskussionen, die äußert lebendig und engagiert waren.

Und der zählbare Ertrag? Die kurzen, jeweils nur 60 Sekunden langen Zusammenfassungen im abschließenden Plenum konnten nur einen punktuellen Eindruck davon geben. Für diesen Lückenschluss werden Protokolle erstellt, die allen Teilnehmenden zur Verfügung gestellt werden.

Zwei Dinge sind jedoch schon jetzt passiert. In den sozialen Netzwerken setzt sich die Diskussionen fort. Und zweitens: Es sind viele junge Kolleginnen und Kollegen, die hier Feedback geben. Was für eine Erfrischungskur für einen Verband, der schon immer etwas anders war.

Dr. Mike Seidensticker

Pressekontakt:
FAMA Fachverband Messen und Ausstellungen e.V.
Henning Könicke
Geschäftsführender Vorstandsvorsitzender
Johann-Höllfritsch-Str. 20-22
90530 Wendelstein

Tel.: 09129-90996-490
Fax: 09129-90996-499

E-Mail: info@fama.de