

CASE STUDY

Digitale Zukunftskonferenz

MVDA/LINDA etabliert interaktives Digitalformat in Corona-Zeiten.

Der MVDA e. V. und die LINDA AG veranstalten jährlich einen Delegiertenkongress mit nachgelagerter Delegiertenversammlung, die beiden wichtigsten Veranstaltungen der nach wie vor führenden Kooperation inhabergeführter Apotheken. Die ca. 250 Teilnehmer setzten sich in den letzten Jahren aus Vertretern und Würdenträgern des MVDA e. V., Vertretern der LINDA AG, sowie Industriepartnern zusammen. Durch die Corona-Pandemie war eine Ausrichtung der Geschäftsveranstaltung im gewohnten Format nicht möglich, komplett ausfallen konnte sie jedoch aus Satzungsgründen nicht. Der MVDA und die LINDA haben daher ein Veranstaltungsformat entwickelt, das für Kongressveranstalter der Zukunft wegweisend sein kann.

> Die Funktion des Events und das Konzept

Für das Jahr 2020 sollte der Delegiertenkongress als eine interaktive Zukunftskonferenz stattfinden. Diese war als Mischung aus Key-Notes, Workshops und Entertainmentprogramm konzipiert. Klares Ziel war es, den Teilnehmer Wege in die Zukunft vorzustellen und gemeinsam an Lösungen für die Herausforderungen der Digitalisierung u. v. m. zu arbeiten. Ein anschließendes Commitment sollte emotional einschwören. In der Satzung des MVDA e. V. ist die Delegiertenversammlung zwingend vorgesehen. Es müssen Beschlüsse gefasst und Abstimmungen getätigt werden. Neben Standardprogramm Punkten wie beispielsweise die Entlastung des Vorstands oder die Wahl des Wirtschaftsprüfers, mussten in diesem Jahr vor allem strukturelle Maßnahmen entschieden werden, die den Verein schlanker und noch basisnäher ausgestalten sollen. „In der Geschichte des MVDA e. V. war die Jahresversammlung 2020 sicherlich die herausforderndste“, so Gabriela Hame-Fischer, Präsidentin des MVDA e. V. „Es müssen nicht nur satzungsgemäße Vorschriften erfüllt, sondern auch Entscheidungen zur zukünftigen Vereinsstruktur getroffen werden. Wir haben uns von der Unternehmensberatung Goll begleiten lassen, um unser Erfolgsprinzip „Von Apothekern. Für Apotheker“ weiterhin mit intensiver Gremienarbeit aufrecht zu erhalten, zeitlich uns aber effizienter aufzustellen. So werden ab Oktober die Gremienstrukturen verschlankt und die Rollen und Funktionen der Amtsträger spezifischer formuliert.“

CASE STUDY

> Herausforderung Nr. 1: Ein Präsenzevent in Zeiten von Präsenzevent-Verboten

Wie reagiert man, wenn Veranstaltungen pauschal verboten werden, gleichzeitig aber die Durchführung zwingend notwendig ist? Genau dieser Frage haben sich die Verantwortlichen der LINDA AG und des MVDA e. V. angenommen. Als externe Berater wurde die Eventagentur malcolm & judy GmbH mit ins Boot geholt, mit der man seit Jahren ein vertrauensvolles Verhältnis pflegt. Die Verantwortlichen sind nicht nur Experten im Bereich der Live Communication, sondern verfügen auch über beste Kenntnisse des Apothekenmarkts sowie der internen Abläufe und Reglements der LINDA AG bzw. des MVDA e.V. Schnell zeigte sich, dass aufgrund der internen Satzung eine Präsenzveranstaltung mit den wichtigsten Vertretern des MVDA e. V. unausweichlich ist. Abstimmungen, Änderungen der Satzung, Beschlussfassung etc. dürfen nur durch persönlich anwesende Vertreter getätigt werden. Ein intensiver Austausch von Projektleiter und Gesundheits- & Sicherheitskoordinator seitens MVDA, der ausführenden und beratenden Eventagentur, dem Caterer, den Technikdienstleistern und dem Shuttleanbieter ermöglichte ein Ergebnis, das maximale Sicherheit verschaffte, ohne dabei ein Gefühl der Isolation zu erzeugen. Das wichtigste Erfordernis war dabei die Nachvollziehbarkeit aller Anwesenden, welches durch stringent geführte Anwesenheitslisten einfach zu bewerkstelligen war. Darüber hinaus musste der notwendige Sicherheitsabstand eingehalten werden. Wenngleich viele sich mittlerweile an die alltagsbegleitenden Masken gewöhnt haben, hätte sich das permanente Tragen einer Maske auf das Wohlfühl der Anwesenden ausgewirkt. Daher galt es, den notwendigen Sicherheitsabstand zu jeder Zeit sicherzustellen, was Auswirkungen auf die Wahl der Location hatte.

> Herausforderung Nr. 2: Gäste aus ganz Deutschland einbeziehen, ohne dass diese dabei sein dürfen

Weiterhin wurde klar das Ziel vorgegeben, dass auch die etwa 80 Mentoren, die Funktionsträger, die dank der aktuellen Begebenheiten nicht vor Ort sein durften, an der Veranstaltung partizipieren sollten. 80 Gäste aus ganz Deutschland in die Veranstaltung einzubeziehen, ohne dass diese dabei sein dürfen, erwies sich als zweite große Herausforderung. Schnell wurden hier die üblichen Lösungen ins Rennen gebracht: Wir stellen eine Webcam auf und übertragen Bild und Ton über einen der aktuell sehr beliebten Videokonferenz-Anbieter. Wer in den letzten Monaten an Videocalls teilgenommen hat, weiß, dass sich diese eignen, um andere Menschen zu sehen und zu hören (und das idealerweise auch synchron), mehr ist aber nicht möglich.

CASE STUDY

> Herausforderung Nr. 3: Grundsätze eines Events sichern, ohne dass es ein Event gibt

Dieses Problem führt zur dritten Herausforderung: Wie können die Grundsätze (und damit die USP und Daseinsberechtigung) eines Events gesichert werden, ohne dass es ein Event gibt? Lehrbuchmäßig werden die Eigenschaften eines Events folgendermaßen zusammengefasst: Dialogorientierung/Partizipation, Inszenierung & Dramaturgie, Multisensorik, Einzigartigkeit, Positivität. Bild und Ton per Videokonferenz erfüllen maximal die Multisensorik. Das Ziel, die Mentoren des MVDA zu informieren und zeitlich zur Interaktion zu mobilisieren, wäre auf diesem Wege kaum erreichbar, da Events Nähe und Involvement schaffen sollen. Es galt folglich für dieses Vorhaben ein maximal effizientes Digital-Event zu realisieren.

> „MVDA Tacheles“ vor Ort und digital

Um komplexe Informationen möglichst verständlich, kompakt und vor allem glaubwürdig zu kommunizieren, konzipierten die Verantwortlichen den „MVDA Tacheles“, eine Talkrunde mit den wichtigsten Entscheidungsträgern. Diese mussten nicht nur dem Moderator, sondern auch den Gästen Rede und Antwort stehen. Zur Umsetzung dieses Vorhabens war ein Setting notwendig, welches die Talkrunde in den Mittelpunkt stellt. Vorbild waren bekannte Talkshow-Studios. Als Location wurden die Lagerhallen des Technikdienstleisters gewählt, um dem Platzbedarf für kamerataugliche Beleuchtung, Catering und Zuschauern gerecht werden zu können. Die entwickelte Dramaturgie der Talkrunde führte den Gast chronologisch durch die wichtigsten Meilensteine der Geschichte des MVDA e. V. Fokus legte man hier auf eine mehrdimensionale Betrachtung aus verschiedenen Blickwinkeln. Der Höhepunkt der Dramaturgie waren die Publikumsfragen. Sowohl die Gäste vor Ort als auch die Zuschauer zu Hause hatten die Möglichkeit, Rückfragen an die fünf Protagonisten auf der Bühne zu stellen. So konnten die skizzierten neuen strategischen Schritte auf Festigkeit und Konsistenz geprüft werden. Besonders war hier, dass es keine redaktionelle Auswahl der Fragen gab und diese auch komplett überraschend ins Studio und den Gästen zu Hause eingespielt wurden. Damit wurde auch gleichzeitig die Anforderung an eine Dialogorientierung beziehungsweise an eine Partizipation erfüllt. Die Gäste vor Ort konnten die Veranstaltung aktiv mitgestalten und den inhaltlichen Schwerpunkt in die Richtung verlagern, die ihrer Meinung nach, die meiste Relevanz besitzt. Damit nicht nur die 35 Zuschauer im Studio, sondern weitere 80 Personen aus ganz Deutschland am Event teilnehmen konnten, musste eine Lösung gefunden werden.

CASE STUDY

Ein einfacher Stream hätte nicht ausgereicht, sodass extra für die MVDA Zukunftskonferenz 2020 eine App entwickelt wurde. Die Grundfunktion bestand in der Übertragung eines HD-Signals in Echtzeit aus dem Studio. Darüber hinaus bietet die App die Funktion einer Live-Umfrage inklusive dynamischer Auswertung. So konnten die Protagonisten im Studio eine Frage an die Teilnehmer zu Hause stellen und interaktiv auf die Ergebnisse eingehen bzw. den Talk entsprechend ausrichten. Außerdem konnten die Teilnehmer im Studio und zu Hause per App eine Frage stellen, die dann live ins Studio geschaltet und von den Protagonisten beantwortet wurde. Den Verantwortlichen war wichtig, dass jeder Teilnehmer die Chance hat, in gleicher Qualität an dem hybriden Event teilzunehmen. Damit es keine Probleme mit der Internetverbindung, dem falschen Browser, veralteter Firmware o. ä. gibt, wurden den Teilnehmern Tablets mit Wi-Fi und vorkonfigurierter App zugesendet und nach dem Event wieder abgeholt. Dank dieser Methode konnten alle Teilnehmer ohne weiteren Konfigurations- oder Installationsaufwand das Tablet einschalten und von jedem Ort aus teilnehmen.

> Fazit

In Zeiten von Corona, Social Distancing und Eventverboten hat die digitale Version der Zukunftskonferenz das Bestmögliche herausgeholt. Informationen und Fakten lassen sich mit dem beschriebenen Format gut und verständlich transportieren. Teilnehmer können einbezogen werden und gestalten die Veranstaltung aktiv mit. Kein hochauflösendes Bild, kein gut inszenierter Talk oder keine perfekt durchdachte digitale Integration der Zuschauer kann jedoch das ersetzen, was im persönlichen Aufeinandertreffen unterschiedlicher Menschen passiert: Der interaktive Austausch, das gemeinsame Lernen, das Schaffen von echtem Vertrauen oder das Verstehen aufgrund von Erleben. Digitale Konferenzen schaffen nicht die gleiche Bindung zu Marken, Menschen und Vereinen, denn Bindung kann nur durch Emotionen entstehen. Ausnahmesituationen wird es aber in Zukunft immer wieder geben, sodass es sich lohnt, alternative Veranstaltungsformate zu entwickeln. Der beschriebene Delegiertenkongress ist ein gutes Beispiel für ein gelungenes hybrides Event. Der MVDA hat es trotz erschwerten Bedingungen geschafft, eine interaktive Plattform zu erschaffen, die in aktuellen Zeiten einen Benchmark im Apothekenmarkt setzt und sicher auch bei zukünftigen Veranstaltungen mit ins Kalkül gezogen wird.

CASE STUDY

> Bildmaterial



Bild 1: MVDA/LINDA
Bildunterschrift: Das digitale MVDA/LINDA Studio in Hilden.



Bild 2: MVDA/LINDA
Bildunterschrift: Die MVDA/LINDA Führungsriege auf der Bühne.