KONFERENZ WERTE 2.0

Anstoß zum Wertekodex

Zur siebten Konferenz Werte 2.0 kommen 130 Gleichgesinnte. Sie suchen den Gedankenaustausch und begrüßen den neuen „Wertekodex für die deutsche Eventbranche". Die Veranstaltung aus und auf gutem Grund findet im Hotel Schloss Montabaur statt.

Wer sich mit seinem Rollkoffer spätabends den Hang hinauf kämpft, weil am 4. Mai 2016 das TV-Ereignis Champions League-Halbfinale Real Madrid gegen Manchester City den örtlichen Taxibetrieb zum Erliegen bringt, tut mehrfach Gutes: für die Umwelt, die Reiseausgaben und für sich. Oben angekommen, legt ihm Hotel Schloss Montabaur die Stadt zu Füßen und ein Seminarzentrum. Es gibt Orte, die wir betreten und merken: Es ist gut, hier zu sein. „Auf diese Veranstaltung freue ich mich das ganze Jahr", macht eine Teilnehmerin beim Check-in ihrer Vorfreude Luft. „Ja, die ‚Werte' ist besonders, sie ist etwas für mich persönlich", stimmt ihre Nachbarin zu. Den Frauen geht es weniger um die Vorträge, verraten sie ohne ihren Namen zu nennen. Sie suchen die Begegnung mit Gleichgesinnten, den Gedankenaustausch mit Menschen, die Haltung zeigen.

Bestes Beispiel ist Bernd Fritzges. Als sein ehemaliger Arbeitgeber, der Veranstalter der Werte 2.0, 2015 kurz vor der sechsten Werte-Konferenz Insolvenz anmelden muss, geht Fritzges ins persönliche Risiko und stellt über Crowdfunding die Finanzierung auf die Beine. Dieses Jahr steht die Werte 2.0 gut da: Veranstaltungsplaner und Agenturen zahlen 139 Euro, alle anderen Teilnehmer 239 Euro. Nach Abzug aller Ausgaben gehen 6.000 Euro an die „Stiftung RTL – Wir helfen Kindern". Mitveranstalter sind das Hotel Schloss Montabaur und das Estrel Berlin. Unter die 18 Partner reihen sich die Deutsche Bahn, myclimate, die Best of Events (BOE), das IST-Bildungsinstitut

FOTO: WERTE 2.0, BEBA ILIC

und das MICE Portal. Die Teilnehmer kommen aus Unternehmen wie EnBW, E.ON und Ernst & Young, Locations, Hotels und Agenturen. Die Begegnung ist Programm, das zwei einstündige Networking-Pausen – erstmals mit „Matchmaking" – vorsieht und ein ausführliches „Welcome" zum Kennenlernen. Obwohl es die siebte Veranstaltung ist, bilden sich keine Grüppchen. Auch First Timer kommen leicht ins Gespräch – ob zur CSR-Berichterstattung, die 2017 in der EU Pflicht wird, VW-Boni oder Bestechungen.

FIFA-Skandale und Fan-Randale im Hinterkopf überrascht den einen oder anderen die Bühne: ein Fußballfeld. Es setzt das „Werte 2.0 Motto 2016: Anstoß zu neuen Impulsen" in Szene. Mit Bezug zur Champions League folgt die Dramaturgie dem Bild: Veranstalter Bernd Fritzes ist der Trainer, die Referenten sind seine Mannschaft. Die Analogie zu Veranstaltungen ist offensichtlich: Für Fußballspiele wie Events und Konferenzen muss die Mannschaft, das Team stehen. Werte wie Vertrauen und Verlässlichkeit sind das A und O.

„Wir verorten Werte bei Menschen, doch angesichts all der Skandale...", eröffnet Management-Trainerin Irina Schefer ihre Keynote „Vertrauen vor Rang - vom Wert wölfischer Werte". Sie empfiehlt den Blick in die Forschung bei freilebenden Wölfen. Wölfe hätten eine hohe soziale Kompetenz und Kooperationsbereitschaft. Die Basis für jede Kooperation sei Vertrauen. Tagungsmanager könnten durchaus von Wölfen lernen, die als Tandem führten: Leitwolf und Leitwölfin sind gleichberechtigt. Sie nähmen die Andersartigkeit als Bereicherung an und brächten unterschiedliche Skills ein. Schefer: „Bei Wölfen führt der, der in der jeweiligen Situation das größte Wissen und die größte Erfahrung hat."

Als neues „Werte-Tandem" betreten Bernd Fritzges und Annegret Steglich die Bühne. Zum Kick off des neuen „Wertekodex für die deutsche Eventbranche" schießt Steglich erst einen Fußball in die Menge und dann die Frage hinterher: „Wir reden zwar von Werten, doch wie setzen wir diese im (Berufs-)Alltag um?" Hier will der neue Wertekodex Orientierung geben. Entwickelt hat ihn ein Gremium aus Annegret Steglich (Verfasserin der Masterarbeit „Werte in der Veranstaltungsbranche"), Svend Evertz (Save Consult), Hans Jürgen Heinrich (Fachmagazin events), Julia Bäuml (GEA Westfalia Seperator Group), Horst Hildebrand (i.Xpo) und Sophie von Brühl (MICE Portal). „Der partnerschaftliche Umgang miteinander steht über allem", so Steglich. Aus ihm ergebe sich der Umgang mit Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten und Mitbewerbern hinsichtlich von Werten wie Ehrlichkeit, Loyalität, Mut, Respekt, Weitsicht, Verantwortung und Zuverlässigkeit. In der Summe sind es 32 Richtlinien, die in den Grundzügen das Bild des ehrbaren Kaufmanns zeichnen.

„Wir verorten Werte bei Menschen, doch angesichts all der Skandale..."

Irina Schefer,
Management-Trainerin