

TED und hält an der Philosophie fest, allerdings handelt es sich um ein Non-Profit- Franchise-Modell – wir zahlen nichts für die Lizenzen und werden gleichzeitig von TED auch nicht unterstützt“, erklärt Réka Artner. „TED gibt uns nicht vor, welche Inhalte oder Speaker auf die Bühne sollen – allerdings gibt es No-Gos, und die Talks müssen einem bestimmten Standard entsprechen – schließlich werden diese auch online gestellt.“

Auf den generischen YouTube-Channel (<https://www.youtube.com/user/tedxvie>) werden alle Talks binnen eines Monats nach Konferenzaufzeichnung online gestellt – hervorragende Talks schaffen es sogar auf www.ted.com. Die dort vorhandene große Sammlung von Talks hat auch zur Bekanntheit von TED geführt.

Grenzenlose Bandbreite

Highlight eines jeden Jahres ist für TEDxVienna die Konferenz im Oktober: 20 nationale und internationale Speaker und zusätzlich Show Acts finden sich dann wieder auf der Bühne des Volkstheaters ein und werden zu unterschiedlichsten Themen sprechen – die Bandbreite ist beinahe grenzenlos.



Auf den TEDxVienna-Konferenzen treten auch verschiedene Live-Acts auf.

„Wir haben ein Team mit 70 freiwilligen Mitarbeitern; sie besitzen unterschiedliche Hintergründe, Jobs, Nationalitäten. Wir haben eine Online-Working-Plattform, wo unser Team Speaker vorschlagen und ein kleines Profil für diese anlegen kann – derzeit haben wir eine Datenbank von 650 Personen. Diese durchforsten wir, wenn wir auf der Suche nach geeigneten Speakern für unsere Konferenz sind“, so Artner. Online können sich Personen aber auch selbst vorschlagen oder von jedem anderen vorgeschlagen werden.

Wer auf der Konferenz sprechen möchte, muss einen Talk vorbereiten, der nicht länger als 18 Minuten dauert, und wird von Gozman und Artner ge-coacht. „Jeder Satz muss Inhalt haben, und es ist eine Herausforderung,

einem so kurzen Talk eine gute Struktur zu geben“, erklärt Artner – so hat man beispielsweise auch schon Auma Obama, die Schwester von Barack Obama, per Skype ge-coacht.

Hinter TEDxVienna steckt viel Arbeit und Herzblut. 70 Freiwillige organisieren den Event, arbeiten mit Sponsoring-Partnern zusammen und schreiben an einem Blog und einem monatlich erscheinenden Newsletter. Man bespielt auch sämtliche Social Media-Kanäle wie Facebook, Instagram oder Twitter.

„Viele Menschen sind verwundert wenn wir erzählen, dass wir so viele Freiwillige sind“, so Gozman, und Artner ergänzt: „Ich glaube, viele Menschen sind heute auf der Suche nach einer *Sinnhaftigkeit*; sie wollen einen Beitrag leisten und neben ihrem eigentlichen Job etwas Sinnvolles tun. TED ist eine gute Sache, wir inspirieren Menschen – TED gibt den Menschen ein Stück weit Hoffnung.“

Positive Ideen

Trotz kritischer Auseinandersetzungen steht bei TED das Positive im Vordergrund – eine willkommene Abwechslung, bedenkt man, dass negative Nachrichten die Medienlandschaft und unseren Alltag bestimmen. Die Zielgruppe von TEDxVienna ist zwischen 25 und 34 Jahren alt, Akademiker und Young Professionals.

Nur von Ticketeinnahmen könnte TEDxVienna nicht bestehen, erklärt Gozman: „Wir haben tolle Partner wie die Marriott Hotels, die uns Zimmer für unsere Speaker zur Verfügung stellen. Unsere Events können wir nur dank unserer Partner stemmen.“

Kein klassisches Sponsoring

Ein klassisches Sponsoring mit Flyern und Standvermietung gibt es bei TEDxVienna nicht. „Wir wollen unseren Sponsoren einen *Mehrwert* bieten. Die Präsentation eines Unternehmens muss zur Konferenz passen und unseren Teilnehmern etwas nutzen“, erklärt Artner.

Mazda präsentierte sich beispielsweise vergangenes Jahr mit VR-Brillen und ermöglichte den Konferenz-Teilnehmern eine virtuelle Testfahrt. So entstehen tiefgreifende Partnerschaften, die für jeweils ein Jahr andauern. Der Verein versucht, seinen Sponsoren Branchenexklusivität zu gewährleisten. „Jeder unserer Partner hat einen Account Manager unsererseits; diese setzen sich häufig auch mit den Kreativagenturen der Unternehmen zusammen und man sucht gemeinsam nach Überlappungen, die bespielt werden können“, so Gozman. „Es ist viel Arbeit, diese Konferenz auf die Beine zu stellen. Unser Anspruch ist über die Jahre gewachsen und wir streben ein Leben wie in Vancouver an.“



Standing Ovation gibt es bei den TEDxVienna-Konferenzen häufig.