

treibhaus 

AgenturCampus für KreativKonzeption

treibhaus
Kreativtest
2026

treibhaus **Kreativtest 2026**

00 Bewertungskriterien

01 Task | Zukunft der Begegnungskultur

02 Task | Co-Creation oder Replacement?

03 Task | Interaktive Sessionformate

04 Task | Deine Aufmerksamkeit macht die Bühne

05 Task | Mehr MOJO für die CEO

06 Bewerbungsverfahren

07 Kontakt

Kreativtest ***Bewertungskriterien***

Für jede deiner Aufgaben kannst du max. 20 Punkte erreichen. Die Punktvergabe erfolgt nach fünf Kriterien.
Du kannst deine Aufgaben mit Moodboards oder Skizzen veranschaulichen, um dir Zusatzpunkte zu sichern.
Visualisierungen sind gern gesehen und bei einigen Aufgaben sehr hilfreich, sind aber kein Must Have.

01 Du kommst mit max. 1500 Zeichen (nicht Worten) pro Aufgabe auf den Punkt.

02 Deine Ideen haben eine schlüssige, logische Herleitung.

03 Du denkst in übergreifenden Leitideen statt in Einzelmaßnahmen.

04 Deine Konzept-Ansätze überzeugen durch Klarheit und Einfachheit.

05 Du beweist deinen Mut zum kreativen Denken.

Task 01 **Zukunft der Begegnungskultur**

HERAUSFORDERUNG

Viele Events werden bis ins Detail durchgeplant: mit festen Agenden, Speaker-Slots und klar definierten Abläufen. Doch echte Begegnung lässt sich nicht komplett orchestrieren. Trotz Networking-Sessions bleiben viele Verbindungen oberflächlich, zufällig oder Konferenzen fühlen sich überfordernd und beliebig austauschbar an. Das Potenzial von Events als Räume für echte Verbindung, Austausch und gemeinsames Gestalten wird oft nicht ausgeschöpft. Die Herausforderung: Wie gestalten wir wieder echte Verbundenheit? Wie sieht die Begegnungskultur der Zukunft aus und welche Rolle spielen Events dabei?

AUFGABE

Entwickle ein Event- oder Formatkonzept für die nächsten 5–10 Jahre, das gezielt echte Verbundenheit zwischen Menschen ermöglicht und fördert. Wie können Formate so gestaltet werden, dass sie über klassisches Networking hinausgehen und nachhaltige Beziehungen, neue Perspektiven oder sogar Zusammenarbeit entstehen lassen? Welche Rolle spielen Setting, Raumdesign, Dramaturgie, Technologie oder Moderation dabei? Denke konkret: Wie könnten ein oder zwei unterschiedliche Eventformate (z. B. Konferenz, Community Gathering, Hybrid Experience) gestaltet sein, die verschiedene Arten von Begegnung ermöglichen – und dabei auf die Werte Sinn, Verbundenheit und Schönheit eingehen?



Rebekka Bogner

Senior Innovation Consultant & Business Host

Hyve

Task 02 **Co-Creation oder Replacement?**

HERAUSFORDERUNG

KI liefert Antworten. Sofort. Glatt. Überzeugend. Doch wer denkt noch selbst? Konzepte entstehen in Sekunden, wirken perfekt. Und oft gleich. Kund:innen erwarten KI ganz selbstverständlich. Kreation? Scheint austauschbar geworden zu sein. Auch Lernen verändert sich: Statt sich Wissen zu erarbeiten, werden Ergebnisse übernommen. Schnell. Bequem. Unhinterfragt. Wir konsumieren Lösungen, ohne den Weg zu verstehen. Und verlieren dabei vielleicht genau das, was uns und unsere Kreation ausmacht: Urteilsvermögen, Haltung, eigene Gedanken.

AUFGABE

Das Institut für Bildung will das nicht stoppen, sondern bewusst machen. Konzipiere eine Maßnahme, die den Umgang mit KI radikal hinterfragt und neu rahmt. Das Format ist dabei dir überlassen. Dein Konzept sollte folgende Punkte aufgreifen:

- Welche Haltung zur Verwendung von KI nimmst du ein?
- Welche Geschichte zwingt Besucher*innen, sich selbst zu hinterfragen?
- Welche Momente zeigen, was verloren geht und was gewonnen werden kann?
- Wie konfrontierst du sowohl Nutzende als auch Unternehmen mit ihrer Verantwortung?
- Das Format soll mehr als informieren: irritieren, entlarven und zum Umdenken zwingen.



Andreas Sieling
Executive Creative Director
Metzler Vater

Task 03 **Interaktive Sessionformate mit Engagement**

HERAUSFORDERUNG

Wissenschaftliche Tagungen bilden das Rückgrat medizinischer Fachgesellschaften. Sie dienen nicht nur dem Wissensaustausch und der Netzwerkbildung, sondern auch der Qualitätssicherung und im Besonderen der Ärzt*innen-Fortbildung. Doch das klassische Format der 60- bis 90-minütigen Sessions stößt zunehmend an Grenzen. Obwohl medizinischer Fortschritt von kritischer Diskussion lebt, dominieren in vielen Sessions nach wie vor starre Frontalvorträge. Das Problem: eine einseitige Kommunikationsstruktur. Die Teilnehmer:innen verharren in einer passiven Konsumierendenrolle, während Expert*innen Informationen linear präsentieren.

AUFGABE

Entwerfe ein interaktives Sessionformat, das weiterhin die wissenschaftliche Wissensvermittlung zum Ziel hat und den Teilnehmer*innen lange im Gedächtnis bleibt. Konzipiere einen auf Engagement ausgelegten 90-minütigen Sessionablauf zu einem medizinischen Thema deiner Wahl (bspw. Dermatologie, Allergologie, Infektionskrankheiten). Unterteile in:

- Programminhalt: Inhaltliche Struktur, Einbindung Referent*innen und Moderation
- Raumgestaltung: Fokus auf das Set-Up
- Interaktion: Einbindung konkreter interaktiver Tools und Handlungen



Claudia Gemsemer
Projektleitung Tagungen
DDG Wissenschafts GmbH

Task 04 ***Deine Aufmerksamkeit macht die Bühne***

HERAUSFORDERUNG

Alle reden darüber, was bei Events und Veranstaltungen AUF der Bühne passiert. Aber all das ist wertlos, wenn niemand VOR der Bühne ist. Meine These: Wir brauchen „Mehr Aufmerksamkeit für Aufmerksamkeit“ (Hintergrund dazu mein [republica-Talk 2025](#)) Aber was bedeutet diese Erkenntnis für die Event-Branche? Wie geht sie angemessen mit der Aufmerksamkeit ihrer Zuschauer:innen und Zuschauer um?

AUFGABE

Entwickle ein Event-Format, bei dem die Aufmerksamkeit des Publikums im Mittelpunkt steht. Sie soll der Ausgangspunkt des Events sein und kann z.B. über die Beleuchtung, den Ton oder die Sichtbarkeit der Bühne bestimmen - also direkten Einfluss auf die Bühne haben. Das kann über technische Vermittlung wie Applaus-Messung geschehen oder über Apps oder Zeitmessung. In der Art der Umsetzung ist alles erlaubt, was dem Ziel dient: dem Publikum seine Macht zu zeigen und ihm Werkzeuge an die Hand zu geben, diese Macht über die Bühne auch umzusetzen.



Dirk von Gehlen

Director Think Tank SZ Institut
Süddeutsche Zeitung

Task 05 **Mehr MOJO für die CEO**

HERAUSFORDERUNG

Premiere! Du bist mit Kolleg*innen bei deiner ersten Präsentation. Im Meetingraum stellt ihr fest, dass ihr einen Adapter im Auto vergessen habt. Du rennst schnell los, um ihn zu holen. Im Aufzug triffst du eine Frau im Chanel-Kostüm. Sie kommt dir bekannt vor. Sie könnte CEO des Unternehmens sein. Sie lächelt und fragt: „Und? Was machen Sie hier bei uns?“ Du antwortest aufgeregt: „Ich bin Konzeptioner*in für Live Kommunikation.“ Sie antwortet: „Spannend! Hier ist meine Karte – schicken Sie mir doch mal direkt ein paar Ideen für unsere Werkseröffnung nächstes Jahr, ich möchte, dass ganz Deutschland über uns spricht. Genauer gesagt, ich bin etwas altmodisch und würde gern in die Tagesthemen kommen.“ Die Aufzugtür öffnet sich, sie zwinkert und verschwindet.

AUFGABE

Schicke deiner neuen Bekannten eine besondere Idee, wie sie ihr Werk eröffnen kann. Das Werk ist nachhaltig aufgebaut und soll das neue vollelektrische Wohnmobil mit dem Namen „MOJOe“ herstellen. Ganz ungefiltert von Chefs und Marketingabteilungen hast du jetzt den direkten Draht zur Chefin und kannst ihr zeigen, was mit Live alles möglich ist.



Christopher Werth

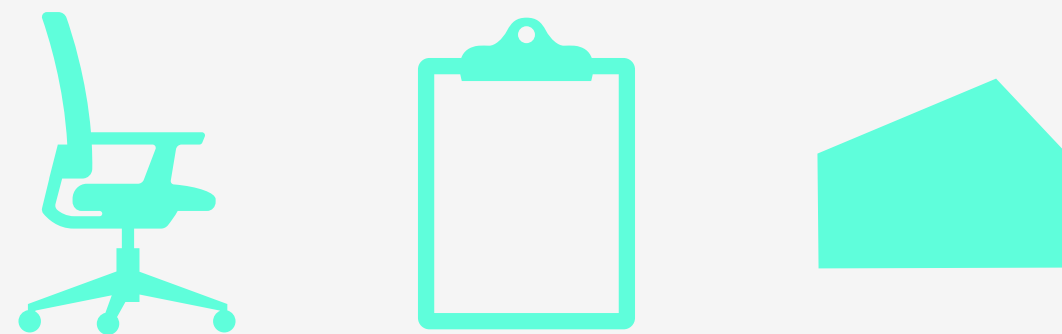
CCO
VOK DAMS

Kreativtest **Bewerbungsverfahren**

Es gibt zwei Wege, um einen der 15 Plätze im treibhaus zu bekommen. Du kannst zuerst den Kreativtest machen und sobald dieser bestanden ist, starten deine Vorstellungsgespräche in den Agenturen. Oder du arbeitest bereits im Team einer Agentur, dann machst du aus deiner Festanstellung heraus den Kreativtest und sicherst dir den Platz.

Option 01

Innerhalb deiner Agentur-Anstellung den Kreativtest machen und im treibhaus starten.



Option 02

Mit dem Kreativtest deinen Agenturplatz sichern und im treibhaus starten.



Fragen? **Fragen!**

Sabine Mayer

treibhaus

Agentur Campus für KreativKonzeption

0152 099 54 898

sabine@treibhaus-kreativkonzeption.de

www.treibhaus-kreativkonzeption.de