

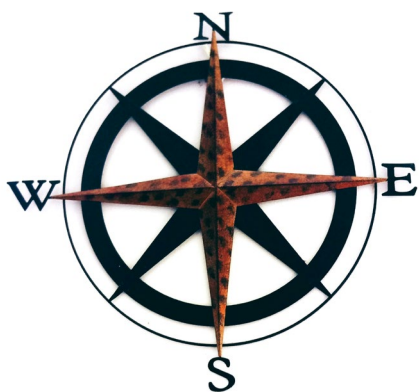
Good Practice

LEITFADEN ZUR ORGANISATION EINER FUCKUP NIGHT





INHALTSVERZEICHNIS



Die FuckUp Night.....	1
Leitfaden	3
Warum eine FuckUp Night veranstalten?	3
Organisation einer FuckUp Night	4
Hochschulinterne Abstimmung.....	5
Klärung der Lizenz	5
Planung des Veranstaltungsprogramms	6
Planung der Rahmenbedingungen.....	7
Veranstaltungsbewerbung.....	8
Während der Veranstaltung.....	8
Veranstaltungsnachbereitung.....	8
Tipps & Erfahrungen	9



DIE FUCKUP NIGHT

Irren ist menschlich, aus Fehlern kann man lernen und hinterher ist man immer klüger – diese Redewendungen sind allen bekannt, doch wenn es um das eigene Scheitern geht, gehen sie selten mit Leichtigkeit über die Lippen. In einer erfolgsorientierten Gesellschaft gilt Scheitern immer noch als Tabuthema, über das selten oder zumindest ungern gesprochen wird.

Und gleichzeitig: Fast 30% der Studierenden steigen aus ihrem Studium aus. Es wird Zeit, dass wir über das „Scheitern“ sprechen. Und auch darüber, was wir daraus mitnehmen können.

In diesem Zusammenhang haben einige Hochschulen eine sogenannte *FuckUp Night Student Edition* durchgeführt und so persönliche Geschichten und Erfahrungen von Studienzweifler*innen und Studienaussteiger*innen auf die Bühne gebracht. Ihre Erfahrungen bei der Organisation dieser Veranstaltung sind in diesem Good Practice-Bericht zusammengefasst.

WAS SIND FUCKUP NIGHTS?

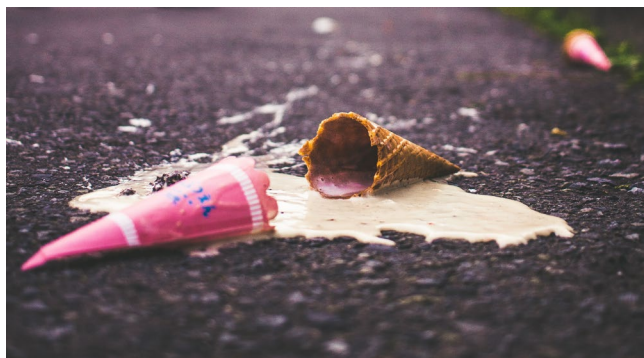
Bei dem noch relativ jungen Veranstaltungskonzept mit dem einprägsamen Titel **FuckUp Night** berichten gescheiterte Unternehmer*innen offen, ungezwungen und mit Humor von ihren beruflichen Fehlern. Entstanden ist das Format 2012 in Mexiko, als eine Gruppe von Freunden sich über ihre beruflichen Misserfolge austauschte und dies nicht nur als erleichternd, sondern auch als lehrreich empfand. Heute finden FuckUp Nights überall auf der Welt und seit einigen Jahren auch in Deutschland statt.

Ziel der Veranstaltung ist – neben einem fesselnden Abend – auch die Etablierung einer neuen Fehlerkultur. Denn bei einer FuckUp Night wird das sonst so totgeschwiegene Scheitern als Unvermeidbarkeit des Lebens aufgezeigt. Die einzelnen Speaker*innen präsentieren es nicht als endgültiges Versagen, sondern vielmehr als einen weiteren Schritt im Lebenslauf und in die richtige Richtung. Sie



teilen während der Veranstaltung kurz und unbefangen ihre persönliche Geschichte und stellen sich im Anschluss den Fragen des Publikums. Auf diese Art und Weise lernt nicht nur der/die „Gescheiterte“ selbst aus seinen/ihren Fehlern.

An einigen Universitäten finden diese oder ähnliche Veranstaltungen mittlerweile auch in der Student Edition statt. Hier berichteten unter anderem ein ehemaliger Medizinstudent davon, wie er den Arztberuf nach dem sechsten Semester nicht mehr als erstrebenswert ansah und eine Wirtschaftspsychologiestudentin von ihrer Zwangsexmatrikulation neben der Vollzeitbeschäftigung.



Studierende sprechen auf FuckUp Nights über ihren Studiengangwechsel oder den -ausstieg, die Phase der Neuorientierung, die Gründung eines Startups, den Wechsel in Ausbildung und über all die Erkenntnisse, die sie in dieser Zeit gewonnen haben. Die Veranstaltungen sind oft kostenfrei und richten sich unter anderem an Studierende, die selbst Studien Zweifel haben und auf der Suche nach Inspiration, Alternativen und Gleichgesinnten sind. Gleichzeitig spricht das Veranstaltungsformat die Allgemeinheit an, um eine offene Fehlerkultur zu etablieren.

Weitere Informationen unter:

<https://nextcareer.de/studierende/fuck-up-nights-uebers-scheitern-sprechen/>



LEITFADEN

WARUM EINE FUCKUP NIGHT VERANSTALTEN?

Kaum ein anderes Veranstaltungsformat stellt die Enttabuisierung der Themen Studienzweifel und Studienausstieg so in den Mittelpunkt wie die FuckUp Night. Indem die Speaker*innen auf der Bühne offen über ihre persönlichen Erfahrungen sprechen, wird Studienzweifler*innen das Gefühl vermittelt „Ihr seid nicht allein, es geht/ging anderen genauso und es gibt verschiedene Wege aus Krisen im Studium.“ Zudem wird eine Vielzahl an Studierenden erreicht; auch diejenigen, die sich durch andere Formate nicht angesprochen fühlen. Das hat den Effekt, dass die Botschaft nicht nur Studienzweifler*innen erreicht, sondern das Thema in ihr Umfeld und in die Öffentlichkeit getragen wird.

Vorteile/Mehrwert einer FuckUp Night:



- Enttabuisierung und Bekanntmachung des Themas und des Beratungsprojekts.
- Die Besucher*innen werden auf einer emotionalen Ebene erreicht.
- Der provokative Titel sorgt für Aufmerksamkeit und mediales Interesse.
- Es werden viele Menschen angesprochen.

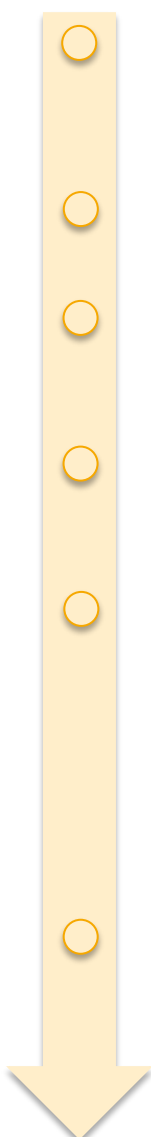
Nachteile einer FuckUp Night:



- Grundsätzlich besteht bei der Thematik das Risiko der Gleichsetzung der Hochschule mit Misserfolg im Studium.
- Im Vorfeld wissen die Veranstalter*innen nicht genau, was die Speaker*innen erzählen werden, ob sie das Publikum mit ihren Geschichten erreichen können und wie das Publikum reagiert.



ORGANISATION EINER FUCKUP NIGHT



Beginn der Planungen:

ca. 5-6 Monate vor Veranstaltungsbeginn

Hinweis: Es sollte mehr Zeit eingeplant werden, wenn es sich um die erste Veranstaltungsdurchführung handelt.

Hochschulinterne Abstimmung

z. B. Rektoratsvorlage, Genehmigung der Veranstaltung

Klärung der Lizenz

Gibt es eine Stadtlizenz? Unter welchen Bedingungen darf diese genutzt werden? Erwirbt die Hochschule eine eigene Lizenz?

Planung des Veranstaltungsprogramms:

- > Akquise der Speaker*innen & Coaching der Speaker*innen
- > Moderator*innen-Suche

Planung der Rahmenbedingungen

- > Raumorganisation
- > Genehmigungen für u.a. Veranstaltung/Getränkeausschank einholen
- > Getränkeauschank organisieren (Catering-Unternehmen, AStA etc.)
- > Ticketing erstellen (z. B. über Eventbrite, XING)
- > evtl. Playlist mit GEMA-freier Musik erstellen
- > Klärung des Datenschutzes für Speaker*innen bzgl. Möglichen Livestreams und Folgeveröffentlichungen

Veranstaltungsbewerbung

- > Werbematerialien konzipieren, drucken, verteilen
- > Website erstellen
- > Speaker*innen bewerben (Website, Social Media)
- > Kontakt mit Medien: evtl. vorherige Interviews, bzw. Medienpräsenz am Veranstaltungstag koordinieren



Hochschulinterne Abstimmung

Die Durchführung der Veranstaltungen sollte mit den folgenden **hochschulinternen Stellen** abgestimmt werden:

- > Hochschulleitungsebene
- > Leitung der Beratungseinheit, an welcher das Beratungsprojekt angesiedelt ist (ZSB/CS etc.)
- > Veranstaltungsmanagement der Hochschule (*je nach Hochschule Anlaufstellen für: Raumvergabe, Brandschutz, Verteilung/Anbringung von Werbematerialien*)
- > Studierendenvertretungen (z. B. Catering, Bewerbung), z. B. AStA
- > Hochschulkommunikation und/oder Marketingstelle (z. B. Pressemitteilung, mediale Berichterstattung, Gestaltung von Werbematerialien).

Klärung der Lizenz

Mit den **Veranstalter*innen der FuckUp Night** muss das Wording der Veranstaltung geklärt werden.

Existiert eine Stadtlizenz, muss sich mit den Betreiber*innen abgestimmt werden. Erwirbt die Hochschule eine eigene Lizenz, finden sich Informationen zu den unterschiedlichen Lizenzen sowie eine Kontaktmöglichkeit, um offene Fragen zu stellen, auf der Website des Failure Institute in Mexico:

<https://fuckupnights.com/>.

Dies bedeutet, dass an der gesamten Hochschule bis zu 20 Mitarbeiter*innen aus verschiedenen Organisationsabteilungen bei der Planung eingebunden werden können. Für die konkrete interne Planung der **Kapazitäten** sollten ca. 2 Mitarbeiter*innen für die Organisation fest eingeplant werden, am Veranstaltungsende dann ca. 5 (-20) Hochschulmitarbeiter*innen zur Unterstützung.

In Abstimmung ggf. einen anderen Namen wählen, um das Thema zu öffnen: Neben dem Thema Studienabbruch, auch junge Menschen, die einen Umweg in ihrem beruflichen Lebenslauf gegangen sind: Studienabbruch, Fachwechsel oder nach dem Studium in einem ganz anderen Beruf arbeiten, als ursprünglich geplant.

Vorteile der Nutzung der Marke „FuckUp Night“



Hoher Wiedererkennungswert:

Veranstaltungsformat ist mittlerweile ziemlich bekannt und es ist ein beliebtes Format.

Professionelle Unterstützung bei der Durchführung.

Viele Vorlagen wie bspw. Logo und Website können genutzt werden.

Nachteile der Nutzung der Marke „FuckUp Night“



Ggf. anfallende Kosten.

Man muss eine Lizenz erwerben und sich an die Regeln der Lizenzgeber*innen halten.



Planung des Veranstaltungsprogramms

Für die **Akquise** der Speaker*innen empfiehlt es sich, verschiedene Wege zu gehen:

- > Interne Netzwerkpartner*innen (z. B. E-Mails an Fachschaften & Fachstudienberatungen)
- > Externe Netzwerkpartner*innen (z. B. IHK, HWK)
- > Aufrufe über Social Media & Printmedien
- > Privates Umfeld und persönliche Kontakte

Hinweis: Wurde eine Veranstaltung einmal umgesetzt, wird die Akquise der Speaker*innen erleichtert, da mehr Studierende mit dem Ablauf der FuckUp Night vertraut sind.

Für eine FuckUp Night ist eine Anzahl von ca. **4 Speaker*innen** sinnvoll, dabei kann die Zahl variieren, sollte jedoch nicht mehr als 6 Speaker*innen betragen.

Beim Publikum kommen erfahrungsgemäß **ehrliche, emotionale und authentische Geschichten** am besten an. Hilfreich ist zudem eine Diversität der Themen.

Vorgespräche mit den Speaker*innen sind sinnvoll. Mögliche Themen der Gespräche sind die Inhalte/Geschichten, Erläuterungen zum Ablauf der Veranstaltung oder die Bühneneignung. Auch ein gemeinsames Gespräch mit allen Speaker*innen ist zu empfehlen. Dabei lernen sie sich untereinander kennen und erzählen sich gegenseitig ihre Geschichten

Die Auswahl der Speaker*innen sollte eine gewisse **Heterogenität** der Geschichten (Zweifel, Wechsel, (un-)freiwilliger Ausstieg etc.) und Studienfächer sowie die persönliche Bühneneignung berücksichtigen. Zudem wird empfohlen, auf ein möglichst ausgeglichenes Geschlechterverhältnis zu achten. Die Einbeziehung einer (lokal) bekannten Persönlichkeit kann als Erfolgsgranat genutzt werden (z.B. Poetry Slammer, Autor*innen etc.). Bei einem hohen Anteil internationaler Studierender ist es sinnvoll, neben deutschsprachigen Speaker*innen auch englischsprachige Speaker*innen einzusetzen.

Die **Moderation** der Veranstaltung kann – gegen Bezahlung - über die Veranstalter*innen der Stadtlizenz erfolgen, welche über Professionalität und Routine verfügen. Ebenso kann es sinnvoll sein, die Moderation mit einer*em Studienberater*in durchzuführen, welche/r die Zielgruppe gut kennt und versteht, worum es bei den Geschichten geht. Insgesamt ist eine Person mit Bühnenerfahrung geeignet, die negative wie positive Stimmungen auffangen, auch einmal einen guten Witz anbringen und Themen locker und intelligent verbinden kann.

Darüber hinaus ist ggf. empfehlenswert, ausgewählte **Vertreter*innen** z.B. von den Kammern, der Arbeitsagentur und weiterer Institutionen, die Beratung anbieten, für einen Austausch mit den Studierenden im informellen Teil der Veranstaltung einzuladen.



Planung der Rahmenbedingungen

Bei der Planung der Veranstaltungen spielen die anfallenden **Kosten** eine entscheidende Rolle. Dabei sind diese stark hochschulindividuell zu sehen. Zu bedenken sind die folgenden potenziellen Kostenpunkte:

- > Lizenzgebühren
- > Kosten für die Raummiete
- > Kosten für die Moderation
- > Fahrtkosten/Geschenke für Speaker*innen
- > Kosten für Werbematerialien
- > ggf. Kosten für das Catering (z. B. wenn Getränke kostenlos ausgegeben werden)
- > Ggf. Aufwandentschädigung für Speaker (z.B. bei Freiberufler*innen/ bekannte Künstler*innen)

Die **Veranstaltungsräumlichkeiten** sollten über einen gut einsehbaren und möglichst erhöhten Bereich für die Speaker*innen verfügen. Sie sollten zentral gelegen und groß genug sein, so dass die Anzahl der kostenfreien Tickets nicht begrenzt werden muss. Die Veranstaltung kann an der Hochschule oder an einem externen Veranstaltungsort in der Stadt stattfinden. Externe Räumlichkeiten kosten ggf. Miete, aber es ist meist eine Bar und Technik vorhanden. Auch das Ticketing wird ggf. organisiert und die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit von der Location unterstützt bzw. übernommen.

Von der **technischen Seite** aus gesehen, sollten Mikrophone, Lautsprecher, ein Beamer sowie ggf. ein DJ-Pult und eine Lichtanlage zur Steigerung der Atmosphäre vorhanden sein.

Der gewählte **Zeitraum** kann entscheidend zu dem Erfolg der Veranstaltung beitragen. Dabei sind vor allem hochschulspezifische Charakteristika von Relevanz (z. B. pendelt die Mehrheit der Studierenden zur Hochschule (Termin unter der Woche oder am Wochenende stattfinden lassen); werden Veranstaltungen eher im Semester oder in den Semesterferien wahrgenommen?) Die Erfahrungswerte bisheriger FuckUp Nights im Projekt variieren somit von Anfang bis Mitte der Vorlesungszeit bis zur Mitte des Wintersemesters. Übergreifend wird ein Termin abends (ca. 19.00/19.30/20.00 Uhr) unterhalb der Woche empfohlen. Donnerstage oder Freitage sind eher ungünstig, weil da viele Konkurrenzveranstaltungen stattfinden. Bewährt haben sich für solche Formate eher Dienstag oder ein Mittwoch.

Vor und nach der Veranstaltung sowie während der Pause sollte die Möglichkeit bestehen, **Getränke und ggf. kleinere Snacks** zu erwerben. Dabei kann mit hochschulinternen Einrichtungen, wie dem AStA, oder einem Cateringunternehmen zusammengearbeitet werden.

Ca. 1-2 Monate vor dem Veranstaltungstermin sollte mit dem **Kartenvorverkauf** gestartet werden. Über Plattformen wie *Eventbrite* oder die Eventfunktion von *XING* können (kostenfreie) Tickets erworben werden. Dies erleichtert die Planung, da im Vorfeld die Anzahl der Besucher*innen besser eingeschätzt werden kann. Ggf. einen kleinen Ticketpreis ansetzen, damit mehr Verbindlichkeit für eine Teilnahme entsteht.



Veranstaltungsbewerbung

Kanäle zur Bewerbung der Veranstaltung:

- > Social Media der Hochschule & der regionalen FuckUp Night-Veranstalter*innen
- > Unterseite auf der Projektwebsite
- > Eventplattformen wie XING
- > Website der regionalen FuckUp Night
- > Slider auf der Hochschulwebsite
- > Veranstaltungskalender der Hochschule
- > Infoscreens
- > E-Mail an Studierende
- > Printmaterialien, wie Flyer, Plakate und Postkarten (auf dem Campus, in Kneipen z. B. an Toilettentüren verteilen), dabei wurde die herkömmliche Bewerbung auf dem Campus am erfolgreichsten wahrgenommen
- > Banner, über die Stadt hinweg verteilt
- > Seitenscheibenplakate in Bussen und Straßenbahnen (kostenintensiv)

Während der Veranstaltung

Die **Anzahl der Besucher*innen** variiert je nach Hochschule bislang zwischen 90 und 450 Personen.

Tipp: Das Publikum im Anschluss an die Veranstaltung einen anonymen Evaluationsbogen ausfüllen lassen.

Veranstaltungsnachbereitung

Die **Website** von einer Veranstaltungsbewerbung in einen Rückblick umwandeln.

Evaluationsbögen auswerten und Learnings festhalten/dokumentieren.

Pressearbeit

- > Pressemitteilung durch die Presseabteilung der Hochschule: Veranstaltungsankündigung bei Radio, Fernsehen und Zeitung
- > Radiointerview eine Woche vor Veranstaltungsdatum/am Veranstaltungstag
- > Im Anschluss an die Veranstaltung einen Nachbericht verfassen und der Presse zur Verfügung stellen, ggf. während der Veranstaltung Video/Audio erstellen, welche für Presse, Website, evtl. Podcast verwendet werden können.

Während der Veranstaltung waren zwischen 6 und 20 **Hochschulmitarbeiter*innen vor Ort** tätig.

Tipp: Nicht zu viel Stress machen, es ist eine FuckUp Night, da muss nicht alles glatt laufen. (z. B. wurde einmal eine falsche Adresse auf die Plakate gedruckt: das hochschuleigene "FuckUp").

Einen **Bericht** und Sammlung der medialen Berichterstattung an Hochschulleitung weiterleiten.

Ggf. **Artikel** für den Jahresbericht der Hochschule verfassen.



TIPPS & ERFAHRUNGEN

- Frühzeitig mit der Planung beginnen.
- Aktivierung **sämtlicher** möglicher Netzwerke für die Akquise der Speaker*innen und zur Bewerbung der Veranstaltung.
- Veranstaltungsformat und Titel frühzeitig von der Hochschulleitung genehmigen lassen.
- Backup Speaker*innen zur Verfügung haben.
- Für ein nettes Ambiente (Beleuchtung, Musik, Getränke) sorgen.
- Gut kommunizieren, was sich hinter der Veranstaltung/dem Titel verbirgt (auch auf Plakaten, Flyern und Bannern).
- Ausgewertete Evaluationsbögen bisheriger Veranstaltungen im Projekt verfügten über eine sehr positive Rückmeldung (Weiterempfehlung von 100 %) sowie konstruktiver Verbesserungsvorschläge.



Autorenverzeichnis

- > matrix GmbH & Co. KG: Next Career

Mit der freundlichen Unterstützung von

- > Bergische Universität Wuppertal: Bergauf
- > Hochschule Niederrhein & Hochschule Rhein-Waal: NEXT STEP niederrhein
- > Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn: Rundum beraten – Zukunft starten
- > Universität zu Köln: Next Career Uni Köln
- > Westfälische Hochschule: NEUSTART!

