

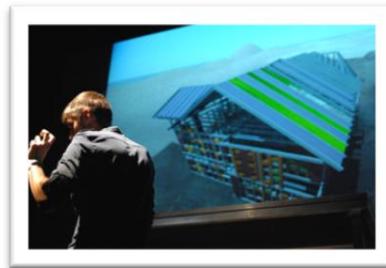
DIE "ZURÜCK IN DIE ZUKUNFT" NACHT

(z.B. SUE sowie zusätzliche Mittel > Creative NRW, Kultursekretariat NRW, Metropole Ruhr)

Mögliche attraktive Locations: Eco-Fashion-Stores, Co-Working Spaces (Raum für Kreative, die gemeinschaftlich an Zukunftsszenarien arbeiten, denken, Allerweltshaus (Köln))

Kurz-Konzept:

- Die „Zukunftsnacht“ vereint in dieser neuen Form der Zusammenkunft die Partner, Akteure und Denker mit der „Nachhaltigkeits-Szene“ der verschiedenen teilnehmenden Regionen. Ca. 40-80 Gäste, die sich in ihrer Gesinnung oder der unternehmerischen Ausrichtung dem Themenkomplex Nachhaltigkeit verschrieben haben, treffen im Rahmen der „Zurück in die Zukunft“ Nacht aufeinander
- Sogenannte Multi-Stakeholder-Dialoge zwischen Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Gesellschaft versprechen die Gestaltbarkeit einer zunehmend vernetzteren Welt. Dieser Austausch soll angeregt und gestärkt werden. Wirtschaftsgrößen, bekannte Persönlichkeiten der Stadt sowie Engagierte und Interessierte begegnen sich in ungezwungener Atmosphäre, um ihr Netzwerk zu erweitern und sich auszutauschen.



- Im Vordergrund steht bei der Zusammenkunft nicht nur ein klassischer Austausch, sondern auch die Vermittlung von konkreten Inhalten, u.a. über das Format „Pecha-Kucha“. Bei dieser attraktiven Vortragstechnik werden zu einem mündlichen Vortrag passende Bilder (Folien) an die Wand projiziert. Die Anzahl der Bilder ist dabei mit 20 Stück ebenso vorgegeben wie die 20-sekündige Dauer der Projektionszeit je Bild. Die Gesamtdauer des Vortrags beträgt damit 6 Minuten 40 Sekunden. Unternehmen und Vereine bieten sich bei dieser Aktion die Gelegenheit, innerhalb kurzer Zeit ihre Ideale und Visionen unter nachhaltigen Gesichtspunkten zu präsentieren.
- Kulturelle sowie kulinarische Attraktionen runden diese Programm ab.
 - o Konzert (Jazz, Pop, Weltmusik)
 - o Dj (Weltmusik)
 - o Catering: Fingerfood, Suppen, Wein, Desserts



- Die Veranstaltung / Veranstaltungsreihe dient dazu eine hohe mediale Aufmerksamkeit zu erreichen. Das Nachhaltigkeitsbewusstsein sowohl von Wirtschaftstreibenden als auch von Multiplikatoren zu schärfen und über die Streuung gezielter Informationen Aufklärung zu leisten.
- Ziele
 - o Vernetzung fördern
 - o Neue Zielgruppen erreichen (Wirtschaftsverbände, Unternehmen, Wirtschaftsförderer)
 - o Öffentlichkeitsarbeit zu dem Thema