



NICE TO HOST YOU

FOTO IG @HYPEAT

Die Zukunft gehört der Kraft echter menschlicher Verbindungen.

Menschen erinnern sich vor allem daran, wie sie sich in deiner Nähe gefühlt haben. Noch nie zuvor waren wir so vernetzt.

Und noch nie zuvor haben wir echte menschliche Nähe so sehr gebraucht. Jeden Tag erhalten wir Hunderte von Nachrichten, sehen Tausende von Bildern und führen unzählige Gespräche. Wir können überall sein, ohne unseren Ort zu verlassen.

Und doch ist es nicht die Anzahl unserer Kontakte, die uns einander näherbringt. Es ist die Präsenz. Das Gespräch. Eine Erfahrung, die uns noch lange begleitet, nachdem der Bildschirm längst dunkel geworden ist.



FOREWARD

**Menschen werden vergessen, was du gesagt hast.
Menschen werden vergessen, was du getan hast.
Aber sie werden nie vergessen, wie sie sich in deiner Gegenwart
gefühlt haben. — Maya Angelou**

Harvard hat über acht Jahrzehnte hinweg untersucht, was Menschen ein langes und glückliches Leben ermöglicht. Die Antwort war erstaunlich einfach.

Es sind Beziehungen.

Keine Apps. Keine Algorithmen. Keine Zahl von Followern.
Beziehungen.

Seit mehr als zwanzig Jahren arbeite ich an Kommunikation, Events und Projekten für Marken und Kulturinstitutionen. Mit der Zeit habe ich verstanden: Menschen kommen nicht wegen des besten Caterings oder der größten Bühne zurück. Sie kommen zurück, weil sie sich an ein Gefühl erinnern.

Dieses Journal ist aus einer einzigen Frage entstanden:

Wie gestalten wir Erlebnisse, die Menschen wirklich miteinander verbinden?

Nicht als Dekoration für ein Programm. Nicht als Kulisse für Instagram.

Sondern als Architektur der Begegnung – als Räume, aus denen Menschen verändert hervorgehen.



THE BUBBLE EFFECT

**Wir leben in der vernetztesten Welt der Geschichte.
Und doch haben wir echte menschliche Nähe nie dringender
gebraucht.**

In den letzten zehn Jahren hat uns die Technologie eines versprochen:
dass wir jederzeit und überall mit jedem verbunden sein können.

Sie hat dieses Versprechen gehalten. Und gleichzeitig ein Problem geschaffen,
das niemand vorhergesehen hat.

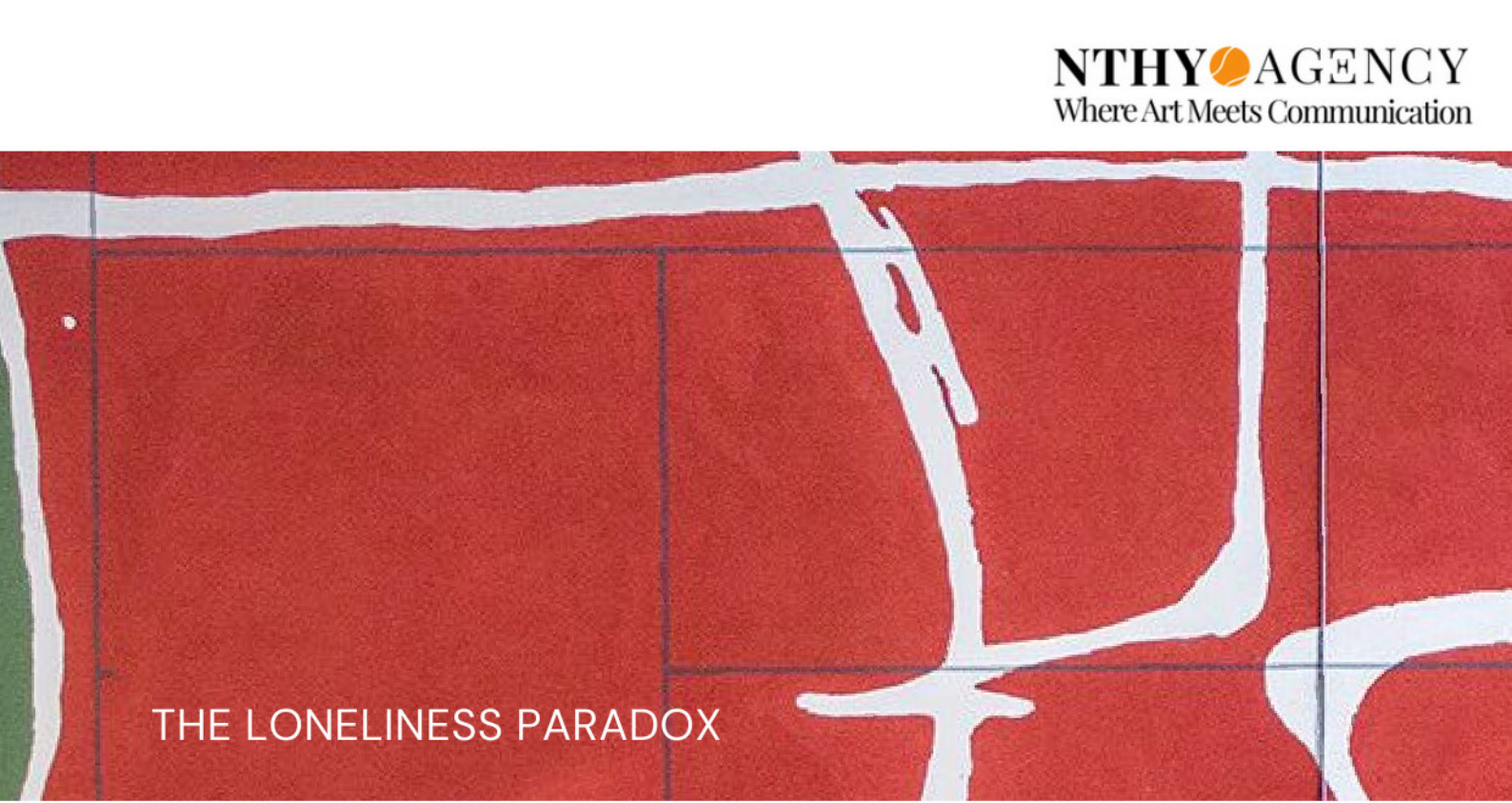
Algorithmen sind darauf ausgelegt, unseren nächsten Klick vorherzusagen.
Nicht, um uns etwas Neues zu zeigen, sondern um uns möglichst lange auf der
Plattform zu halten. Je besser sie uns kennenlernen, desto seltener begegnen
wir Menschen, Ideen und Perspektiven außerhalb unserer eigenen Bubble.

Plattformen, die auf Engagement optimiert sind, sind nicht auf Verständnis
ausgerichtet. Deshalb brauchen wir umso mehr Räume, in denen wir Menschen
begegnen, mit denen wir online wahrscheinlich nie ins Gespräch gekommen
wären. Neue Gedanken entdecken.

Die eigene Bubble verlassen.

Gut gestaltete Erlebnisse, Konferenzen, Workshops und Kulturveranstaltungen
schaffen genau das.

Sie sind das Gegenmittel zur Bubble.



THE LONELINESS PARADOX

**“Good relationships keep us happier and healthier. Period.”
— Robert Waldinger — Harvard Study of Adult Development**

Einsamkeit kann krank machen. Nicht metaphorisch. Ganz konkret.

1 von 6

So viele Menschen weltweit erleben Einsamkeit.

Quelle: WHO, From Loneliness to Social Connection, 2025.

2023 veröffentlichte der U.S. Surgeon General einen Bericht, den man nur schwer ignorieren kann.

Die gesundheitlichen Auswirkungen mangelnder sozialer Verbundenheit können mit denen des Rauchens von bis zu 15 Zigaretten am Tag vergleichbar sein. Einsamkeit und soziale Isolation sind längst kein Randphänomen mehr.

Seit mehr als achtzig Jahren untersucht die Harvard Study of Adult Development, was Menschen gesund, glücklich und langfristig zufrieden macht. Eine der wichtigsten Erkenntnisse: Starke soziale Beziehungen spielen dabei eine entscheidende Rolle. Nicht Einkommen. Nicht Status. Nicht Erfolg. Beziehungen.

In einer Welt, die immer mehr Möglichkeiten bietet, miteinander verbunden zu sein, wächst gleichzeitig die Zahl der Menschen, die sich einsam fühlen.

Das ist nicht nur ein technologisches Paradox. Es ist auch eine Frage der Gestaltung.

Die Räume, die wir schaffen – physisch wie digital – sind häufig auf Content, Klicks und Conversion optimiert. Nicht darauf, echte Beziehungen entstehen zu lassen.

Es ist Zeit, das zu ändern.

Journal

Wann hast du dich zuletzt wirklich mit anderen Menschen
verbunden gefühlt?
Was hat diesen Moment besonders gemacht?

Wie oft hast du diese Woche mit jemandem von Angesicht
zu Angesicht gesprochen – ohne Bildschirm dazwischen?
Wie hat sich das auf dein Wohlbefinden ausgewirkt?

Welche Menschen möchtest du um dich
haben?
Welches Umfeld möchtest du für dich
schaffen?





THE EXPERIENCE ECONOMY

"Businesses must orchestrate memorable events for their customers, and that memory itself becomes the product."

B. Joseph Pine II & James H. Gilmore — The Experience Economy

Robert Waldinger — Harvard Study of Adult Development

Die Erinnerung ist das Produkt.

1998 veröffentlichten B. Joseph Pine II und James H. Gilmore in der Harvard Business Review einen Artikel, der die Art und Weise veränderte, wie wir über Wertschöpfung denken.

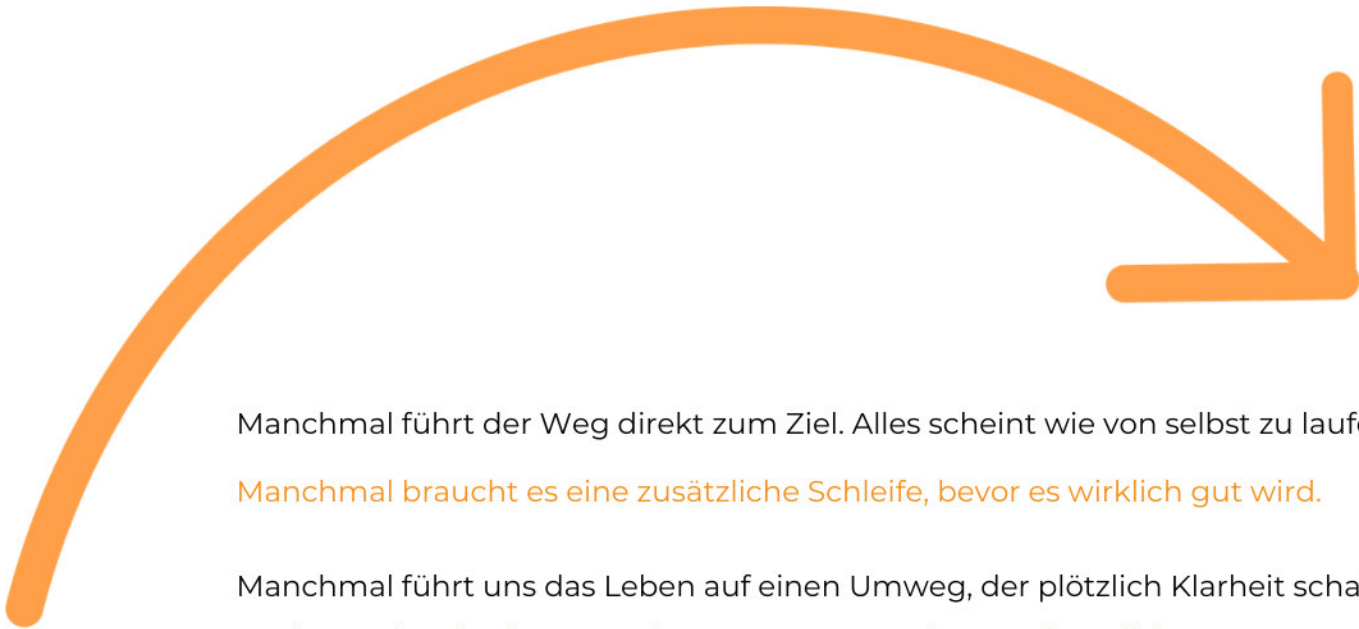
Ihre These war einfach: Die Wirtschaft hat sich von Waren über Produkte und Dienstleistungen hin zu Erlebnissen entwickelt. Jede neue Stufe schafft mehr Wert – und höhere Margen.

Zwei Tassen Kaffee können ähnlich schmecken. Doch das Erlebnis kann ihren wahrgenommenen Wert grundlegend verändern. Starbucks verkauft nicht nur Kaffee – die Marke schafft einen Ort für Begegnung, Arbeit und eine kurze Pause vom Alltag. Genau dieses Erlebnis trägt dazu bei, dass Menschen bereit sind, mehr zu bezahlen und wiederzukommen.

Pine und Gilmore argumentierten, dass Unternehmen unvergessliche Erlebnisse gestalten müssen, weil die Erinnerung selbst zum Produkt wird. Mehr als 25 Jahre später ist diese Idee aktueller denn je – und vielleicht sogar relevanter, als ihre Autoren damals ahnen konnten. Denn heute wissen wir: Erinnerung allein reicht nicht.

Die besten Erlebnisse hinterlassen nicht nur Erinnerungen. Sie schaffen Gemeinschaft. Sie schaffen Beziehungen. Und sie schaffen den Wunsch, zurückzukehren.

FLOW IS NEVER LINEAR



Manchmal führt der Weg direkt zum Ziel. Alles scheint wie von selbst zu laufen.

Manchmal braucht es eine zusätzliche Schleife, bevor es wirklich gut wird.

Manchmal führt uns das Leben auf einen Umweg, der plötzlich Klarheit schafft.

Und manchmal erkennen wir erst unterwegs, dass es eigentlich um etwas ganz anderes geht.

Jedes Projekt beginnt mit einer Idee, endet aber fast nie genau dort, wo es ursprünglich geplant war. Auf dem Weg entstehen neue Gespräche, Inspirationen und unerwartete Entdeckungen. Und oft sind es genau diese Momente, die das Ergebnis am Ende besser machen als die ursprüngliche Vision.





WHY AI MAKES EXPERIENCES MORE VALUABLE

Je mehr AI, desto wertvoller wird echte menschliche Präsenz.

Der Future of Jobs Report des World Economic Forum zeigt, welche Kompetenzen in den kommenden Jahren besonders an Bedeutung gewinnen. Ganz oben stehen nicht nur technische Fähigkeiten.

Kreativität. Empathie. Leadership. Zusammenarbeit. Vertrauen.

AI ist hervorragend darin, Daten zu verarbeiten, Inhalte zu generieren und repetitive Aufgaben zu automatisieren.

Doch menschliche Intuition, Empathie und echte Präsenz bekommen gerade deshalb eine neue Bedeutung.

Studien und Analysen von McKinsey zeigen immer wieder, wie wichtig Zusammenarbeit, Vertrauen und eine starke Unternehmenskultur für leistungsfähige Organisationen sind.

Technologie ist ein Werkzeug. Kultur ist ein Wettbewerbsvorteil.

Darin liegt das Paradox von AI: Je stärker unser Alltag automatisiert wird, desto wertvoller werden Erfahrungen, die nicht von einem Algorithmus bestimmt sind.

AI kann uns helfen, schneller zu gestalten und intelligenter zu arbeiten. Doch Menschen geben Erfahrungen Bedeutung. Kein Algorithmus ersetzt die Qualität echter Begegnungen, Aufmerksamkeit und Emotionen, die lange in Erinnerung bleiben.

Kreativität.

Resilienz.

Führungskompetenz.

Empathie.

Zusammenarbeit.

— WORLD ECONOMIC FORUM — FUTURE OF JOBS REPORT



COMMUNITY IS THE NEW COMPETITIVE ADVANTAGE

Unternehmen konkurrieren längst nicht mehr nur über Produkte. Sie konkurrieren um die Fähigkeit, Communities aufzubauen.

Lange konkurrierten Unternehmen über Produkte. Später über Marken. Heute zunehmend über Communities. Die wertvollsten Erlebnisse enden nicht mit dem letzten Programmpunkt. Sie werden zum Anfang von Gesprächen, Partnerschaften, Projekten und Vertrauen.

McKinsey weist darauf hin, dass erfolgreiche Organisationen Umfeldern schaffen, die von Zusammenarbeit, Wissensaustausch und starken Beziehungen geprägt sind. In einer technologisierten Welt entsteht Wettbewerbsvorteil nicht mehr nur durch das, was ein Unternehmen anbietet – sondern auch durch die Beziehungen, die es aufbauen kann.

LEGO bezieht seine Community seit Jahren aktiv in die Entwicklung neuer Sets ein. Fans kaufen nicht nur Produkte – sie teilen Ideen, stimmen über Projekte ab und gestalten die Marke mit. Das zeigt: Die stärksten Marken bauen nicht nur einen Kundenstamm auf. Sie bauen Communities auf.

NTHY Agency organisiert nicht einfach Events. Wir gestalten Räume, in denen Communities entstehen können.

Deshalb stellen wir uns vor jedem Projekt eine Frage:

Wie schaffen wir es, dass Menschen nicht nur als Publikum kommen – sondern als Teil von etwas Größerem nach Hause gehen?

Journal

Welche Community baust du auf – bewusst oder unbewusst?
Wer sind die Menschen, die immer wieder zu dir zurückkommen?

Was sollen Menschen fühlen, wenn sie deine Events oder Räume verlassen?
Und wie oft misst du, ob dir das tatsächlich gelingt?

Wenn du eine einzige Begegnung gestalten könntest, die die Beziehungen
zwischen den Teilnehmenden verändert – wie würde sie aussehen?



We Don't Design Events.
We Design Human Connection.

Vom Event zum Format.

Vom Erlebnis zur Wirkung.

Ein Event besteht aus Raum, Programm, Speaker:innen und Catering. Ein Erlebnis ist das, was bleibt, wenn all das vorbei ist.

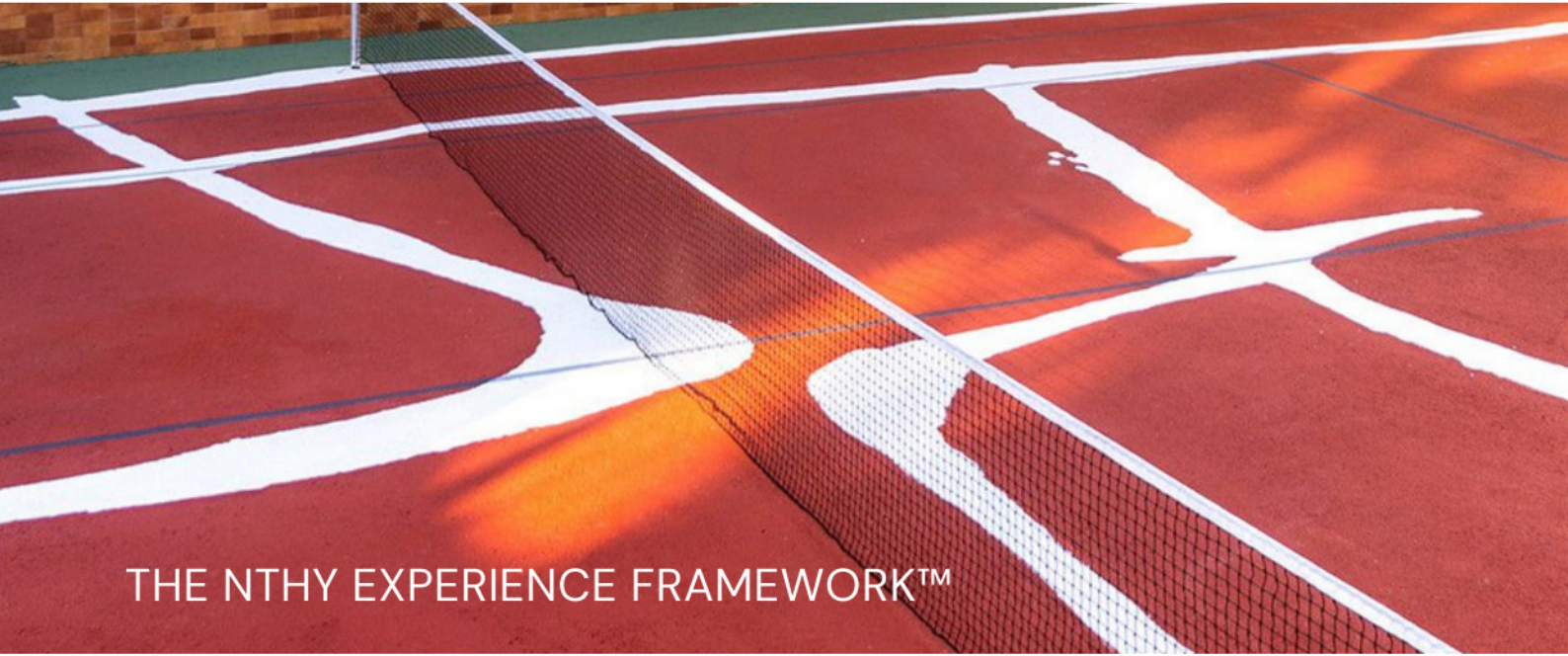
Wir fragen nicht, wie viele Speaker:innen auf der Bühne stehen sollen. Wir fragen, welche Gespräche wir anstoßen wollen. Wir fragen nicht, wie groß das Budget für die Inszenierung sein sollte. Wir fragen, wie der Raum Begegnungen ermöglichen kann.

Wir fragen nicht, wie wir noch mehr Inhalte ins Programm packen können. Wir fragen, wie viel Raum wir für spontane Begegnungen lassen. Denn die wichtigsten Gespräche stehen selten auf der Agenda.

Wir wissen – und Studien bestätigen es –, dass einige der wertvollsten Momente einer Konferenz außerhalb des offiziellen Programms entstehen. In der Kaffeepause. Beim Abendessen. Auf dem Weg zum Taxi.

Deshalb gestalten wir nicht nur Programme.
Wir gestalten die Architektur der Begegnung.
Räume, in denen Zufälle möglich werden.
In denen Gespräche entstehen können.

Und in denen Menschen länger bleiben möchten, als sie ursprünglich geplant hatten.



THE NTHY EXPERIENCE FRAMEWORK™

Jedes Erlebnis, das wir gestalten, beginnt mit vier Fragen.

01 FEEL

beginnt mit einem Gefühl.

Bevor Menschen sich an Worte erinnern, erinnern sie sich daran, wie sie sich gefühlt haben. Emotionen prägen den ersten Eindruck und schaffen Raum für echtes Engagement.

Menschen fühlen?

Nicht was – sondern wie.

Jedes wertvolle Erlebnis

Wie sollen sich die

02 CONNECT

Verbindungen entstehen durch echte Gespräche, gemeinsame Werte und ein Gefühl der Zugehörigkeit. Die stärksten Communities entstehen nicht durch Marketingkampagnen, sondern durch Menschen, die sich als Teil von etwas Größerem fühlen.

miteinander verbinden?

Und mit wem? Mit welchem Ziel?

Wen möchten wir

03 REMEMBER

Menschen erinnern sich nicht an jedes Detail eines Events oder Projekts. Sie erinnern sich an Momente, die sie berührt, inspiriert oder ihnen das Gefühl gegeben haben, gesehen zu werden. Genau diese Momente werden zu Erinnerungen.

erinnern?

Nicht an das Programm. An den Moment.

Woran sollen sie sich

04 RETURN

Der größte Erfolg eines Erlebnisses ist nicht der einmalige Wow-Effekt. Es ist die Entscheidung, zurückzukommen, es weiterzuempfehlen und erneut Teil derselben Geschichte sein zu wollen. Dann wird aus einem Erlebnis eine langfristige Beziehung.

sollten Menschen zurückkommen?

Nicht aus Pflicht. Aus Überzeugung.

Warum

REFLECTION

01

Welches Erlebnis hat dich zuletzt wirklich berührt?

Was hat dazu geführt, dass es dir in Erinnerung geblieben ist?

02

Welche Community baust du auf – bewusst oder unbewusst?

Wer sind die Menschen, die immer wieder zu dir zurückkommen?

03

Wenn du ein einziges Event gestalten könntest, das die Beziehungen zwischen den

Teilnehmenden verändert – wie würde es aussehen?

04

Was sollen Menschen fühlen, wenn sie deine Events verlassen?

Wie oft überprüfst du, ob dir das tatsächlich gelingt?

Wenn du darüber sprechen möchtest, wie wir Erlebnisse gestalten können, die Menschen wirklich verbinden, schreib uns an info@nthy-agency.com

Journal

Welches Erlebnis hat dich zuletzt wirklich berührt?
Was hat dazu geführt, dass es dir in Erinnerung geblieben ist?

Wenn du ein Jahr Zeit und ein unbegrenztes Budget hättest, um eine
Community aufzubauen – was würdest du schaffen?

Beschreibe NTHY Agency in einem Satz – aus deiner Perspektive.
(Nicht aus unserer. Aus deiner.)



ABOUT NTHY – AGENCY

Wir gestalten Erlebnisse.

Wir bauen Communities auf.

Wir verbinden Kultur und Business.

NTHY Creative Agency Hub arbeitet an der Schnittstelle von Kultur, Business und Design. Unser Name steht für Nice To Host You.

Das ist mehr als eine höfliche Begrüßung. Es ist eine Haltung. Hospitality bedeutet für uns weit mehr als Gastfreundschaft. Es ist die Kunst, Räume zu schaffen, in denen Menschen sein möchten. In denen sie sich gesehen fühlen. Und an die sie gerne zurückkehren.

Wir arbeiten mit Marken, Kreativen, Künstler:innen, Expert:innen und Organisationen, die mehr schaffen wollen als nur Reichweite.

Unsere Schwerpunkte:

- Storytelling
- Kultur
- Creative Production
- Internationale Zusammenarbeit

Wir glauben an eine einfache Idee: Die besten Dinge in Business und Kultur entstehen nicht im Konferenzraum, nicht auf der Bühne und nicht in einer Präsentation.

Sie entstehen im Gespräch.

Dazwischen. Danach.

Unsere Aufgabe ist es, Räume zu schaffen, in denen genau diese Gespräche möglich werden.



LET'S BUILD STORIES PEOPLE REMEMBER

Vielleicht gestalten wir das nächste Erlebnis gemeinsam?

Wenn du bis hierher gelesen hast, weißt du wahrscheinlich, dass du nach etwas mehr suchst.

Mehr als nach einer klassischen Konferenz.
Mehr als nach einem Event, das mit dem letzten Gast endet.
Mehr als nach Reichweite.

Du suchst nach einem Erlebnis, das bleibt.
Nach einer Community, die wächst.
Nach Beziehungen, die Bedeutung haben.

Wir sind NTHY Agency. Und wir möchten dir eine Frage stellen:

Wie sollen sich Menschen fühlen, wenn sie gehen?

Schreib uns:

info@nthy-agency.com

Oder:

Instagram: [@nthy_agency](https://www.instagram.com/nthy_agency)

LinkedIn: [Nice-to-host-You-Agency](https://www.linkedin.com/company/nice-to-host-you-agency)

We'd love to host you.



FOT. IG @HYPEART