



Meetovate deine Meetings

- und mach' sie noch erfolgreicher!

Kennen wir nicht alle diese Situationen in Meetings, Veranstaltungen oder Konferenzen?

- keine Lust auf Teilnahme und Aktivität
- langweiliges Sitzen macht uns inaktiv
- niedrige Gehirnaktivität
- die Räumlichkeiten nehmen uns Energie und bremsen unsere Kreativität



Fazit:

- Teilnehmer mit geringen Leistungen
- wenig Output bei hohem zeitlichen Input
- niedrige Rendite (Return of Investment) für das Unternehmen!



Was ist Meetovation?

Meetovation:

Ein neues und innovatives Konzept bestehend aus vier Elementen*, die eine hohe Rendite (Return of Investment) für Unternehmen garantieren. Das Wort ist eine Kombination aus „Meeting“ und „Motivation“

Grundlage:

Mehrere Jahre wissenschaftliche Studien und Forschungen in der weltweiten Meetingbranche

Zielgruppen:

Unternehmen, die ihre Mitarbeiter, Kollegen, Geschäftspartner und Kunden in Meetings und Konferenzen zu besseren und höhere Leistungen in ihren Meetings und Konferenzen aktivieren und animieren wollen und / oder die Zusammenarbeit verbessern wollen

*Elemente werden auf den folgenden Slides erläutert



Warum Meetovation? „Meeting Gegenwart und jetzt“

- Meetovation ist ein neues innovatives Meetingprodukt, das VisitDenmark – Dänemarks offizieller Tourismuszentrale – in Zusammenarbeit mit der dänischen Meetingindustrie entwickelt hat.
- Während man vor Jahrzehnten beim Fernsehen nur zwischen drei öffentlichen TV-Kanälen wählen konnte, stehen dem Verbraucher heute je nach Anschluss hunderte von öffentlichen und privaten TV-Kanälen zur Verfügung. Gleichzeitig haben sich die verschiedenen Kommunikationsmöglichkeiten rasant entwickelt. Von Brief und Telefon hin zu Social Networks, SMS und virtuellen Welten.

Die internationale Meetingindustrie hat sich hingegen kaum entwickelt. Zwar hat sich die Hardware wie die Konferenz-Technik dem heutigen Standard angepasst, doch der Inhalt und der Ablauf einer Konferenz oder eines Meetings ist mehr oder weniger gleich geblieben.

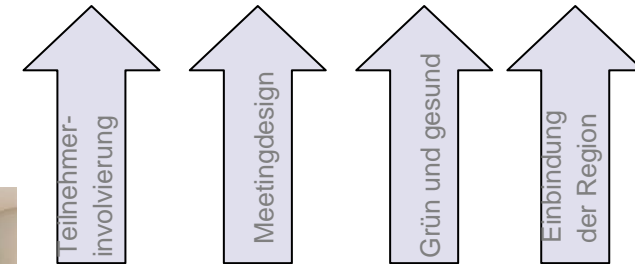
Es folgt eine Powerpoint Präsentation nach der anderen, die Teilnehmer werden nicht eingebunden und meist nehmen die Konzentration und das Auffassungsvermögen der Teilnehmer schon nach einer Stunde rapide ab.



Warum Meetovation?

- Da sich die Gesellschaft ändert und neue Generationen, wie z.B. die Generation Y*, nachkommen, steht die Meetingbranche weltweit vor großen Herausforderungen.
- **Genau da setzt Meetovation an.**
- Das Produkt basiert auf folgenden wissenschaftlichen Studien:
- Eine Studie der Organisation Meeting Professionals International (MPI) ergab, dass die Kunden der Zukunft nach neuen Meetingformen und neuen Konzepten fragen.
- Gleichzeitig wird die Zeit auch für Meetings und Konferenzen knapper, damit rückt der Return of Investment mehr und mehr in den Vordergrund. Gleichzeitig kommen die Themen Corporate Social Responsibility und grüne Meetings immer in den Vordergrund.

ROmI



*Generation Y oder auch Millennials genannt, sind nach 1980 geboren und gelten als gut ausgebildet. Sie zeichnen sich durch eine technologieaffine Lebensweise aus, da es sich um die erste Generation handelt, die größtenteils in einem Umfeld von Internet und mobiler Kommunikation aufgewachsen ist. Millennials arbeiten lieber in virtuellen Teams anstatt in tiefen Hierarchien. Sie sind multikulturell und weltoffen und arbeiten zusammen, ohne sich den Kopf über traditionelle Rollen (zum Beispiel Geschlecht) oder ethnische Herkunft zu zerbrechen.

Meetovation ist innovativ, weil....

Meetovation ist innovativ, weil es der Meetingindustrie eines Landes (nationale Meetingbranche gemeinsam mit den offiziellen Institutionen Dänemarks) erstmals gelungen ist, bestehende Grenzen zu übertreten, Regeln zu brechen und einen Schlussstrich unter die Tradition der One-way-Communication auf Konferenzen und großen Meetings zu ziehen.

Meetovation ist innovativ, weil die dänische Meetingindustrie eine spannende Alternative zu herkömmlichen Meetings bietet und mit langweiligen Meetings Schluss macht.

Meetovation ist innovativ, weil es erstmals folgende Elemente zu einem einheitlichen Meetingprodukt vereint:

= ROmI (Return on Meeting Investment)

- Teilnehmerinvolvierung
- Grüne Meetings
- Meetingdesign
- Einbindung der Region

Beispiel Meetingdesign, bitte hier klicken

<http://www.youtube.com/watch?v=ErU1xrngXV8>

Teilnehmerinvolvierung:

Meetovation involviert nicht nur die Vortragenden, sondern bindet jeden einzelnen Teilnehmer eines Meetings aktiv ein. Diese aktive Teilnehmerinvolvierung resultiert - verglichen mit herkömmlichen Meetings - nachweislich in einem höheren Output und somit in einem erfolgreicherem und nachhaltigerem Effekt des Meetings.

Grüne Meetings:

Gesundes Essen und Ernährung fördern die Konzentration aktiver Menschen in Form von Brain-Food. Darüber hinaus werden Räumlichkeiten genutzt, die über ein Umweltsiegel verfügen, wie z.B. The Green Key. Umweltfreundliche Transportformen werden mit eingebaut.

Meetingdesign:

Durch untraditionelle Gestaltung der Konferenz- und Meetingräume fördert man die Kreativität und Leistung der Teilnehmer.

Einbindung der Region:

Einbindung der lokalen Umgebung, um einen Ausgleich zu dem fachlichen Programm zu schaffen.

= **ROI für das Unternehmen und Mitarbeitern**

Meetovation hat eine starke Wirkung, weil....

- Meetovation hat eine starke Wirkung, weil sowohl Firmen als auch „Meetinggurus“ Meetovation als Produkt der Zukunft sehen.
- Das dänische Pharma-Unternehmen Novo Nordisk, das Weltmarktführer im Sektor [Diabetes](#)-Pharmazie ist und in diesem Bereich die breiteste Produktpalette der gesamten Industrie anbietet, macht Meetovation zur Pflicht. Alle Konferenzplaner, die bei Novo Nordisk beschäftigt sind, müssen die Meetovation Ausbildung durchlaufen. Dazu ein Kommentar von Marika Rasmussen, Spezialistin für Meetingmanagement bei Novo Nordisk:

“We had a lot of ‘a-ha’ moments during the Meetovation training and it’s been a really big win for us. We really feel that our meeting planners are now able to hold better learning meetings and it’s much easier for the delegates to learn.”

- Darüber hinaus hat der bekannte Business Speaker und Autor Peter Fisk (<http://www.marketinggeniuslive.com/>) kürzlich bestätigt, dass er in seinen künftigen Vorträgen Meetovation als Meetingprodukt der Zukunft erwähnen wird. Denn er war bei einer Veranstaltung selbst Zeuge eines Meetovation-Trainings und konnte dabei das Produkt hautnah erleben.
- Auch der Autor Maarten Vanneste schreibt in seinem Buch „Meeting Architecture“ über Meetovation.

Meetovation ist attraktiv, weil....

- Meetovation ist attraktiv, weil zahlreiche Medien das Produkt schon aufgegriffen haben.
- Anbei eine kleine Übersicht mit Pressemitteilungen.
- Beispiele von Artikeln:
 - http://www.meetpie.com/documents/archives/MIT_652052_ANATOMY%20OF%20A%20MEETING.pdf
 - http://www.steigenbergerhotelgroup.com/aw/Steigenberger_Hotel_Herrenhof_Wien/Tagungen/~ijld/Event-Report/
 - <http://www.tw-media.com/aktuelles/pages/openpdf.prl?name=19.pdf&id=19>
 - <http://www.mpiweb.org/Magazine/Archive/US/December2009/RethinkingTheImpactOfTheMeetingIndustry>
 - <http://www.eventoplus.com.ar/articulo/171/4/nuevos-formatos-de-comunicacion/>
 - http://issuu.com/scanmagazine/docs/scanmagazine_17_april_2010

Was macht Meetovation anders?

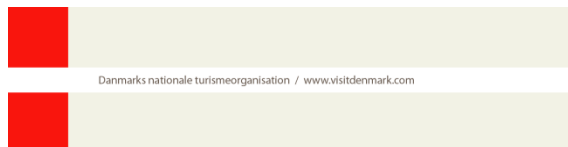
Konklusion:

Meetovation bündelt die verschiedenen Ergebnisse wissenschaftlicher Untersuchungen in einem einheitlichen Konzept.

Durch Ausbildung sogenannter Meetovators und Ausweitung derer Kompetenzen, die dadurch aktiv den Konferenzplaner herausfordern, sein Meeting oder Konferenz effizienter zu gestalten.

Fokus weg von der Logistik und physischen Rahmenbedingungen hin zu Kundenfokus und Output des Meetings.

Fokus auf Wissensteilung und Lernprozesse.



“Einfach, praktisch Meetovation”

- Mit diesem Konzept kann ein Unternehmen mit wenig Geld, innovativen Ideen und Out-of-the-box-Meetings höhere Leistungen von Mitarbeitern erzielen und dabei eine größere Rendite von Meetings erreichen...
 - Ist das nicht unsere Ziel?