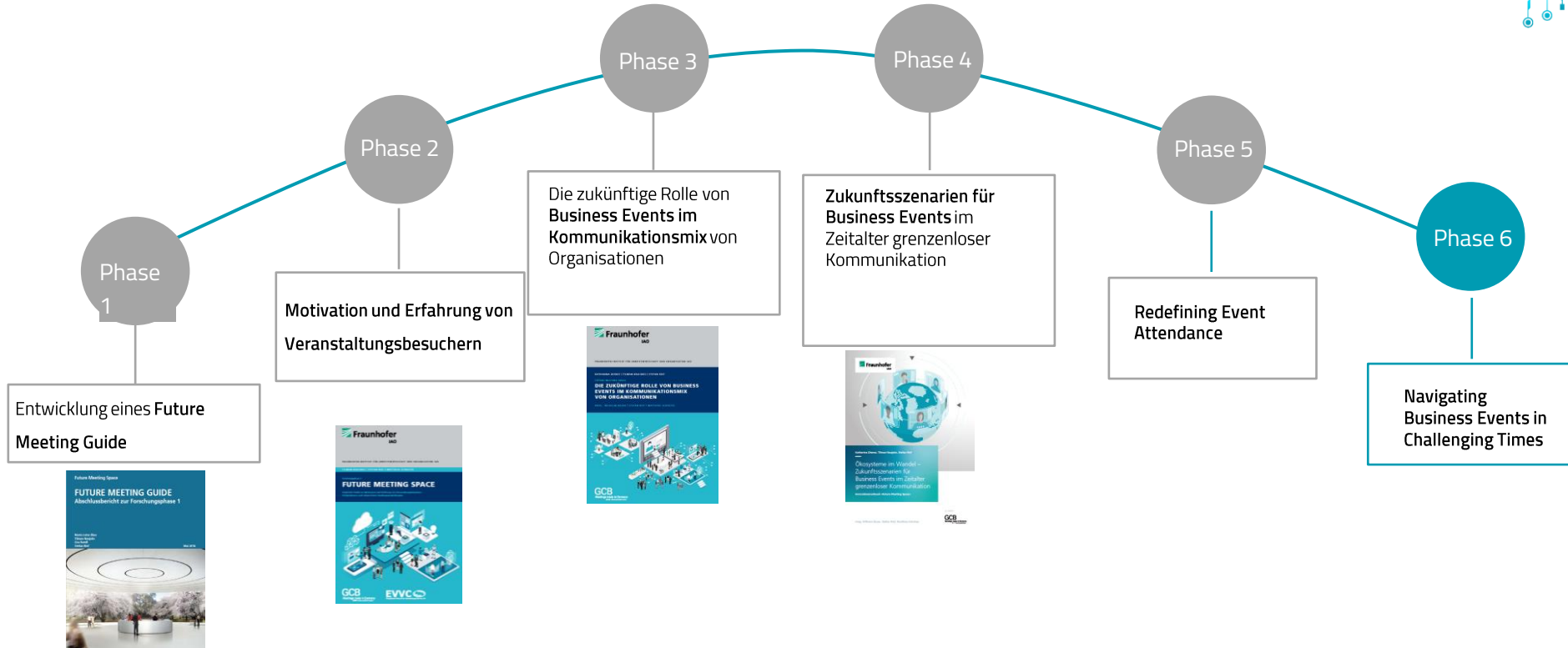


Navigating Business Events in Challenging Times

Future Meeting Space

Forschungsthema 2023 - Phase VI

● Projektskizze



Ausgangssituation



Ausgangssituation

Business Events sind als Plattformen für den Wissensaustausch und zur Vernetzung von Menschen echte Multitalente.

Doch in einer Zeit, in der wir einer Vielzahl globaler Herausforderungen und Krisen gegenüberstehen, müssen auch Meetings, Tagungen und Kongresse neu justiert werden.

Welche Lösungsansätze können Business Events im Kontext von Klimawandel, Pandemie, internationaler Konflikte oder Energiefragen bieten? Und umgekehrt: Wie beeinflusst diese Multikrisen-Situation die Umsetzung von Veranstaltungen sowie deren strategische und konzeptionelle Ausrichtung?

Unter dem Motto „Navigating Business Events in Challenging Times“ stehen diese Fragen im Zentrum von Future Meeting Space 2023.

Forschungsfragen



- Welche veränderten Auslöser/Motive und neuen Hemmnisse gibt es für bzw. sprechen gegen die Durchführung von Business Events (the reason why/...why not)?
- Welchen Beitrag können Business Events zur Bewältigung von Kriseneffekten leisten?
- Wie verändert sich die Rolle von **nachhaltigen, wirksamen, und effektvollen** Business Events in Krisenzeiten?
- Was bedeutet diese Veränderung in Hinblick auf...
 - ... Planungsvorlauf?
 - ... Kosten?
 - ... Technik?
 - ... Größe?
 - ... Format?
 - ... Dramaturgie?
 - ... Nachhaltigkeit?
 - ... Zielsetzung/-erreicherung?

Zielsetzung

Zielsetzung

- Untersuchung der Rolle/des Purpose von Business Events in Krisenzeiten als...
 - ... soziale Teilhabe
 - ... sozialer Ort
 - ... Ort des voneinander Lernens
 - ... Zusammenrücken
 - ... miteinander erleben und empfinden
 - ... gemeinsame Krisenbewältigung
 - ... Unterstützung bei Transformationsprozessen
 - ... nicht als Luxus sondern als Notwendigkeit!

Forschungsdesign

Step 1: Identifikation der Auslöser/Beweggründe für die Durchführung von Business Events

Step 2: Entwicklung von krisenrelevanten und meaningful Eventformaten und Konzepten

Step 3: Pilotierung und Evaluation von bis zu zwei Formaten zur Testung der Konzepte mit verändertem Purpose

Step 4: Reflexion und Anreicherung der entwickelten Formate und Konzepte

Step 5: Beschreibung der einzelnen Eventtypologien in einem Booklet und Ableitung/Identifikation von vertiefenden Handlungsempfehlungen

Methodisches Vorgehen Step 1-3

Step 1: Identifikation der Auslöser/Beweggründe für die Durchführung von Business Events

- Aufzeigen der bekannten Motivatoren wie z. B. Netzwerken, Zusammenkommen, Austauschen, Wissensvermittlung und Ausprobieren für die Durchführung von Business Events
- Diskussion der aufgezeigten Beweggründe und Identifikation weiterer Auslöser im Forschungspartnerkreis und in einer Fokusgruppe mit Branchenexperten

Step 2: Entwicklung von krisenrelevanten und meaningful Eventformaten und Konzepten

- Durchführung eines co-kreativen Workshops im Forschungspartnerkreis zur Identifikation von Konzepten völlig neuer Eventtypologien mit Fokus auf z. B. veränderte Kostenmodelle und Formate
- Vorbereitung, Durchführung und Aufbereitung Entwicklungsworkshops (national und international) und Experteninterviews zur Formatentwicklung

Step 3: Pilotierung und Evaluation von Formaten zur Testung der Konzepte mit verändertem Purpose

- Konzeptionelle Begleitung bei der Durchführung von völlig neuartigen Best Practice Events
- Evaluation der Best Practice Events und Aufbereitung der Ergebnisse

Step 4: Reflexion und Anreicherung
der entwickelten Formate und
Konzepte

- Aufsetzen und durchführen einer empirische Befragung zur Überprüfung der Wirksamkeit und Nutzerakzeptanz der entwickelten Eventformate
- Auswertung der Befragung und konzeptionelle Weiterentwicklung, Anreicherung und Verfeinerung der entwickelten Formate und Ergänzung im multidisziplinären Team des Fraunhofer IAO

Step 5: Beschreibung der einzelnen
Eventtypologien in einem Booklet und
Ableitung/Identifikation von
vertiefenden Handlungsempfehlungen

- Aufbereitung der entwickelten Eventtypologien und Clusterbildung nach Zielkriterien
- Ausführliche Beschreibung der Eventtypologien in einem Booklet
- Ableitung von praxisrelevanten Handlungsempfehlungen
- Verfassen einer Studie über die Kernergebnisse der Forschungsphase

Output und Leistungen

- Booklet „Eventtypologien“
- Zwischenergebnisse aus Befragung, Fokusgruppen und Experteninterviews in Form von Powerpoint-Präsentationen
- Ergebnis-Studie mit allen Ergebnissen und Handlungsempfehlungen
- Regelmäßige Forschungstreffen Online und Onsite* inkl. Workshop ggf. mit externen Referent*innen
- Einbeziehung und namentliche Nennung im Rahmen der Ergebnis-Kommunikation

* Anzahl und Art je nach Bedarf

- Laufzeit: *2023 für 12 Monate*
- Aktive Beteiligung erwünscht:
 - Teilnahme an Forschungstreffen (online und onsite)
 - Einbringen des spezifisches Branchen-Know-Hows
 - Feedback zu Fragestellungen
 - Identifikation von Expert*innen bzw. Teilnehmer*innen für Umfragen, Fokusgruppen etc.

- Mitgestaltung des Forschungsprozesses
- Vernetzung mit Partnern einer multidisziplinären Forschungsallianz
- Zugriff auf Berichte vor der Veröffentlichung sowie exklusive Studienergebnisse
- Nutzung der Forschungskompetenz des Fraunhofer IAO sowie der Expertise im Veranstaltungsmarkt des GCB German Convention Bureau e.V.
- Kommunikation und Positionierung als zukunftsorientierter, innovativer Akteur sowohl intern als auch in den nationalen und internationalen Medien

Das Forschungsprojekt richtet sich an alle Akteure, die...

- diese Forschungsergebnisse zur Entwicklung ihrer Produkte, Dienstleistungen und Organisationen nutzen wollen.
- ein starkes Interesse daran haben, ihre Organisation zu erneuern und weiterzuentwickeln.
- ihre Position auf dem Markt sichern und ausbauen wollen.

...insbesondere an:

- Veranstalter (Unternehmen, Verbände, Eigenveranstalter)
- Destinationen (Städte, Regionen, Bundesländer, Marketingverbände)
- Dienstleister rund um Veranstaltungen (Agenturen, Technikanbieter...)
- Klassische Location-Betreiber (Kongresszentren, Hotels, Eventflächen)
- Anbieter von Gewerbe- und öffentlichen Flächen

- 22.500,- Euro (zzgl. MwSt.) – GCB Mitglieder
- 27.500,- Euro (zzgl. MwSt.) – Nicht-GCB Mitglieder

Das Forschungsprojekt Future Meeting Space VI startet ab 10 Forschungspartnern.

(Projektskizze vom 2. November 2022, nicht bindend. Ein offizielles Angebot erfolgt durch das GCB German Convention Bureau e. V. auf Anfrage.)

Kontakt

Projektorganisation & Management

GCB German Convention Bureau e. V.
c/o WeWork

Taunusanlage 8, 60329 Frankfurt

www.gcb.de

Ihre Ansprechpartner*innen:

Matthias Schultze, Managing Director, schultze@gcb.de

Birgit Pacher, Manager Research & Development, pacher@gcb.de

Projektkonzeption & Durchführung

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO,
Nobelstrasse 12,
70569 Stuttgart www.iao.fraunhofer.de

Dr. Stefan Rief, Institutsdirektor, Leiter Forschungsbereich
Organisationsentwicklung und Arbeitsgestaltung,
stefan.rief@iao.fraunhofer.de

Tilman Naujoks, Projektleiter, tilman.naujoks@iao.fraunhofer.de

Milena Bockstahler, Projektleiterin, milena.bockstahler@iao.fraunhofer.de

