

PROJEKTPHASE 2

FUTURE MEETING SPACE

Ergebnisse Projektphase 1

1.1 Innovationskatalog

- ⊕ Internationale Recherche
- ⊕ Identifizierung von Innovationen

1.2 „Future Meeting Guide“

- ⊕ Identifizierung der Anforderungen zukünftiger Veranstaltungsformate
- ⊕ Entwicklung innovativer Szenarien
- ⊕ Gegenüberstellung von Formaten
- ⊕ Rückspiegelung in der Branche/am Markt

1.3 Konzeptionelle Beschreibung eines Future Meeting Room

- ⊕ Kombination verschiedener Szenario-Elemente
- ⊕ Konzeptionelle Beschreibung
- ⊕ Veranschaulichung anhand von Systemskizzen

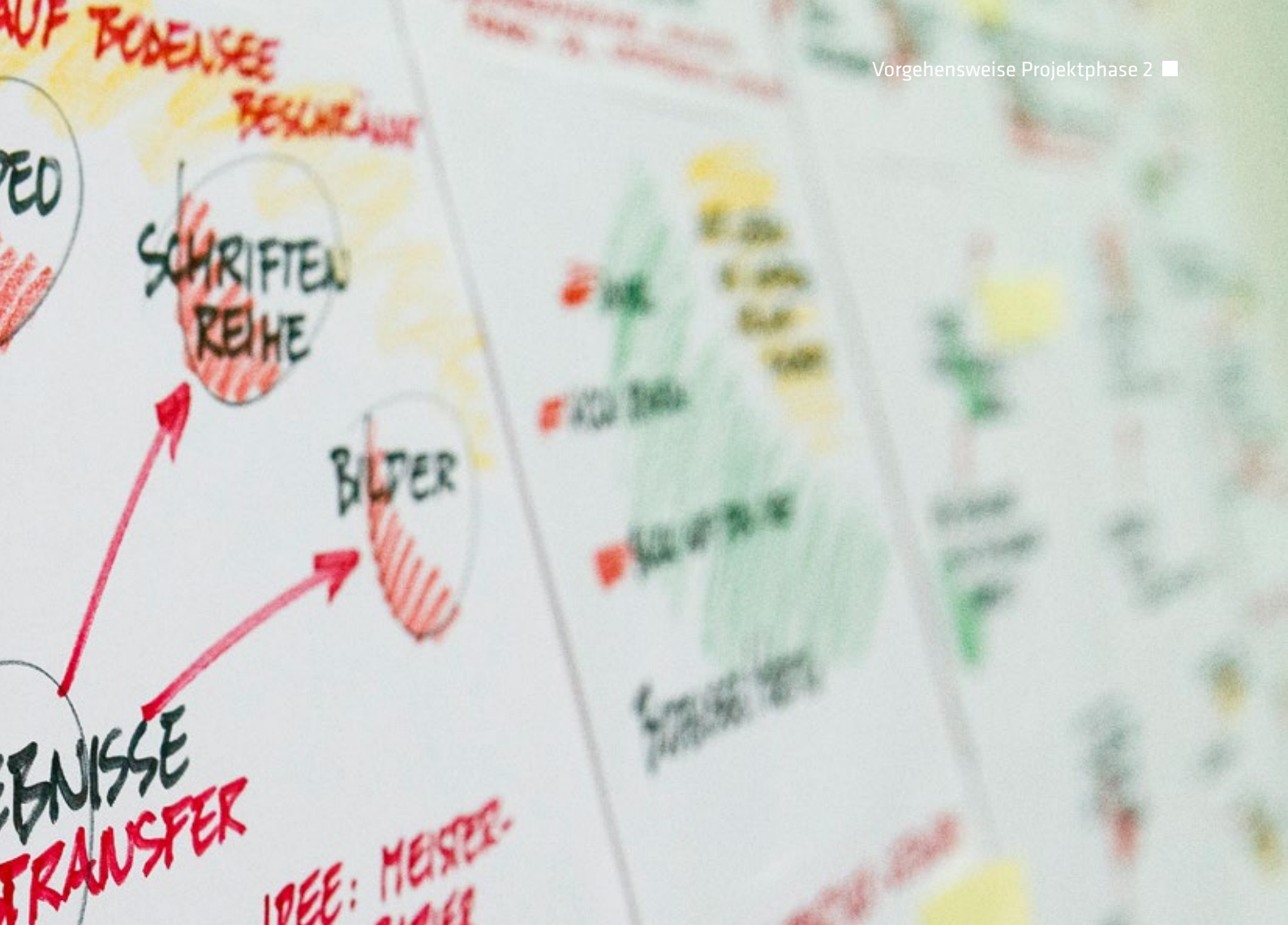
Ausgangslage und Zielsetzung

Nach erfolgreichem Abschluss der ersten Forschungsphase des „Innovationsverbunds Future Meeting Space“ im Juni 2016 ist von den Konsortialpartnern GCB German Convention Bureau e. V. und Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren (EVVC) sowie dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO eine weitere Projektphase geplant. Diese soll eineinhalb Jahre dauern.

Im Rahmen der Forschungs- und Entwicklungsarbeiten der ersten Forschungsphase wurden auf Basis von Literatur- und Technologierecherchen, Experteninterviews und Fokusgruppen ein Innovationskatalog erarbeitet und sechs sogenannte „Future Meeting Szenarien“ entwickelt und am Markt gespiegelt.

Um den Forschungspartnern des Innovationsverbunds, deren Mitgliedern und Kunden die Ergebnisse zugänglich zu machen, wurden aus den sechs Szenarien zukünftiger Veranstaltungsformen das interaktive Szenario „Future Meeting Room“ auf konzeptioneller Ebene entwickelt und im „Future Meeting Guide“ beschrieben.

Die zweite Forschungsphase untersucht nun die Fragen, welche unterschiedlichen Teilnehmertypen es gibt, wie sich die Nutzung unterschiedlicher methodischer und technologischer Elemente bei Veranstaltungen auf die Teilnehmenden auswirkt, und wie diese Elemente auf Erfolgsfaktoren wie Nutzerakzeptanz, Wissensvermittlung, Lernfortschritt und Erlebniswert bei unterschiedlichen Teilnehmertypen (z. B. Prosument, Konsument) wirken.



Vorgehensweise Projektphase 2

Aufbauend auf den Ergebnissen aus Phase 1 wird ein geeignetes Studiendesign entworfen und ein Fragenaset aus Nutzerperspektive in Form eines Fragenkatalogs entwickelt.

Die Befragung der Teilnehmer erfolgt über ein Webportal. Die Bewerbung zur Teilnahme an der Befragung erfolgt durch die Konsortialführer und die Forschungspartner selbst.

In einer ersten Zwischenauswertung werden die Daten der Befragung analysiert und ausgewertet. Es werden Handlungsoptionen abgeleitet und kritische Erfolgsfaktoren identifiziert, um konkrete Handlungsanleitungen für die praktische Anwendung in der Veranstaltungsbranche zu erzeugen.

In einem zweiten Schritt erfolgt nach weiterer Datenerhebung die vollständige Auswertung. Auf diesen Ergebnissen baut dann der Ergebnisbericht der zweiten Forschungsphase auf.

Projektphase 2

Evaluierung

- Entwicklung der Systematik
- Datenerhebung
- Ableitung von Optimierungspotentialen
- Identifizierung kritischer Erfolgsfaktoren
- Formulierung von Handlungsempfehlungen
- Ergebnisbericht

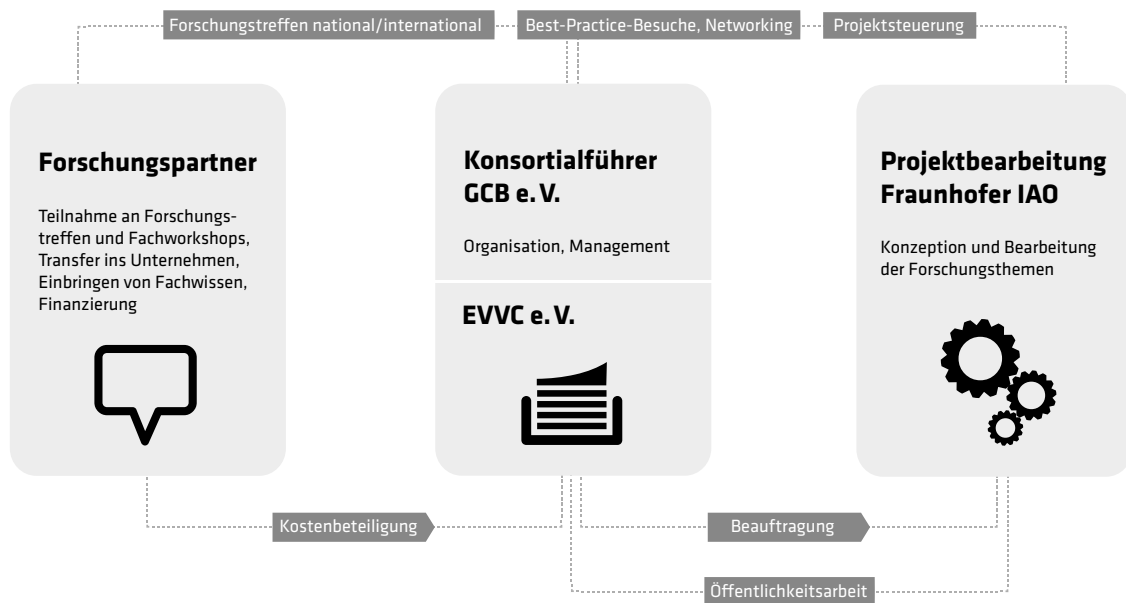
Projektstruktur

Das GCB German Convention Bureau e. V. und der Europäische Verband der Veranstaltungs-Centren e. V. bilden als Initiatoren gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO ein kompetentes Team aus Wissenschaft und Praxis. Dabei ist das GCB für Projektorganisation und -management verantwortlich, das Fraunhofer IAO für die Konzeption und Durchführung der Forschungs- und Entwicklungsarbeiten. Mindestens zweimal während einer Projektphase werden in Forschungstreffen die Projektfortschritte vorgestellt und die Expertise der Forschungspartner wird in die Arbeiten integriert. Gemeinsam werden die Forschungsergebnisse vom Fraunhofer IAO, den Konsortialführern und den Forschungspartnern diskutiert, evaluiert und weiterentwickelt. Zwischen den übergreifenden Projektsteuerungstreffen können bedarfsorientiert Abstimmungen und Workshops stattfinden, um spezifische Themen zu vertiefen.

Die in der Regel ein- bis zweitägigen Projektsteuerungstreffen dienen neben der Abstimmung der Forschungsarbeit auch dem Networking zwischen den Projektpartnern.

Im Rahmen der Projekttreffen werden Best-Practice-Besuche organisiert. Sie sind essenzieller Bestandteil der Projektarbeit und dienen dem interdisziplinären und branchenübergreifenden Austausch. Im Rahmen dieser Destinations- und Veranstaltungsbesuche können die Forschungspartner beispielhafte, innovative Lösungen persönlich erleben, einen Vergleich zu den eigenen Angeboten ziehen (Benchmarking) und mit den Unternehmensvertretern vor Ort diskutieren.

Die Projekt-Meetings und Besichtigungen werden durch Fachvorträge und Best-Practice-Besuchen zu innovativen Technologien und Formaten ergänzt. Projektpartner können ihren Kunden eine Teilnahme an den Best-Practice-Besuchen ermöglichen und ihnen dadurch einen ersten Eindruck von den Forschungsarbeiten geben.



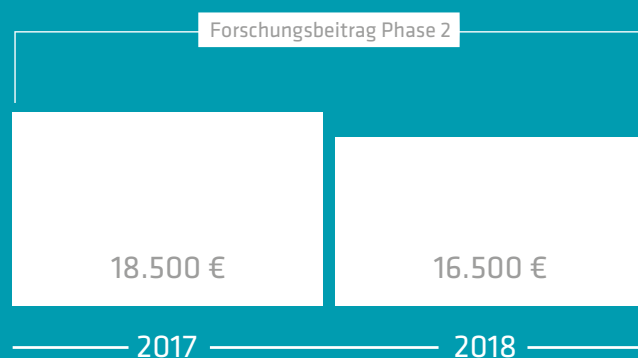
Teilnahme



Laufzeit und Forschungsbeitrag

Die Forschungsphase 2 dauert 18 Monate. Sie beginnt am 1. März 2017 und endet voraussichtlich am 31. August 2018.

Für die Teilnahme an der Phase 2 des Innovationsverbunds zahlt der Forschungspartner einen Festpreis in Höhe von 35.000 € (netto, exkl. Reisekosten). In der Phase 2 setzt sich der Forschungsbeitrag aus 18.500 € für das Jahr 2017 und aus 16.500 € für das Jahr 2018 zusammen.



Wer kann Forschungspartner werden?

Der Innovationsverbund wendet sich an Unternehmen und Verbände rund um die Veranstaltungsbranche, die für sich die Potenziale aus zukünftig entstehenden neuen Veranstaltungsszenarien und -formaten erschließen wollen. Angesprochen sind aber auch Destinationen,

Veranstalter, Immobiliengesellschaften, Technologieanbieter, Logistik- und Mobilitätsdienstleister, die durch eine strategische Frühnavigation passgenaue Produkte und Dienstleistungen entwickeln wollen, um ihre Marktposition zu sichern.

Mobil:

Anbieter

- » Bahn und ÖPNV
- » Fluggesellschaften
- » Mietwagen
- » Fernreisebusse

Räumlich:

Architektur / Stadtplanung / Destinationen

- » City Convention Bureaus und Kommunen
- » Architekten
- » Fachplaner
- » Ausstattung und Möblierung
- » Innenausbau
- » Immobilienentwicklung
- » Facility Management

Technologisch:

Technische Dienstleister / Software / Veranstaltungstechnik

- » Informations- und Kommunikationstechnologie
- » Elektrotechnik und Gebäude-Automation
- » Beleuchtungstechnik
- » HLK – Heizung, Lüftung und Klimatechnik

Organisatorisch:

Veranstalter / Locations / Verbände / Betreiber

- » Kongress- und Konferenzzentren
- » Messezentren
- » Hotellerie
- » Messe- und Veranstaltungsorganisatoren
- » Fachverbände

Sonstige:

Zulieferer und Dienstleister der Branche und Medien

Rechte und Pflichten der Forschungspartner innerhalb der Projektphase 2

Wie bereits in der ersten Phase können die Forschungspartner des Innovationsverbundes »Future Meeting Space« an Projektsteuerungsm Meetings teilnehmen. So erhält der Partner exklusive Einblicke in Forschungsergebnisse und profitiert von der öffentlichen Wahrnehmung. Im Rahmen des Projektes ergeben sich für Forschungspartner folgende Leistungen und Möglichkeiten:

- » Teilnahme an mindestens zwei Forschungstreffen während der Projektphase, verbunden mit Best-Practice-Besuchen (exklusive Reisekosten)
- » Plattform für den Erfahrungsaustausch zwischen den Forschungspartnern, den Konsortialführern und der Wissenschaft
- » Empirische Datenerfassung und -auswertung. Die Ergebnisse der Datenerhebung werden sowohl in einer Zwischenauswertung sowie in einer Endauswertung präsentiert. Diese werden zudem als PowerPoint-Präsentationen dokumentiert und den Forschungspartnern zur Verfügung gestellt
- » Erstellung eines Abschlussberichts, der alle erhobenen Daten und Ergebnisse zusammenfasst. Zusätzlich werden Handlungsoptionen abgeleitet, kritische Erfolgsfaktoren identifiziert und Veranstaltungsteilnehmer typologisiert

Durch die Teilnahme an der zweiten Phase des Innovationsverbunds »Future Meeting Space« verpflichten sich die Forschungspartner, neben dem finanziellen Beitrag auch aktiv mitzuwirken und erhalten somit zusätzlich die Möglichkeit, die Forschungsschwerpunkte mitzugestalten, etwa durch:

- » Aktive Teilnahme an Forschungstreffen
- » Einbringung von Fachwissen
- » Ansprache und Identifizierung potentieller Teilnehmer für die empirische Datenerhebung



Ihre Vorteile als Forschungspartner

Der Innovationsverbund „Future Meeting Space“ entwickelt zukunftsweisende Visionen und praktische Lösungen für die Veranstaltungsbranche, ihre Zulieferer, Dienstleister und Investoren. Dies lässt sich als leistungsstarkes Instrument der Öffentlichkeitsarbeit für die Forschungspartner nutzen. Regelmäßige Publikationen und Vorträge mit Teilergebnissen zu aktuellen Trends unterstreichen die Reputation der Projektpartner als

innovative, zukunftsorientierte Unternehmen. Auf diese Weise wird sowohl in der Fachwelt als auch in der öffentlichen Wahrnehmung ein sehr hoher Bekanntheitsgrad erreicht. Dank dieser hohen öffentlichen Wahrnehmung durch relevante Medien können die Forschungspartner ihre Innovationsführerschaft zeigen. Die Projektbearbeitung durch das Fraunhofer IAO sichert dabei auch Glaubwürdigkeit und Neutralität.

Ihre Vorteile auf einen Blick:

- » einzigartigen Wissensvorsprung und exklusive Studienergebnisse sichern
- » Aufmerksamkeit von Kunden
- » Networking im Forschungspartnerkreis und bei Forschungstreffen
- » Nutzbarkeit durch Ableitung von Erfolgsfaktoren und Handlungshilfen
- » profitieren von der wissenschaftlichen Expertise des Fraunhofer IAO aus zahlreichen Forschungs- und Entwicklungsvorhaben als auch von den Branchenkenntnissen des GCB und des EVVC
- » hohe öffentliche Wahrnehmung durch relevante Medien, der thematischen Innovationsführerschaft, der Glaubwürdigkeit und der Neutralität des Projekts durch nationale und internationale Vorträge und zahlreiche Veröffentlichungen in internationalen Medien
- » Integration in die Kommunikationsmaßnahmen im eigenen Unternehmen gegenüber Mitarbeitern, Führungskräften, Gremien, Arbeitnehmervertretern und der Öffentlichkeit
- » Gewinn der Partner an einer hohen Zukunftssicherheit durch die Forschung im multidisziplinären Innovationsverbund



Forschungspartner setzen bereits Erkenntnisse aus Projektphase 1 in der Praxis um

”

Tourismus NRW e. V. hat in den vergangenen Monaten bereits einige Formate, Produkte und Dienstleistungen aus dem Innovationskatalog umsetzen können. Aus dem Bereich Methodik/Didaktik, u. a. ein Tweetup im Rahmen des Tourismustages Nordrhein-Westfalen (#ttnrw15), ein BarCamp zum Thema Foursquare, World Cafés oder einen Vinewalk zur Erkundung einer touristischen Region in NRW.

Katja Heuer, Tourismus NRW e. V.

Wir wollen Innovationstreiber für den Mice-Standort Berlin sein, um die Wissenschaftsstadt Berlin weiter zu stärken und den Wünschen unserer Kunden noch besser gerecht zu werden. Daher fand der erste Berlin Mice Summit im Januar 2016 als eintägiges „Boot Camp“ statt. Und um wichtige Blogger in unsere Marketing-Aktivitäten einzubinden, organisiert visitBerlin seit Dezember 2015 regelmäßig Instawalks.

Heike Mahmoud, visitBerlin

Neue kreative Lern- und Arbeitswelten leben von unterschiedlichen Raumangeboten und -konfigurationen, die man auf verschiedenste Weise und nach den jeweiligen Bedürfnissen nutzen kann. Diese Vielfaltigkeit und Wandelbarkeit lässt sich gut in die Veranstaltungsbranche übertragen, um neue innovative Lösungen zu kreieren.

Prof. Dr. Christine Kohlert, Drees & Sommer

Das Projekt „Future Meeting Space“ zu unterstützen ist den Seven Centers of Germany ein Anliegen. Immerhin beschäftigen wir uns als Vertreter der sieben größten deutschen Kongresszentren permanent mit der Frage, wie wir Veranstaltungszentren optimale Bedingungen in unseren Häusern bieten können – heute und in der Zukunft. Dazu gehört es auch, Trends zu erkennen zum Beispiel in Bezug auf neue Veranstaltungsformate und neue Anforderungen an Veranstaltungsorten, diese als Herausforderung zu sehen und ihnen zu begegnen. Seien es Innovationen aus digitalen Entwicklungen oder Aspekte des Wohlbefindens der Besucher.

Claudia Delius-Fisher, Seven Centers of Germany

Wir setzen regelmäßig Augmented oder Virtual-Reality Technologien für unsere Kunden ein. Solche neuen Formen der Contentveredelung und -Präsentation für eine umfassende Live Experience der Gäste werden eine wachsende Rolle bei der Weiterentwicklung erfolgreicher Veranstaltungsformate spielen.

Rainer König, KFP



Bildnachweis

S. 3/4: ra2 studio/fotolia.com

S. 8/9: Rawpixel.com /fotolia.com

S. 5: kallejipp/photocase.de

Bitte kontaktieren Sie uns, wenn wir mit dem Innovationsverbund **Future Meeting Space** und den beschriebenen Forschungsinhalten Ihr Interesse geweckt haben. Gern erläutern wir Ihnen im persönlichen Gespräch Ihre Möglichkeiten, als Forschungspartner zu profitieren.

Ansprechpartner

Projektorganisation und Projektsteuerung:

GCB German Convention Bureau e. V.
Kaiserstraße 53
60329 Frankfurt/Main
www.gcb.de

Matthias Schultze

Managing Director
Tel.: +49 69 242930-14
Mail: schultze@gcb.de

Anke Prust

Director of Marketing
Tel.: +49 69 242930-16
Mail: prust@gcb.de

Raphaela Herbst

Marketing & Events
Tel.: +49 69 242930-20
Mail: herbst@gcb.de

Projektkonzeption und Projektbearbeitung:

Fraunhofer IAO
Nobelstraße 12
70569 Stuttgart
www.iao.fraunhofer.de

Dr. Stefan Rief

Leitung Competence Center Workspace Innovation
Tel.: +49 711 970-5479
Mail: stefan.rief@iao.fraunhofer.de

Marie Luise Blau

Projektleitung
Tel.: +49 711 970-5454
Mail: marie-luise.blau@iao.fraunhofer.de

Tilman Naujoks

Projektleitung
Tel.: +49 711 970-2086
Mail: tilman.naujoks@iao.fraunhofer.de

Social Media

twitter.com/GCB_Deutschland | facebook.com/GermanConventionBureau