



Hintergrundinformationen zum Future Meeting Room „NEO“

Frontalbeschallung war gestern – Interaktion, Mitgestaltung und der Austausch untereinander werden für Veranstaltungsteilnehmende immer wichtiger

Die Art und Weise, wie Menschen sich treffen, um gemeinsam zu arbeiten, sich auszutauschen und kreativ neue Ideen und Projekte zu entwickeln, hat sich stark verändert. Welche Folgen sich daraus für die Veranstalter von Kongressen und Tagungen ergeben, hat der Innovationsverbund „Future Meeting Space“ untersucht. Die Messe und Congress Centrum Halle Münsterland GmbH hat die Initiative in den vergangenen Jahren als Forschungspartner begleitet und die Ergebnisse in Form eines „Future Meeting Rooms“ umgesetzt.

Wer steckt hinter dem Innovationsverbund und was untersucht dieser konkret?

Der Innovationsverbund „Future Meeting Space“ (FMS) wurde im Jahre 2015 zusammen mit dem [Fraunhofer-Institut für Arbeitsorganisation IAO](#) durch den [GCB German Convention Bureau e.V.](#) initiiert. Dieser knüpft an die Studienergebnisse der im Jahre 2013 veröffentlichten Zukunftsstudie [„Tagung und Kongress der Zukunft“](#) an und setzt sich systematisch mit relevanten Entwicklungen in der Veranstaltungsbranche auseinander, um daraus Anhaltspunkte für zukünftige organisatorische, technische und räumliche Anforderungen abzuleiten. Ziel der FMS-Untersuchungen ist es, die Zukunft von Business Events aktiv zu gestalten

Im Rahmen der Forschung wird FMS von vielfältigen Forschungspartnern unterstützt, mit denen der Verbund gemeinsam neue Entwicklungen und Chancen sowie auch Handlungsempfehlungen für die Veranstaltungspraxis aufzeigt. Auch die Messe und Congress Centrum Halle Münsterland GmbH hat die Initiative des GCB und des Fraunhofer-IAO in verschiedenen Forschungsphasen begleitet und auf Basis der Ergebnisse ihren ursprünglichen „Weißen Saal“ in einen Future Meeting Room – den NEO – umgebaut.

Was ist unter einem Future Meeting Room zu verstehen und wie sind die diesbezüglichen Erkenntnisse in die Forschung des Innovationsverbundes einzuordnen?

Ein Future Meeting Room beschreibt einen Raum für Business Events, in dem sich die künftigen Bedürfnisse und Anforderungen von Veranstaltungsteilnehmenden umsetzen lassen.

Wie ein solcher Raum konkret ausgestaltet sein sollte, geht aus den Ergebnissen der ersten von bisher insgesamt [sechs Forschungsphasen](#) des Innovationsverbundes FMS hervor.

In dieser ersten Phase wurde auf Basis einer Analyse aktueller Entwicklungen in der Veranstaltungsbranche zunächst ein Innovationskatalog¹ erstellt, der deren Auswirkungen auf zukünftige Veranstaltungsformate in den Handlungsfeldern Gesellschaft, Methodik und Didaktik, Technologie, Infrastruktur und Mobilität darlegt. Daraus wurden in einem nächsten Schritt mithilfe von Experteninterviews und Fokusgruppenbefragungen sechs unterschiedliche Szenarien² für zukünftige Veranstaltungsformate herausgestellt.

¹ Der Innovationskatalog kann über nachfolgenden Link heruntergeladen werden: <https://www.gcb.de/en/wissen-und-innovation/future-meeting-space/research-phase-2015-16/>

² Bei den sechs Szenarien handelt es sich um das Interaktive Forum, den räumlich verteilten Kongress, den Co-Working-Kongress, das Szenario „Analog total“, die hybride Veranstaltung und das Szenario „Virtual goes real“. | Weitere Informationen zu den einzelnen Szenarien können der Management Summary zur ersten Projektphase entnommen

Aus einer dieser Szenarien (dem interaktiven Forum) wurde darauf aufbauend dann der sogenannte Future Meeting Room und die an diesen gestellten Anforderungen näher ausgearbeitet.

Was sind die zentralen Anforderungen an einen Future Meeting Room?

Ein Future Meeting Room (FMR) zeichnet sich durch eine maximale Flexibilität aus, die sowohl Raum für frontale Impulsvorträge, als auch für das Arbeiten im Multispace – das heißt in Kleingruppen – schafft. Ermöglicht wird dies durch die flexible Gestaltbarkeit eines FMR mit entsprechender Technik und entsprechendem Mobiliar, das sich durch eine hohe Qualität und Nutzerfreundlichkeit auszeichnet.

Ein FMR kann damit auch als eine Art Werkzeugkasten bezeichnet werden, mit dem sich ein Business Event so gestalten lässt, dass dieses optimal auf den damit verbundenen Zweck und die individuellen Ziele des Veranstalters einzahlt. Er ermöglicht eine interaktive Wissensvermittlung und garantiert einen kompakten sowie strukturierten Lernprozess, in dem Lösungen im Multispace oder auch beim Networking erarbeitet werden.

Im Rahmen des gemeinsamen Arbeitens können dabei verschiedene Techniken wie das Design Thinking, das World-Café, das Barcamp oder auch spielerische Inhalte zum Einsatz kommen, welche die Inspiration und die Kreativität der Teilnehmenden fördern und diese interaktiv in den Lösungsentwicklungsprozess mit einbinden.