

# LEITFADEN

NACHHALTIGE GEDANKEN - NACHHALTIGE PRODUKTE

## DAS MEETING

---

GRUNDSÄTZLICHES

**know***y*



DAS MEETING

DIE BESTE  
MÖGLICHKEIT,  
MENSCHEN FÜR  
DEINE ZIELE ZU  
BEGEISTERN



# GRUNDSÄTZ- LICHES

---

In der ersten Ausgabe unseres Meeting-Leitfadens, geht es um ganz grundsätzliche Themen, die allerdings für den Erfolg eines Meetings von entscheidender Bedeutung sind.

Diese Grundsätze sind im übertragenen Sinne, wie das Fundament bei einem Hausbau. Ein fester Untergrund und ein stabiles Fundament ist zwingend erforderlich für einen erfolgreichen und stabilen Hausbau. Dieser Grundsatz gilt auch für die erfolgreiche Gestaltung und Umsetzung eines professionellen Meetings. Eines der nachhaltigsten und

einprägsamsten „Meetings“ fand am 26. Juni 1963 statt. Heute – über 55 Jahre später – kann sich nahezu jeder noch daran erinnern. Mit nur vier Worten gelang damals, dem 35. Präsidenten der Vereinigten Staaten, John F. Kennedy als „Meeting-Leiter“ das, was eigentlich jedes Meeting ausmachen sollte: Er verblüffte und begeisterte die Massen mit den einfachen vier Worten: „Ich bin ein Berliner.“ Eine alte Binsenweisheit lautet: „Wer fragt, der führt.“ Du fragst dich jetzt vielleicht, was hat die Rede von JFK mit meinem nächsten Meeting zu tun? Ganz einfach: „JFK öffnete die Herzen der Menschen“! Egal ob Meeting oder eine Rede: „Nur demjenigen, dem es gelingt, die Herzen der Menschen zu öffnen, wird Menschen für sich, seine Ziele und seine Vorhaben, gewinnen.“

Man kann davon ausgehen, dass dieser berühmte Satz, JFK nicht während seiner Rede zufällig eingefallen ist, sondern professionell vorbereitet wurde. Vielleicht kannte der verantwortliche Redenschreiber aus dem weißen Haus oder sogar JFK selbst, die einfache „Anglerweisheit“: „Der Köder muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler.“

Ein wirklich gut vorbereitetes Meeting kann enorme Energien freisetzen, die zur Erreichung gemeinsamer Ziele genutzt werden sollten/müssen.

Der Meeting-Alltag sieht leider, oftmals komplett anders aus:

Unvorbereitet | Emotionslos |  
Langweilig | Demotivierend |  
Frustrierend u.v.m.

Deshalb ist die absolute Grundvoraussetzung, wenn Du ein effizientes, erfolgreiches Meeting gestalten möchtest, die perfekte Vorbereitung. Bei der Vorbereitung wiederum ist der Schlüssel zum Erfolg: „Die richtigen Fragen zu stellen!“



Der erste und entscheidende Schritt ist: „Nichts zu tun!“ Ja, „nichts zu tun“. Wenn dieser erste Schritt, welcher auch der Schwerste ist, nicht erfolgt, ist in der Regel, der Erfolg des Meetings bereits in Gefahr. Dann hältst du besser kein Meeting!

„Nichts zu tun“ heißt: zur Ruhe kommen, Gedanken sortieren, abschalten, sich selbst bewusst werden, im Hier und Jetzt sein, Tief durchatmen... In diesem Ruhefeld, „wie das Auge im Orkan“ kommen die richtigen Fragen fast von alleine an die Oberfläche deines Bewusstseins!

Bewusstsein heißt „bewusstes Sein“ und genau darum geht es:

Du solltest dir darüber bewusst sein, dass du Menschen in einem Meeting versammelst und eines der wertvollsten Güter von ihnen verlangst: „Ihre Zeit“! Und es ist eigentlich unverantwortlich und auch eine Art Diebstahl, wenn die abverlangte Zeit mit Langeweile, 08/15-Inhalten, ausgefüllt wird. Das ist die eine Seite; die andere Seite ist, dass ein ineffizientes Meeting dem Unternehmen sehr viel Geld kostet und oftmals eher zu Demotivation und Frustration führt, als zu begeisterten und engagierten Mitarbeitern.



# DIE RICHTIGEN FRAGEN

---

1. Warum möchte ich ein Meeting abhalten?
2. Was ist das Ziel des Meetings?
3. Wer sollte an dem Meeting teilnehmen?
4. Was oder wo ist ein außergewöhnlicher Ort für dieses Meeting?
5. Wie kann ich die Meeting-Teilnehmer begeistern oder noch besser, verblüffen?
6. Was ist die Vision bzw. Mission des Meetings?
7. Wie kann ich die Teilnehmer zu aktiven Mitgestalter des Meetings machen?
8. Wie lange darf das Meeting maximal dauern?
9. Wer protokolliert das Meeting?
10. Wie erreiche ich es, dass die Teilnehmer Verantwortung übernehmen?
11. Welche Ziele werden vereinbart?
12. Wann und wie werden die Ziele gemessen?
13. Welchen „Überraschungsgast“ kann ich einladen?
14. Welche „Überraschungseffekte“ kann ich einbauen?
15. Welche „Bild“-Metapher kann ich entwickeln?
16. Wie sieht das „Meeting-Drehbuch“ aus?
17. Was hat das Team davon, wenn jeder Meeting-Teilnehmer engagiert, zum Erreichen der Ziele mitarbeitet?

“Wenn Du ein Schiff bauen willst, dann trommle nicht Männer zusammen, um Holz zu beschaffen, Aufgaben zu vergeben und die Arbeit einzuteilen, sondern lehre sie die Sehnsucht nach dem weiten, endlosen Meer.”

Antoine de Saint-Exupery

Im Grunde genommen geht es nur darum, was Antoine de Saint-Exupery mit diesem Zitat gemeint hatte. Mittel und Wege zu finden, wie du die Menschen dazu bewegen kannst, eine positive Sehnsucht zur Erreichung von gemeinsamen Zielen zu entwickeln. Ein weiteres Zitat aus der Praxis:

„Für jeden im Unternehmen, vom Lehrling bis zum Chef, gilt das Gleiche: Er kann sich erst dann erfolgswirksam entfalten, wenn er seine Rolle im Unternehmen versteht und wenn er erkennt, wie er mit seinen Hauptaufgaben zum Erreichen der gemeinsamen Zielen beiträgt.“ (Manfred Helfrecht, Unternehmer)



# BEISPIEL AUS DER PRAXIS

---



Ein Abteilungsleiter eines Unternehmens aus dem gehobenen Mittelstand (ca. 2000 Mitarbeiter) in der Fertigungsindustrie hatte bei seinen Meetings immer ein Modell einer Boeing 747 auf dem Besprechungstisch stehen. Der Grund war, dass er am Beispiel dieses Flugzeuges mit seinem 40-köpfigen Team initial eine detaillierte Rollenaufteilung der einzelnen Team- Mitglieder erarbeitet hatte. So gab es bspw. einen Kapitän; den Bordelektriker; die Stewardess bzw. den Steward; Mitarbeiter, die für die Verladung der Fracht zuständig waren; den Lotsen; Servicekräfte für die Enteisung der Maschine; einen Co-Piloten; einen Navigator usw.. Jeder kennt seine „Rolle“ und weiß, welchen wichtigen Beitrag er am „Großen & Ganzen“ bringt. Darüber hinaus wurde auf sehr nachvollziehbare und anschauliche Art aufgezeigt, wie die Abhängigkeiten unter den Teammitglieder sind. Nur wenn alle ihren Job wirklich gut machen, kann erreicht werden, dass der Kunde (der Passagier) sich sicher und wohl fühlt und das übergeordnete Unternehmensziel, erreicht werden kann. Immer wenn ein Meeting stattfindet wird automatisch bei jedem Meeting-Teilnehmer ein Bild im Kopf erzeugt und er weiß, welche wichtige Rolle er für die Erreichung des „Gesamtprojektes“ verantwortet. Und letztendlich zahlen die zufriedenen Kunden das eigene Gehalt und empfehlen darüber hinaus dieses Unternehmen weiter.



„WIR MÜSSEN DIE  
ZEIT ALS WERKZEUG  
BENUTZEN, NICHT  
ALS COUCH.“

**JOHN F. KENNEDY**

Richtig und gut vorbereitete Meetings können ein hervorragendes Mittel sein, Menschen für seine Ziele zu begeistern und sind darüber hinaus auch ein unglaublicher Turbo für die eigene Karriere.

Deshalb: „Sehe jedes Meeting als sehr große Chance, ein Projekt oder ein Ziel in eine positive Richtung zu bewegen – „Ich bin ein Berliner!“

Thema unseres nächsten Meeting-Leitfadens:  
Das „Handwerkszeug“ eines Meetings