

# Inhalt

Lernen mit vielen Sinnen .....	7
Ein paar Worte vorweg .....	10

## 1

### **Das Meetingaudit ..... 13**

„Warum denn ein Meetingaudit?“ .....	14
<i>Was ein Meetingaudit ist – und was es nicht ist</i> .....	14
<i>Folgen schlechter Meetings</i> .....	16
<i>Ursachen schlechter Meetings</i> .....	21
Die Durchführung eines Meetingaudits.....	24
<i>Schritt 1: Planung und Definition der Kriterien</i> .....	24
<i>Schritt 2: Datenerhebung</i> .....	25
<i>Schritt 3: Auswertung</i> .....	31
<i>Schritt 4: Umsetzung</i> .....	31

## 2

### **Die Meetingvorbereitung..... 35**

„Ist dieses Meeting überhaupt nötig?“ .....	36
Das Ziel des Meetings.....	39
<i>Die Formulierung des Meetingziels</i> .....	41
<i>Unternehmensziele auf Meetingziele herunterbrechen</i> .....	44
<i>Die Agenda des Meetings</i> .....	45
Die Teilnehmenden des Meetings .....	50
<i>Die „richtigen“ Teilnehmenden</i> .....	50
<i>Mein Modell der Meetingtypen</i> .....	52
Zeitpunkt, Dauer und Ort des Meetings .....	68
Das Drehbuch des Meetings .....	71

## 3

### **Die Meetingdurchführung ..... 75**

„Wer sind eigentlich die wichtigsten Personen in einem Meeting?“.....	76
<i>Eigenschaften eines guten Moderators bzw. einer guten Moderatorin</i> .....	76
<i>Tipps für die Moderation Ihrer Meetings</i> .....	84
<i>Wie Sie im Meeting Ihre Rolle finden</i> .....	95
Synchron oder asynchron? .....	101
<i>Synchrone Kommunikation</i> .....	102
<i>Asynchrone Kommunikation</i> .....	104
<i>Die Mischung macht's</i> .....	106

Das Meetingformat .....	110
<i>Das Format „Nachrichten“</i> .....	111
<i>Das Format „Doku“</i> .....	112
<i>Das Format „Spielfilm“</i> .....	113
<i>Das Format „Serie“</i> .....	115
<i>Online- und Präsenz-Meetings</i> .....	116
<i>Hybride und virtuelle Meetings</i> .....	120
Das Ende des Meetings .....	123
<i>Der Check-out</i> .....	123
<i>Die Nachbereitung</i> .....	124

## **4 Meetingkultur ist Unternehmenskultur ..... 127**

„Wo beginnt die Meetingkultur?“ .....	128
Wie Unternehmenskultur und Meetingkultur zusammenhängen .....	130
<i>Die Werte des Unternehmens</i> .....	131
<i>Die Umsetzung der Meetingwerte</i> .....	138
<i>Die positive Meetingkultur</i> .....	144
<i>Die Vorbildfunktion der Geschäftsleitung</i> .....	147

## **5 Die Zukunft der Meetings ..... 149**

„Wer ist Hubix?“ .....	150
Die drei großen Kräfte .....	155
<i>Transformative Technologien</i> .....	156
<i>Soziale Trends</i> .....	157
<i>Ökologische Herausforderungen</i> .....	158
Zum Schluss.....	160
Methodenverzeichnis .....	161
Über den Autor .....	162