

DANIEL HOCH

MEETING BIBEL

Quickie oder Orgie?
Rezepte für
perfekte Meetings

Daniel Hoch

MEETING BIBEL

**Quickie oder Orgie?
Rezepte für perfekte Meetings**

© 2020 Daniel Hoch

Umschlaggestaltung: honigbart[®], Jürgen Schulz

Lektorat/Korrektorat: Lisa Billing, Kendra Pinsker

Verlag: Erfolgshoch Verlag (Inh. Daniel Hoch),
Karl-Liebknecht-Straße 66, 04275 Leipzig

Druck: CPI Ebner & Spiegel GmbH,
Zum Alten Berg 24, 96158 Birkach

ISBN Paperback: 978-3-948767-21-1

ISBN E-Book: 978-3-969537-64-0

ISBN Hörbuch: 978-3-948767-99-0

Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages und des Autors unzulässig.
Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung,
Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

***„Man kann heute keine Besprechung mehr
machen, um eine Besprechung zu machen.
Der Inhalt muss stimmen und zielführend sein.“***

*Manuel Neuer, Kapitän der deutschen Fußballnationalmannschaft,
Welt am Sonntag, 08.02.2019*

Vorwort

Warum muss eigentlich ein Buch über Meetings geschrieben werden?

Die einfache Antwort ist: Weil die meisten Meetings schlecht sind. Ich selbst habe in meinem Berufsleben an sehr vielen schlechten Meetings teilgenommen und auch ebenso schlechte Meetings gehalten. Ich nahm keine Rücksicht auf die Teilnehmer und versuchte immer nur, meine Themen durchzudrücken.

Daniel Hoch beschreibt in diesem Buch sehr ausführlich und emotional, welche Dinge entscheidend sind, um gute Meetings zu halten und welche Veränderungen entscheidend sind, um Ihre Mitarbeiter zu motivieren. Ein Meeting wird immer noch hauptsächlich analog bestimmt - PUNKT!

Heute wird immer darüber gesprochen, dass uns die Technik Dinge abnehmen kann. Meine Erfahrung zeigt, dass Menschen Meetings entscheiden. Die Digitalisierung ist eine Verbesserung on top - die Kirsche auf der Sahnehaube der Schwarzwälder Kirschtorte.

Meetings zeigen den Fitnesszustand und die Kultur des Unternehmens.

Nehmen Beteiligte Rücksicht aufeinander? Werden die Verhaltenstypen berücksichtigt? Der Fitnesszustand zeigt auch, wie Entscheidungen in Ihrem Unternehmen getroffen werden. In den meisten Fällen ist es doch so, dass der Vorgesetzte bzw. die Führungskraft das Meeting leitet.

Wie involviert er die Teilnehmer? Oder ist es so, wie es in meinem Fall über lange Jahre war: Dass ich mein Führungsteam zusammengeholt habe, meine Entscheidung im Vorfeld getroffen und diese nur noch mitgeteilt habe.

Ich habe zwar versucht, mal hier und dort die Stimmung zu erfragen, aber im Grunde habe ich keine andere Meinung zugelassen.

Veränderung von Meetings hat viel mit Mut zu tun - hatte jedenfalls bei mir mit ganz viel Mut zu tun. Ich hatte das Glück, dass mein Mentor mir einfach Fragen stellte, mich an die Hand nahm und sagte: Meetings zeigen Struktur und Kultur und haben großen Einfluss auf den Erfolg eines Unternehmens.

Wenn Sie sich als Meetingleiter verändern, verändern sich auch Ihre Meetingteilnehmer. Einige recherchierte Zahlen aus dem Netz zeigen Ihnen die finanzielle und soziale Bedeutung von Meetings auf ihr Unternehmen.

Doodle, die große digitale Meeting-Plattform, hat für das Jahr 2019 eine Studie erstellt und ca. achttausend Menschen befragt. Dabei ist herausgekommen, dass Deutschland in diesem Jahr ca. 64 Milliarden Euro durch unproduktive Meetings zum Fenster hinausschmeißen wird. Wenn wir nun diese 64 Milliarden ins Verhältnis zum BIP setzen, dann stellen wir fest, dass der Verlust bei unproduktiven Meetings dreimal so hoch ist, wie die Steigerung des BIP. Scheinbar ist noch genügend Fleisch am Knochen der deutschen Volkswirtschaft.

Werden Sie aktiv, verändern Sie sich und Ihre Meetings und Sie verbessern Ihr Jahresergebnis.

Verbessern Sie Ihre Meetingproduktivität und sie verbessern die Arbeitszeit Ihrer Mitarbeiter.

Meetings sind wichtig. Meetings sind das Führungswerkzeug von Inhabern, Vorgesetzten und Managern. Damit umzugehen, lohnt sich auf jeden Fall.

Die gute Nachricht ist, dass Sie lernen können, gute Meetings zu halten und dieses Buch gibt Ihnen wertvolle

Tipps und Ratschläge, um sich und Ihre Meetings zu verbessern.

Larry Page, der Chef von Google, hat die Entscheidung getroffen: „no decision should wait for a meeting“ – keine Entscheidung braucht auf ein Meeting zu warten. Stellen Sie sich für Ihr Unternehmen die Frage: „Muss ich auf ein Meeting warten, um eine Entscheidung zu treffen?“, und wenn sie sich die Antwort gegeben haben – vielleicht macht es dann auch Sinn, zu sagen: „Ich brauche dieses Meeting nicht!“

Hubertus Kuhnt unterstützt mit seiner „Make-it-iSi-Methode“ Unternehmen dabei, komplexe Strukturen im Verkauf zu vereinfachen und neu zu fokussieren.

Nach über 25 Jahren im nationalen Management von Coca-Cola ist er nun als Berater, Umsetzer und Autor tätig.



Einleitung

„Was zum Teufel mache ich hier und wann ist es endlich vorbei?!“

Das ist wohl einer der meist gedachten Sätze in den tausenden Meetings, die Tag für Tag stattfinden. So wird jeden Tag aufs Neue viel Energie, Zeit und nicht zuletzt Geld verschwendet. Sowohl Meetingleiter¹ als auch alle Teilnehmer, schöpfen nicht einmal 50 % ihres Potenzials in Meetings aus. Die meisten fühlen sich zurückversetzt in langweilige, überplante Schulzeiten und verhalten sich dementsprechend. Es wird wenig bis keine Reaktion gezeigt und einfach gehofft, hinten in der letzten Reihe unbemerkt zu bleiben.

Schluss damit!

Mein Ziel ist es, die gängigen Prinzipien der Meetingkultur auf den Kopf zu stellen und in einer charmant-provokanten, manchmal auch derben Sprache, für neue und innovative Sichtweisen bei der Meetingplanung zu sorgen. Ich habe in den letzten Jahren insbesondere drei Phänomene in Meetings wahrgenommen:

1. *Meetingitis*
2. *Come-to-Jesus-Meeting*
3. *Powerpointmasturbation*

Die „Meetingitis“ beschreibt die absurde Krankheit der chronischen Meetings – immer und überall. Schwachsinn, wenn Sie mich fragen. Meetings sind Zeitfresser. Sehr, sehr teure Zeitfresser. Die Hiobsbotschaft, dass es sich in Deutschland um circa 64 Milliarden Euro pro Jahr handelt, haben Sie bereits bekommen. Umso wichtiger ist es, dass Sie Ihre Meetings so produktiv wie möglich gestalten. Ansonsten fließt auch bei Ihnen ganz viel Kohle den Bach

runter. Ein dreistündiges Meeting kostet bei einer Teilnehmerzahl von zehn Leuten mit einem Gehalt von 50 € pro Stunde (mit allen Nebenkosten) ca. 1.500 €. Lassen Sie doch bei Ihrem nächsten Meeting den Online-Kostenkalkulierer „meetingmeter“ mitlaufen, da vergeht Ihnen das Lachen.

Das zweite Phänomen, von mir liebevoll „Come-to-Jesus-Meeting“ genannt, ist ein Meeting, in dem der Leiter Ihnen schön eine Kasette ins Ohr drückt und sich für den Allergeilsten überhaupt hält. Er redet und redet und redet, leider interessiert es niemanden. Das geht oft mit dem dritten Phänomen einher, die klassische „Powerpointmasturbation“. Eine nie endende und für alle anderen absolut uninteressante Präsentation mit scheinbar hunderten von Folien.

Kennen Sie diese Phänomene? Gehen Sie jetzt dagegen an! Nehmen Sie die 54 Rezepte als Challenge und probieren Sie sie einfach aus! Es gibt längere und kürzere Rezepte, für jeden ist etwas dabei! Ob der Reihe nach oder komplett durcheinander, das spielt keine Rolle, es geht letztlich nur um das Aufbrechen alter Denkmuster und um das Sprengen Ihrer eingerosteten Denk- und Verhaltensweisen! Jammern bringt nichts. Also ran an den Speck! Veränderung kommt nicht von alleine, nutzen Sie Ihre Zeit und stecken Sie Ihre Energie in Ihre Ziele und deren Fortschritt. Machen Sie nicht nur die anderen für die Mängel und Missstände verantwortlich. Was verändern Sie? Wie beziehen Sie wirklich jeden Teilnehmer ein? Wie bekommen Sie die Ritter der Schwafelrunde zum Schweigen? Was ist tatsächlich wichtig bei der Planung? Halten Sie sich zum Beispiel an das Pizza-Prinzip. Nach diesem sitzen in Meetings immer nur so viele Menschen, wie von einer Familienpizza satt werden. Verändern Sie mit Hilfe von Tipps dieser Art Ihren Meetingalltag und sorgen Sie für mehr Effektivität und Effizienz in Ihren Meetings

und Besprechungen. Das Grundprinzip: Die Stimmung machts!

Wie die Stimmung allerdings meistens in Meetings ist, ist auch kein Geheimnis. Die folgenden Gedanken sind wohl jedem schon in einem langweiligen Meeting durch den Kopf gezogen!

Dinge, die jeder schon in Meetings dachte

- *„Ich habe keine Zeit für diesen Quatsch.“*
- *„Es klang besser, als es noch meine Idee war.“*
- *„Wer hat diesem Idioten bloß den Job gegeben?“*
- *„Ob er in diesem Leben noch zum Punkt kommt?“*
- *„Gut, dass ich mein Smartphone mitgenommen habe ...“*
- *„Wenn er noch einmal ... sagt, springe ich aus dem Fenster.“*
- *„Ich habe Hunger!“*
- *„Herr, schenk Hirn!“*
- *„Meetings fangen schwach an und lassen dann stark nach.“*
- *„Ey, ich muss echt aufs Klo.“*

Was haben alle diese Gedanken gemeinsam? Sie gehören nicht in ein Meeting. Beziehungsweise sind sie nicht förderlich für ein Meeting und auch nicht für die Teilnehmer, denn da spricht die reine Frustration und Langeweile aus allen Mündern. Das ändert sich jetzt!

Im nächsten Kapitel erwartet Sie eine Kategorisierung typischer Meetingteilnehmer und der optimale Umgang mit ihnen, bevor es dann richtig losgeht mit Rezepten für die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Meetings. Den Fokus habe ich dabei auf die Durchführung von Meetings gelegt, da in Meetings meiner Meinung nach flexibel und spontan gehandelt werden muss. Hier liegen die meisten Potenziale.

Und am Ende gibts noch einen kleinen Bonus Abstecher in die Welt der virtuellen Meetings. Nun genug mit dem Gelaber. Fangen Sie an und suchen Sie sich Ihre Lieblingsrezepte raus!

Viel Freude und Mut dabei!

Ihr Daniel Hoch

Typen von Meetingteilnehmern

In Meetings treffen viele verschiedene Personen aufeinander und so individuell jeder Mensch auch ist, so gibt es trotzdem bestimmte Typen, die in jedem Meeting zu finden sind. Wie früher im Klassenzimmer gibt es verschiedene Charaktere. Ob Träumer, Snacker, Smartphonist, Mr. and Mrs. Know-it-all, Mauerblümchen, Einschleimer, Zuspätkommer, Choleriker oder Führungskraft, hier kommt eine humorvolle Auflistung der klassischen Teilnehmer. Bestimmt erkennen Sie die eine oder andere Person wieder.

Typ: Der Träumer

Vorlieben: Alle Träumer schweben in den meisten Fällen schon ihr ganzes Leben lang mit dem Kopf in den Wolken. In Meetings kann das durchaus positiv sein, denn diese Leute hören zwar nicht richtig zu, haben dadurch jedoch einen eher objektiven Blick auf die Themen. Gleichzeitig liegt die Überlebensstrategie dieser Typen in ihrer Kreativität. Seit der Schule werden die Träumer darauf programmiert, trotz mangelnder Aufmerksamkeit immer eine Antwort parat zu haben. Diese ist zwar meist nicht die logischste, doch jede Antwort ist besser als keine. Ein, zwei Träumer sind für jedes Meeting verkraftbar, mehr von ihnen drücken jedoch die Stimmung und Konzentration. Die Träumer sind oft die potenziellen Zuspätkommer. Außerdem erregen sie immer wieder Aufmerksamkeit, indem sie mit ihrem leeren Blick in die Peripherie alle anderen Teilnehmer ablenken.

Tipp am Rande: Als Meetingleiter wandeln Sie die Ablenkung in eine Auflockerung des Meetings: Nutzen Sie den Halbschlafmoment des Teilnehmers zur kleinen Zurschaustellung und schrecken Sie den Teilnehmer

(humorvoll) aus dessen Schlaf. Den kleinen Aufwecker überlebt der Träumer und für alle anderen Teilnehmer ist ein Lacher garantiert.

Fetisch: Der Träumer kommt immer (zu spät) mit einer Tasse Kaffee in den Raum, doch dieser hilft ihm leider nicht, die Aufmerksamkeitsspanne eines Eichhörnchens zu überbieten.

Typ: Snacker

Vorlieben: Der Snacker findet Meetings gar nicht so verkehrt, außer es gibt keine kostenlosen Snacks oder Getränke. Kleine Muffins, herzhafte Häppchen oder auch frisches Obst, so lang irgendetwas zum Kauen da ist, ist der Snacker vorerst ruhiggestellt. Im Notfall steckt ein Schokoriegel in der Anzugjacke bereit. Bekannter Weise ist das Sprechen mit vollem Mund unhöflich und auch unangenehm. Die Snacker sind also in 40 % des Meetings gar nicht in der Lage mitzureden. Und in der anderen Zeit sind sie damit beschäftigt, möglichst unauffällig erneut zum Snackteller zu greifen. Wenn sie Pech haben und Kekse und Co. sind generell verboten, ist mit ihnen rein gar nichts mehr anzufangen. Die Snacker werden hangry (hungry and angry). Jeder, der selbst hangry wird oder zumindest jemanden kennt, der diese Eigenschaft sein Eigen nennt, der weiß: Es gibt keine Lösung. Zumindest keine schnelle.

Fetisch: Der Fetisch der Snacker ist offensichtlich - liegt ja im Namen - Snacks. Von den Schokodrops bis hin zu den Erdnussflips, Hauptsache irgendetwas im Mund haben. Die Snacker sind in ihrer oralen Phase steckengeblieben.

Typ: Smartphonist

Vorlieben: Der Smartphonist leidet an chronischen Nackenschmerzen und dauerhaft versteifter rechter Hand. Sie sind immer up to date, ob das nun aktuelle News oder den neuesten Gossip im Büro betrifft. Das alles ist für ein