

Event- och mötestrenderna 2024



Herr Omar



BEHÖVER DU HJÄLP?

Vi är allt ifrån en timmes bollplank till den som producerar en hel festival. Herr Omar är en strategisk mötes- och eventbyrå. Med oss får du tre byråer i en: strategibyran, innehållsbyran och produktionsbyran.

Vi hjälper er att skapa, planera och producera riktigt lyckade möten och event. Vi kan också utbilda er i hur ni skapar och leder möten som riktiga proffs, ordna en teambuildingaktivitet eller utveckla ett vinnande möteskoncept.

Läs mer om oss på herromar.se

Kontakta oss på herromar@herromar.com
eller +46 (0)8 684 560 00

Vårt uppdrag:
Att befria världen
från meningslösa
möten!



Årets rapport har fått namnet LIKA/OLIKA.

Den beskriver ett antal skeenden som på ett betydande sätt kommer att påverka möten och event under de närmaste åren. Arrangörer som vågar prova nya sätt att engagera sina deltagare samt skapa aktiviteter som erbjuder många olika sätt att delta kommer att stå som vinnare. Det i en tid när konkurrensen om människors uppmärksamhet, tid och engagemang är större än någonsin.

I rapporten beskriver vi bland annat hur vi ser ett ökat fokus på hållbarhet i många olika dimensioner. Mångfald och inkludering blir då allt viktigare frågor. Dessutom beskriver vi hur det skett en förskjutning från fokus på ökad kunskap till förbättrad förmåga.

Vi ser också att allt fler mässor och konferenser festivaliseras. En mer osäker omvärld gör också att allt fler arrangörer jobbar med olika typer av säkerhetsprotokoll.

Vi hoppas att du får nytta av rapporten och att den ger dig inspiration till att bli en av dem som vågar göra mer av olika. Glöm inte att varje större omställning innebär minst lika många möjligheter som utmaningar. Våga vara nyfiken och våga utmana dina tidigare tanke- och arbetssätt. Stort lycka till!

”2000-talets analfabeter kommer inte att vara de som inte kan läsa och skriva, utan de som inte kan lära sig nya saker och omvärdera gamla sanningar.”

*Alvin Toffler (1928-2016),
författare och futurist*



Översikt över årets trender:

Sidonr:

1.Ökat fokus på mångfald, inkludering och tillhörighet.	05 - 08
2.Upplevelsebaserat lärande och en ny syn på kompetensutveckling.	10 - 13
3.Ökad riskhantering och nya typer av säkerhetsaspekter.	15 - 19
4.Personifiering med hjälp av ny teknik.	20 - 22
5.Utveckling av hybrida och mer flexibla eventformat.	24 - 27
6.Generation Z gör bred entré.	28 - 32
7.Ökat intresse för fler hållbarhetsfrågor än bara de gröna.	33 - 37
8.”Festivaliseringen” går vidare.	38 - 42

FOOD TRUCK
• ARGENTINA •
+5491155673099

FOOD TRUCK
• ARGENTINA •
+5491155673099

COMIDA BUENA
GUTEN
APPETIT

Sandwich de carne
Empanadas de cebolla
Sandwich de frijol

Wurst
Käse
Brot
+ 4,50 €
+ 1,50 €
+ 1,50 €

ALTERNATIVA
EN EXIT
ARTESANAL

Salchichas
estilo alemán

ME
WURST
KÄSE
BROT

WURST
KÄSE
BROT
+ 1,20 €
+ 1,30 €
NACK WURST
+ 1,40 €
+ 1,50 €
+ 1,60 €
+ 1,70 €
+ 1,80 €
+ 1,90 €
+ 2,00 €
+ 2,10 €
+ 2,20 €
+ 2,30 €
+ 2,40 €
+ 2,50 €
+ 2,60 €
+ 2,70 €
+ 2,80 €
+ 2,90 €
+ 3,00 €
+ 3,10 €
+ 3,20 €
+ 3,30 €
+ 3,40 €
+ 3,50 €
+ 3,60 €
+ 3,70 €
+ 3,80 €
+ 3,90 €
+ 4,00 €
+ 4,10 €
+ 4,20 €
+ 4,30 €
+ 4,40 €
+ 4,50 €
+ 4,60 €
+ 4,70 €
+ 4,80 €
+ 4,90 €
+ 5,00 €
+ 5,10 €
+ 5,20 €
+ 5,30 €
+ 5,40 €
+ 5,50 €
+ 5,60 €
+ 5,70 €
+ 5,80 €
+ 5,90 €
+ 6,00 €
+ 6,10 €
+ 6,20 €
+ 6,30 €
+ 6,40 €
+ 6,50 €
+ 6,60 €
+ 6,70 €
+ 6,80 €
+ 6,90 €
+ 7,00 €
+ 7,10 €
+ 7,20 €
+ 7,30 €
+ 7,40 €
+ 7,50 €
+ 7,60 €
+ 7,70 €
+ 7,80 €
+ 7,90 €
+ 8,00 €
+ 8,10 €
+ 8,20 €
+ 8,30 €
+ 8,40 €
+ 8,50 €
+ 8,60 €
+ 8,70 €
+ 8,80 €
+ 8,90 €
+ 9,00 €
+ 9,10 €
+ 9,20 €
+ 9,30 €
+ 9,40 €
+ 9,50 €
+ 9,60 €
+ 9,70 €
+ 9,80 €
+ 9,90 €
+ 10,00 €



Ökat fokus på mångfald, inkludering och tillhörighet.

I takt med att samhällets medvetenhet ökar kring frågor om mångfald och inkludering blir det allt viktigare för arrangörer av event och möten att också reflektera kring dessa frågor.

Ett målinriktat arbete för att skapa en inkluderande atmosfär där alla känner sig välkomna och värdefulla samt upplever psykologisk trygghet kan göra stor skillnad för deltagarnas upplevelse. Det handlar om att ta hänsyn till och respektera deltagares mångfald i form av kön, ålder, etnisk bakgrund, funktionsvariation, sexuell läggning och andra saker som påverkar deras identitet.

För att åstadkomma detta bör arrangörer väga in frågor om mångfald, inkludering och tillhörighet i allt från tillgänglighet och representation under ett event, till hur kommunikationen och innehållet utformas.

Det kan handla om att anlita talare från olika bakgrunder, se till att eventlokaler är anpassade och lämpliga för personer med olika typer av funktionsnedsättningar, samt att erbjuda mat och dryck som tar hänsyn till olika behov och allergier.

Att öka fokuset på mellanrummet/pausen och skapa nätverksmöjligheter där deltagare med liknande intressen eller erfarenheter kan mötas och utbyta idéer är avgörande för att främja sammanhållning och gemenskap.

Men lika viktigt är det att ta hänsyn till deltagarnas olika behov och förutsättningar. Arrangörer som lyckas med detta visar inte bara prov på socialt ansvarstagande. De bygger också starka, varaktiga relationer med sina deltagare.



Pratfri
reflektionszon
för t.ex.
personer med
NPF vid ett
evenemang.





Ökad inkludering genom hänsyn också till NPF.

”The Neu Project” är ett initiativ som syftar till att förnya arbetslivet genom att fokusera på ökat välbefinnande och arbetsglädje för personer med neuropsykiatriska funktionsvariationer (NPF). Initiativet startades av Megan Henshall som är strategiskt ansvarig för event på Google. Hon fick en son med autism. När hon började läsa på vad det innebar insåg hon att många på Google nog också låg på autismspektrumet. Hon och hennes team började därför utveckla och experimentera med olika anpassningar som kunder göra deras event mer NPF-vänliga och inkluderande.

Projektet utmanar konventionella metoder genom att integrera neuropsykologi och innovativ design för att skapa miljöer och mötesformer som stimulerar samarbete och personlig utveckling för alla, oavsett behov.



Event för ett ökat samhällsengagemang.

Run for Office (RfO) är en svensk, icke partipolitisk, organisation som arbetar för att öka politiskt engagemang och medvetenhet bland unga. Genom exempelvis event skapar de plattformar där unga får möjlighet att lära, engagera sig och agera inom det politiska landskapet.

RfO arrangerar bland annat utbildningar, läger samt så kallade ”Trackside sessions” – politiska dialoger för och av unga, under bland annat Järvaveckan och Almedalsveckan. Genom valkampanjen Run N'Vote jobbar de också för att få fler unga att rösta i de allmänna valen.



RUN FOR OFFICE

01 Mission

02 Initiativ

03 Om oss

Run for Office
jobbar för ett
ökat samhälls-
engagemang
bland unga
vuxna.

Ungdomsrörelse för samhällsförändring

av Löparakademin och Höj Rösten med stöd från Allmänna Arvsfonden

Intervju med Vanja Vilbern, Chief Commercial Officer på Stockholm Meeting Selection.

Vilka är de största trenderna du förutser inom event- och mötesbranschen under de kommande tre åren?

Behovet att samla teamet kommer öka när många företag tillämpar hybridarbete. Vi inom branschen måste då bli vassare på att designa mötesupplevelsen, inte bara leverera lokaler, mat och rum. Man vill också kunna boka kortare möten och betala enbart för den tiden. Många andra branscher har fått se över sin prissättning och bli mer flexibla. Det kommer vi också att behöva göra.

Hur tror du att teknologiska innovationer kommer att förändra sättet vi planerar och genomför event och möten på?

Digitala verktyg för att planera möten kommer bli standard. Förhoppningsvis utvecklas också bokningsförfarandet så att allt kan ske online. Idag är det mesta relativt manuellt, även om det finns några som erbjuder bokning online.

Hur tror du att deltagarnas förväntningar på evenemang och möten kommer att förändras de närmaste åren?

Det kommer finnas en förväntan om att man ska kunna delta digitalt och att tekniken för det finns på plats. Jag tror också man kommer förvänta sig mer flexibla tider för att slippa bli styrd av andra och att kunna beställa mycket mer på plats. Många förväntar sig redan idag att kunna välja sin kost, d.v.s. att det finns alternativ för olika matpreferenser utan att man behöver ha en allergi.

Vilka är de största utmaningarna du tror att event- och mötesbranschen kommer att möta under de närmaste åren?

En stor utmaning är redan att sticka ut i mängden, ta position på marknaden och stå för något unikt. Kunder är idag väldigt medvetna och resvana. Det kräver att vår bransch verkligen hänger med och utvecklar både det hårda och det mjuka. En ytterligare utmaning är bli mer attraktiv som arbetsgivare. Många yngre har helt andra krav på en arbetsgivare än vad vår bransch är vana vid.

Upplivelsebaserat lärande och ny syn på kompetensutveckling.

Upplivelsebaserat lärande innebär en paradigmförskjutning i hur vi kan arbeta med kompetensutveckling, också under event och möten. Lärometoden "Upplivelsebaserat lärande" betonar vikten av interaktion, engagemang och praktiska övningar. Nu är den på stark frammarsch.

Upplivelsebaserat lärande ger deltagarna en möjlighet att öva upp förmågor, vilket gör att de i högre grad vill, kan och vågar tillämpa det som de har lärt sig. Det jämfört med mer klassiska och teoretiska utbildningsformer.

Genom att integrera lekfullhet och interaktiva element i workshops och evenemang kan lärandet omvandlas till en aktiv och deltagande process.

Traditionella föreläsningar kompletteras eller ersätts med spelbaserade aktiviteter och simuleringar som bidrar till ett högre engagemang. Ju högre engagemang man skapar desto mer förstår och minns deltagarna.

Den här nya synen på kompetensutveckling erkänner att lärande inte bara sker i huvudet, utan också genom kroppen och i social samverkan med andra. Metoden leder till att deltagare inte bara lär sig nya fakta, utan också utvecklar viktiga "mjuka" färdigheter som exempelvis kritiskt tänkande, kommunikation och samarbete.

LEGO Serious
Play är ett
workshopkoncept
som är
utvecklat av
LEGO.



Skapa affärsstrategier i lego.

LEGO Serious Play är en metod utvecklad av LEGO, där man använder legobitar för att öka ett teams kreativa tänkande och problemlösningsförmåga. Genom att bygga modeller kan deltagarna utforska och kommunicera kring komplexa idéer visuellt.

För att anordna en LEGO business workshop, som till exempel kan handla om att gruppen ska bygga en budget eller skapa en marknadsplan med hjälp av lego, börjar man med att definiera mål och några nyckelfrågor. Deltagarna bygger sedan legomodeller som kan representera olika delar av budgeten eller marknadsplanen, och som sedan sätts samman till en helhet.

San Francisco Supper Club ger ungdomar en chans att omforma sina liv.

På Old Skool Café i San Francisco får unga som drabbats av våld, haft en fosterhemsplacering eller suttit i fängelse möjlighet att lära sig att arbeta på restaurang. Det sker genom event och andra aktiviteter som bygger på upplevelsebaserat lärande.

På schemat står det bland annat matlagings-
träning, servering och träning på att inter-
agera med gäster. Parallellt med lärandet får
eleverna också hjälp att hitta nya alternativ
för sig själva och en meningsfull väg framåt.





Old Skool Cafe
är en
restaurang-
skola för
utsatta unga.

Old Skool Cafe
WE ARE OPEN
TUES THRU SAT
5 TO 930

OLD SKOOL
CAFE
PARKING
SG
IN REAR

Call 311 for
JUMP OUT
WHERE ORG

Intervju med Sara Andersson, ansvarig för försäljning och marknadsföring på Mbrace.

Vilka är de största trenderna du förutser inom event- och mötesbranschen under de kommande tre åren?

Jag förutser en fortsatt snabb digitalisering, med fler hybrida eventalternativ och anpassningsbara interaktiva lösningar. Hållbarhetsaspekterna tar också en allt större plats med fler gröna möten, där företag visar äkta engagemang för hållbarhet genom att vidta konkreta åtgärder.

Hur tror du att teknologiska innovationer kommer att förändra sättet vi planerar och genomför event och möten på?

Teknologiska innovationer, inklusive AI, förändrar landskapet och möjliggör att få djupare insikter i deltagarnas beteenden. Det gör det möjligt att skapa mer skraddarsydda och engagerande upplevelser. Utvecklingen av digitala plattformar och virtuella mötesverktyg gör också att vi enkelt kan nå en bredare publik över hela världen samt minska behovet av fysisk närvaro.

Samtidigt kommer människor fortsatt vara hjärtat i varje event, för att skapa unika och personliga upplevelser.

Hur tror du att deltagarnas förväntningar på evenemang och möten kommer att förändras de närmaste åren?

Deltagarnas förväntningar på evenemang och möten förändras, med högre krav på interaktivitet och hybrida lösningar. Företag och organisationer behöver anpassa sig till dessa genom att tillämpa nya mötesformat i allt från deras fysiska möten till olika inspirerande digitala mötesupplevelser.

Vilka är de största utmaningarna du tror att event- och mötesbranschen kommer att möta under de närmaste åren?

Det kommer handla om att göra anpassningen till förändrade förväntningar från deltagare samt att säkerställa en engagerande upplevelse för alla - oavsett om de deltar fysiskt eller online.



Ökad riskhantering och nya typer av säkerhetsaspekter.

Ett större fokus på trygghet och säkerhet har blivit en allt tydligare trend inom mötes- och eventbranschen. Arrangörer, oavsett om de hanterar stora konferenser, musikfestivaler eller mindre sammankomster, inser vikten av att skapa en skyddad och trygg miljö för deltagare och personal. Denna trend är inte bara en reaktion på aktuella hot och risker, utan också en proaktiv strategi för att förbättra den övergripande kvalitén och upplevelsen.

Att jobba med riskhantering och säkerhetsprotokoll är centrala inslag i denna trend.

Arrangörer bör investera i att utveckla robusta planer och procedurer för att kunna hantera olika säkerhetsaspekter.

Det kan bland annat handla om att minimera riskerna för deltagare, artister och personal genom att ha tydliga nödutgångar, första hjälpen-stationer och säkerhetspersonal på plats. Dessutom att ha ett skydd mot intrång, vandalism och stöld, eventuella störningar från aktivister, cyberangrepp, avlyssning och smitta. Slutligen att det finns en plan för hur man agerar om det inkommer hot, eller om man förlorar tillgång till el eller internet.





Aktivist från
organisationen
Just Stop Oil
stoppar en
fotbollsmatch.

Ny våg av aktivism: Just Stop Oil stör sportevent.

Aktivistgruppen Just Stop Oil har blivit alltmer synliga genom deras drastiska aktioner för att uppmärksamma klimatförändringar. Deras taktik går bland annat ut på att avbryta stora sportevenemang, en metod som de ser som nödvändig för att skapa omedelbar uppmärksamhet kring behovet av att överge fossila bränslen. Den här nya vågen av aktivism syftar till att sätta press på politiker och samhällen för att få dem att agera snabbare mot klimatkrisen.

Bland annat har de stört flera större tävlingar i motorsport, genom att springa ut på banorna. De har också klättrat på eller surrat fast sig vid målställningar vid internationella fotbollsmatcher, vilket fått både spelare och åskådare att rikta blickarna mot deras budskap istället för spelet.

Deras aktioner har inte sällan lett till avbrott och förseningar i evenemangen, vilket har väckt en debatt om metoderna verkligen är effektiva och moraliskt riktiga.

Just Stop Oil säger själva att de använder sig av den här typen av kontroversiella metoder i hopp om att deras budskap ska nå ut bredare och påverka fler att stödja en snabb övergång från fossila bränslen. De anser att traditionell dialog och protest inte längre är tillräckligt för att hantera den enligt dem akuta klimatkrisen, och att deras mer direkta ingripanden är ett sätt att ”tvinga fram” förändring.



Krypskyttar på
taket under
World Economic
Forum i Davos.

Omfattande säkerhetsrutiner vid World Economic Forum

World Economic Forum (WEF) är en global sammankomst som varje år lockar ledande inom politik, ekonomi och samhälle samt många kändisar och förmögna personer till Davos i Schweiz. Med tanke på deltagarnas höga profil och den globala uppmärksamhet evenemanget får så har säkerheten högsta prioritet. För att skydda deltagare mot ett brett spektrum av risker och hot, allt från stöld och attentat till smittorisker och demonstrationer, har WEF utvecklat strikta säkerhetsprotokoll.

De använder sig av en omfattande säkerhetsinfrastruktur med både tekniska och fysiska åtgärder.

Tillträde till konferensområdet är strikt reglerat med avancerade kontroller, där allt från biometriska data till personlig ackreditering granskas noggrant. På plats arbetar specialutbildad säkerhetspersonal tillsammans med schweizisk polis och internationella säkerhetstjänster för att hantera alla eventuella risker och hot.

Åtgärderna kompletteras med omfattande beredskapsplaner för ytterligare och oväntade händelser, exempelvis cyberangrepp och internetstörningar, för att säkerställa att hela konferensen kan genomföras utan avbrott.



Personifiering med hjälp av ny teknik

Ny teknik erbjuder revolutionerande möjligheter att kunna skräddarsy upplevelser för varje enskild eventdeltagare. Med hjälp av dataanalyser, appar och interaktiva plattformar kan arrangörer idag skapa en mer engagerande och personligt anpassad upplevelse. Genom att samla in data om deltagarnas beteenden, preferenser och tidigare val kan tekniken förutse och tillgodose deras individuella behov och intressen.

Tekniken gör det också möjligt att erbjuda allt från personifierade agendor till rekommenderade nätverksmöjligheter. Det bidrar till en mer minnesvärd upplevelse, men också till att deltagarna får ut ett större värde av sitt deltagande.

Till exempel kan en app vägleda deltagarna till de sessioner som matchar deras intresseområden, samt tipsa dem om likasinnade deltagare att söka kontakt med.

Den här trenden är särskilt betydelsefull i en tid när digitala event blir allt vanligare. Den personliga touchen som tidigare bara fanns i fysiska möten kan nu även uppnås digitalt. För företag och organisationer öppnar det upp nya möjligheter att bygga djupare relationer med sin publik, oavsett om de deltar på plats eller från andra sidan jordklotet.





How it works

Popular locations

YOUR **SMART** TRAVEL PLANNER

We'll create your smart itinerary with the help of artificial intelligence



Iplan.ai är en
smart
reseplanerare

South by Southwest (SXSW) och Chatboten Abby.

För att effektivisera arbetet med information och servicen på SXSW skapade man en AI-driven chatbot som fick namnet Abby och som integrerades i deras event-app.

Abby minskade belastningen på deras servicecenter genom att den svarade automatiskt på deltagarnas frågor.

Dessutom gav Abby värdefulla personifierade rekommendationer om programpunkter, baserat på analyser av vilken information som olika typer av deltagare sökte mest efter.

Effektiv reseplanering med AI.

iplan.ai är en smart reseplanerare som använder AI för att hjälpa resenärer att snabbt sätta ihop detaljerade reseplaner .

Användare anger information om resans syfte, intressen, reskamrater, önskad vistelselängd och budget. Plattformen genererar sedan en anpassad reseplan som de kan dela med övriga och justeras efter egna önskemål.

En liknande lösning skulle kunna hjälpa evenemangsbesökare att sätta ihop sina egna dagsscheman, baserat på deras intressen och önskemål.



Intervju med Lotta Hörnfeldt Jonsson, HR-direktör på Trafikförvaltningen, Region Stockholm.

Vilka är de största trenderna du förutser inom event- och mötesbranschen under de kommande tre åren?

I grunden tror jag att man behöver träffas fysiskt, för att få till kreativiteten. Då behöver det vara möten med mer interaktion mellan deltagarna och med större fokus på reflektion i grupp. Organisationer som har mer av detta har i mätningar visat sig ha en högre kreativitet, men också större problemlösningsförmåga.

Hur tror du att teknologiska innovationer kommer att förändra sättet vi planerar och genomför event och möten på?

AI kommer så klart att få stor betydelse, men jag vet inte exakt hur. Vi kommer att kunna men också vilja använda AI och annan teknik på nya och bättre sätt.

Hur tror du att deltagarnas förväntningar på evenemang och möten kommer att förändras de närmaste åren?

Som arbetsgivare behöver man attrahera rätt kompetens. Då blir möjlighet till distansarbete en hygienfaktor. Självklart höjer det samtidigt förväntningarna på att man vill kunna delta på distans också i möten och event.

Att man har tydligare begränsningar för när man får resa till konferenser, mässor och annat idag är ofta kopplat till hållbarhetsplanen. Man vill inte att den typen av resor ska bidra till en negativ klimatpåverkan.

Dessutom får vi inte glömma att det nu kommer ut en ny generation på arbetsmarknaden, som har helt andra förväntningar om exempelvis vad de vill lägga sin tid på, eller på formen för olika aktiviteter. Unga vuxna har levt hela sina liv i en digitaliserad värld vilket också styr deras förväntningar.



Utveckling av hybrida och mer flexibla eventformat

Vi ser hur arrangörer blir allt duktigare på att kombinera fysiska och virtuella element i hybrida event. Det för att bättre kunna möta olika behov och preferenser. Hybridevent är en trend som vuxit i popularitet och förväntas fortsätta växa under de kommande åren.

Hybridevent består av en kombination av fysiska och virtuella inslag och aktiviteter. De ger deltagare möjlighet att närvara på plats eller på distans (individuellt eller i mindre grupper), beroende på deras individuella önskemål och behov. Arrangörer kan ta hjälp av teknik som livestreaming, virtuella mötesrum och interaktiva appar för att engagera alla deltagare – oavsett om de är med på plats eller på distans. Att kunna delta resfritt på distans ökar demokratin, eftersom fler som vill också kan och får delta. Dessutom bidrar det resfria deltagandet till att minska eventens klimatskadliga utsläpp.

Hybridevent gör det möjligt att jobba med en kombination av live- och förinspelat innehåll.

Det ger arrangörer möjlighet att anpassa evenemanget efter olika tidzoner och scheman.

Det är viktigt att jobba med en variation av kortare aktiviteter som rör sig mellan de där deltagare mer passivt får titta och lyssna, till sådana där de får delta, diskutera, lösa uppgifter och nätverka med varandra. Detta är särskilt viktigt för att hålla deltagarna på distans engagerade. Men det bidrar också till att eventen blir bättre även för de som är med fysiskt på plats.

Genom att erbjuda resfria alternativ når arrangörer en bredare publik. Personer som tidigare inte kunde delta på grund av geografiska hinder eller andra begränsningar kan nu vara med. Idag är det också många arbetsgivare som har en hållbarhetspolicy som begränsar medarbetares och chefers resande till konferenser och event. Det blir därmed en stor grupp potentiella deltagare som kan och vill delta, men som inte får göra det om det kräver längre resor.





Grow Better Together
HubSpot
Grow Better Together

INBOUND

HubSpot Academy

Inbound by Hubspot är en hybrid konferens för lärande och nätverkande.

HubSpot Community
Grow Better Together

HUBSPOT

Deliver Connected, Customized Experiences

Deliver Connected, Customized Experiences

En hybrid konferens för lärande och nätverkande.

INBOUND by Hubspot är en populär konferens som under tre dagar varje år samlar branschledare inom marknadsföring, försäljning och teknik. Evenemanget är känt för sin inspirerande mix av föreläsningar, utbildningssessioner och praktiska workshops. På plats i Boston kan man delta i workshops och produktdemonstrationer samt nätverksaktiviteter som är skraddarsydda för att maximera deltagarnas engagemang och utbyte.

För den digitala publiken tillhandahåller man en högklassig liveström med direktsändning av keynotes och andra sessioner som alla innehåller många interaktiva inslag. Det gör det möjligt för deltagare från hela världen att kunna ta del av innehållet och aktiviteterna under INBOUND från sina egna hem eller kontor. Konferensen lockar årligen tusentals deltagare.

Super Bowl är både ett stort och tusentals små event.

Super Bowl är inte bara världens kanske mest ikoniska sportevenemang, utan också ett av de största hybrid-evenemangen. Det lockar miljontals människor, både på arenan och online. Förutom matchen och den berömda halvtidsshowen, erbjuder evenemanget en hel del publikinteraktion, både med de fysiskt närvarande och de på distans, vilket skapar en sammansvetsad och engagerande upplevelse för alla.

Många fans arrangerar också sina egna mikroevent där de samlas för att se matchen tillsammans. Självklara inslag är dekorationer i lagens färger, att tippa resultat eller spela bingo baserat på matchens händelser. Mat och dryck har också en central roll, klassiska Super Bowl-favoriter som buffalo wings, pizzor och nachos med olika sorters dipp, tillsammans med temabaserade cocktails och öl.





Superbowl är ett av världens största event, men också tusentals små.

Generation Z gör bred entré

Generation Z är personer som idag är 14-34 år som är uppvuxna under 2000-talet och i en helt digitaliserad och globaliserad värld. Dessa gör just nu ett stort och brett intåg på arbetsmarknaden, vilket påverkar många sektorer - även möten och event. Kända för att vara den första generationen som helt och hållet vuxit upp i en digital värld, så skiljer sig deras förväntningar och beteenden tydligt från tidigare generationer.

Generation Z präglas av en stark preferens för snabb och effektiv kommunikation. De värderar också äkthet och kreativitet högt samt är mer benägna att stödja varumärken och organisationer som uttrycker tydliga ställningstaganden i sociala och miljömässiga frågor. Dessa förhållningssätt innebär att traditionella och mer stela mötesformat sällan faller personer från generation Z i smaken.

De föredrar i stället interaktiva och engagerande event där teknik och innovation står i centrum.

Ett av generation Z:s utmärkande intressen är deras passion för mat och nya kulinariska upplevelser, vilket gör dem till självutnämnda så kallade "foodies". Detta kan utnyttjas smart i mötes- och eventplanering genom att man inkluderar innovativa matupplevelser som lockar till sig personer ur målgruppen. Ett exempel är att erbjuda temabaserade matstationer eller att låta en känd matprofil ta fram menyn och recepten till det som serveras under eventet.

>>>



När det kommer till möten och event, uppskattar generation Z format som är flexibla och inkluderar element av överraskning och unika upplevelser. De är mer benägna att engagera sig i workshops där de kan bidra kreativt, samt i event som erbjuder en blandning av fysiska och digitala element. Exempelvis kan hybridmöten, där deltagare kan välja att delta på plats eller online, vara särskilt attraktiva.

För den som arrangerar möten och event är det centralt att anpassa sig till generation Z:s preferenser för att locka och engagera dem. Det kan bland annat handla om att integrera teknik och sociala medier i alla aspekter av eventet, säkerställa att eventet har en stark visuell identitet och många interaktiva inslag samt att tydligt kommunicera eventets syfte och värderingar. Det gäller särskilt i frågor som berör hållbarhet och socialt ansvarstagande.



TwitchCon drar
varje år till
sig över 30 000
besökare.



Interaktivitet och gemenskap i fokus på TwitchCon.

TwitchCon arrangeras av Twitch, som är den ledande plattformen för livesändningar inom spel och underhållning. TwitchCon äger rum på olika stora destinationer runtom i världen, exempelvis San Diego och Amsterdam. Varje år drar det till sig över 30 000 besökare som kommer dit för att uppleva en värld av spel och streaming. Eventet erbjuder allt ifrån spelturneringar och live-demos av nya spel till interaktiva paneler med branschens toppnamn.

TwitchCon erbjuder en upplevelse för alla sinnen, där besökare kan engagera sig i cosplay-skapande, delta i "meet-and-greets" med populära streamers och utforska de senaste nyheterna inom spel och teknik. Festivalen firar inte bara spelkulturen utan skapar också en stark känsla av gemenskap mellan alla fans som deltar i eventet.

Konst möter aktivism genom upplevelsebaserad interaktion.

29Rooms från Refinery29 är en interaktiv konst- och kulturupplevelse som vänder sig specifikt till generation Z:s önskan om stimulans för många sinnen i kombination med ett socialt engagemang.

Olika rum erbjuder vardera en unik och interaktiv upplevelse och installation som ofta kombinerar element av konst, mode, teknologi och aktivism. Eventet lockar en ung publik genom att bland annat erbjuda en "Instagramvänlig" miljö, men som samtidigt innehåller ställningstagande budskap inom sociala och politiska frågor.

Genom att blanda konst och aktivism tilltalar 29Rooms generation Z:s önskan om att även deras fritidsaktiviteter ska ha en djupare betydelse.





På 29rooms
finns olika rum
som kombinerar
inslag av
konst,
teknologi och
aktivism.

Ökat intresse för fler hållbarhetsfrågor än bara de gröna.

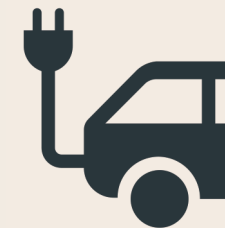
I takt med att intresset för hållbarhet växer sig starkare i samhället ser vi nu en trend där fokus inte bara läggs på miljöaspekterna. Begreppet hållbarhet breddas och omfamnar idag allt fler dimensioner av samhällspåverkan. Det gäller i hög grad inom eventbranschen, där arrangörer och deltagare blir allt mer medvetna om eventens miljömässiga, men också sociala, hälsomässiga samt ekonomiska fotavtryck.

Arrangörer som tar ett helhetsgrepp om hållbarhet kan bidra till positiva förändringar genom att exempelvis välja hållbara destinationer och lokala leverantörer samt säkerställa schyssta arbetsförhållanden och engagera sig i lokala samhällsprojekt.

Event kan också fungera som plattformar för att öka medvetenheten kring olika samhällsutmaningar samt inspirera fler till att göra olika insatser för att bidra till en bättre värld.

Du kan inspirera deltagare till hållbara val genom att exempelvis tala om att det finns en cykelparkering (och du kanske dessutom bjuder på kostnadsfri cykelservice), ge en bonus till den som kan visa upp en tågbiljett eller väljer det vegetariska alternativet till lunch. Se också till att du har en plan för att ta hand om mat och fika som blir över, om inte anläggningen själv har det.

>>



Den här hållbarhetstrenden innebär också att arrangörer måste tänka nytt när det gäller hur de mäter framgång. Istället för att bara räkna antal deltagare eller medialt genomslag, bör man också följa upp eventens faktiska samhällseffekter. Det kan innebära att man också utvärderar hur de bidrar till exempelvis ökad jämställdhet eller bättre hälsa och ökat välbefinnande.

Detta kan mätas genom representation (av kön, åldersgrupper etc.) bland både medverkande och deltagare, före- och efter-undersökningar samt känslö- och upplevelsebaserade frågor under eventets gång. Engagemangsnivån kan mätas baserat på aktiviteter som skratt och applåder, eller hur många av alla som deltar i exempelvis omröstningar.

Ju fler arrangörer som blir bättre på att berätta om sina hållbara val och effekterna av dessa, desto fler kommer att inspireras till att göra detsamma. I dag kräver allt fler av dem som tar hjälp med möten och event att deras leverantörer har en hållbarhetsstrategi, som inte bara finns där utan också efterlevs.



World Plogging
Championship
ger kombinerad
idrott och
miljö-
engagemang.



Färdiga format för ”open source” demokratifestivaler.

Civic Saturday är ett eventkoncept som organisationen Citizen University utvecklat och tillhandahåller. Eventen är inspirerade av religiösa sammankomster men är helt sekulära.

Under en Civic Saturday samlas människor för att reflektera över och fira demokrati. Programmet innehåller ofta tal, läsningar och sång och är utformat för att väcka eftertanke och inspirera fler till att utöva sitt medborgarskap.

Citizen University tillhandahåller resurser och stöd för dem som vill arrangera egna Civic Saturdays, i exempelvis skolor, bibliotek eller parker. Eventen är designade för att vara välkommande och tillgängliga för alla - oavsett samhällsklass och bakgrund.

VM i plogning ger kombinerad idrott och miljöengagemang.

World Plogging Championship är en global tävling som förenar fysisk aktivitet med miljöaktivism, där deltagare kombinerar jogging med insamling av skräp längs löprundan. Tävlingen bedöms både utifrån den mängd skräp som samlats och den tid det tar att fullfölja loppet.

Det är den svenska miljöentusiasten Erik Ahlström som ligger bakom eventet som också är ett utbildnings- och medvetandegörande initiativ. Varje höst samlar World Plogging Championship tusentals deltagare från olika länder, vilket skapar en känsla av global gemenskap och solidaritet i kampen för en renare planet.





Vem som helst kan arrangera en Civic Saturday, efter Citizen Universitys format.





”Festivaliseringen” går vidare.

Festivalisering är en trend som fortsätter att växa och påverka evenemangsvärlden. Vi rör oss bort från traditionella, formella arrangemang och mot mer dynamiska, festivalliknande upplevelser. Den här trenden har inte bara blivit form startup- och tech-festivaler, utan också börjat göra avtryck på företagsevent och tidigare mer klassiska evenemang som konferenser.

Festivalisering handlar om att skapa en mer avslappnad och festlig atmosfär, där deltagarna kan njuta av upplevelser och aktiviteter i en mer informell miljö. Istället för att enbart fokusera på affärsmässiga mål och innehåll, tar man genom festivalformatet större hänsyn till den mänskliga faktorn.

Några nyckelinslag är att man integrerar tematiska element som engagerar deltagarna och ger dem något att minnas. Festivalen främjar också aktiv deltagande. Istället för passivt lyssnande får deltagarna möjlighet att delta i workshops, paneler och andra interaktiva sessioner. Mat, dryck, musik, konst, dans och andra kulturella inslag är också viktiga.

Att ”festivalisera” sina event och större möten bidrar till ett högre engagemang och att man attraherar fler deltagare. Det kan bland annat vara ett sätt att locka unga vuxna, som annars är i lägre grad intresserade av att delta i traditionella konferenser och mässor.



Dreamforce har gått från affärskonferens till affärsfestival.

THE CUSTOMER SU...

accenture

DEFWARE

Dreamforce resa från affärskonferens till affärsfestival.

Dreamforce, tidigare en traditionell affärskonferens, arrangeras av Salesforce. Under åren har den stegvis transformerats till en festival, vilket gjort att det årliga eventet kunnat behålla sin relevans och dragningskraft i en allt mer konkurrensutsatt miljö, där deltagare ständigt söker något utöver det vanliga.

Tidigare fokuserade Dreamforce på seminarier kring försäljning, marknadsföring och teknik. För drygt tio år sedan började de addera element som traditionellt förknippas med festivaler. Allt från musikuppträdanden och interaktiva spel till olika sociala aktiviteter. Huvudattraktionen har för många blivit deras storskaliga konsertinslag, där stjärnor som U2 och Metallica stått på scenen.

Förutom musik har Dreamforce också infört en "festivalpark", där deltagarna kan njuta av en mängd matstånd med delikatesser från hela världen, kompletterat med olika spel och aktiviteter, från escape rooms till VR-upplevelser. Genom interaktiva workshops och hands-on sessioner, ofta hållna utomhus eller i speciellt designade rum, får deltagarna en mer engagerande lärupplevelse.

Denna utveckling från en strikt affärskonferens till en mångsidig festival har inte bara ökat deltagandet, utan också säkrat en position som ett av de mest eftertraktade evenen i tech-industrin.



Fifteen Seconds
festival i Graz
har ett tydligt
hållbarhets-
tema



Från okänd konferens till framgångsrik stadsfestival.

Fifteen Seconds festival i Graz, Österrike, har på bara sex år gått från att vara en okänd händelse till en festival med över 6 000 deltagare. Detta är anmärkningsvärt för en stad med cirka 300 000 invånare. Festivalen, som varar i två dagar, fokuserar på innovation, kreativitet och ny teknik.

Festivalen har gjort sig känd för sitt engagemang för hållbarhet. Inga plastprodukter tillåts, och allt material som används av utställare är handgjort och återvinningsbart.

Varje år presenteras nya kreativa idéer för scenografi och dekorationer som inte kräver en stor budget. Festivalen erbjuder workshops och föreläsningar av framstående föreläsare från olika områden.

Det finns också en särskild scen för start-ups, där nya projekt kan presenteras. Med sitt motto "Designed for those who never stop learning" lever festivalen upp till sitt löfte om att ständigt erbjuda nya och engagerande upplevelser för sina deltagare.



VILL DU HA MER AV TRENDSPANINGAR OCH INSPIRATION?

I den här rapporten har vi presenterat spaningar och exempel inom sex olika områden. Men, vi har nästan lika många till på lager. **Dem kan du få del av genom att köpa ett trendseminarium.** På köpet får deltagarna samtidigt en rapport som är dubbelt så omfattande som den här.

Mötesakuten är vår podcast där vi i varje avsnitt tar upp ett ämne som kopplar till möten och event. **Omarish** är vårt nyhetsbrev som handlar om allt som händer och kan hända då människor möts. På **”fråga mötesdoktorn”** kan du få svar på dina egna frågor om möten. Varje månad arrangerar vi också kostnadsfria **webbinarier** på olika teman.

Läs mer på herromar.se/inspiration

Kontakta oss på herromar@herromar.com

eller +46 (0)8 684 560 00, om du har frågor eller vill ha förslag på hur vi kan hjälpa till att göra ert nästa möte eller event riktigt lyckat.

