



Inszenierte Lern-Events[®]

**Vom klassischen Seminar, Workshop
und Symposium zum Erlebnislernen
In Großgruppen**

Die Veranstaltungs-Designs von Seminaren, Trainings, Workshops, Tagungen und Kongressen sind in den letzten Jahren in Bewegung gekommen: Arbeit mit Großgruppen, Selbststeuerung, Erlebnisaktivierung und Unternehmenstheater sind nur einige der aktuellen Stichwörter. Für Trainer, Veranstalter und Auftraggeber ist dabei ausschlaggebend: Lernen Teilnehmer so schneller, lustvoller und besser? Gewinnt der Info-Fluß dadurch an Nachhaltigkeit? Können Anstöße zur Organisationsentwicklung wirksamer ins Unternehmen getragen werden? Und nicht zuletzt: Rechnet sich das?

Unser Sprung vom Seminar zum ‘Lern-Event’

Große Zielgruppen, die möglichst alle auf einmal erreicht werden sollen, experimentierfreudige Auftraggeber, die Lust auf Neues und die Option auf mehr Lerngewinn gaben uns den Kick in Richtung ‘Lern-Events’. In den Jahren entwickelten sich so: Mehrere Runden einer großen ‘*Innovations-Werkstatt*’ für Siemens Österreich – jeweils gut 60 Personen in ungewöhnlichen Räumen. ‘*Führungskräfte*tage’ zur Kundenorientierung mit 80 Teilnehmern und integriertem Impro-Theater. Unsere große ‘*Spiele-Werkstatt*’ als Methodenlabor für Trainer und Moderatoren und die *WUP-Sommer-Akademie VERANSTALTUNGS-DESIGNS* nun bereits in der 5. Auflage mit jeweils weit über 100 Teilnehmern und Experten. Gemeinsam mit der Allianz entstanden *Kick-off-Tage* zur Client-Server-Technik für je 180 Mitarbeiter und inszenierte Info-Halbtage zum e-Business – ganz im Sinne ‘lernender Organisation’.

Wir waren am *Mitarbeiterforum* einer Brauerei beteiligt und junge BMW-Mitarbeiter erlebten *inszenierte Tage* über Unternehmensleitbilder und zur Zeit hecken wir Ideen aus für einen exotischen *Firmenkongress* – in Kooperation mit Event-Agenturen.

Parallel dazu entstand eine bunte Palette kleiner Inhouse-Werkstatttage rund um ‘*kreative Veranstaltungs-Designs*’.

Insgesamt sind das alles Event-Unikate – eigenwillig konzipierte ‘Lern-Happenings’. Manche lassen den Teilnehmern viel Gestaltungsraum, ohne deshalb ‘Open-Space’ zu sein. Sie sind kreativ und ‘merkwürdig’ im doppelten Sinn: erlebnisreich und ungewöhnlich. So haften sie besonders stark in der Erinnerung und erhöhen die Chancen auf Langfrist-Wirkung. Damit unterstützen sie Lern- und Veränderungsprozesse der Personal-, Organisations- und Unternehmensentwicklung.

Grundrezept für Lern-Events: „Man nehme

...“

20 bis über 100 Teilnehmer.

Ein Planungsteam aus dem Unternehmen mit dem Glauben an neue Arbeitsformen.

Ungewöhnliche Räume und Orte und viel Bewegung.

Die Lerninhalte würze man mit Workshop- und Kreativmethoden, mit Train-Know-how und einer Prise Theater, Inszenierung und Klamauk.

Energetisieren der Teilnehmer

Lern-Events sollen etwas erreichen oder verändern. Die Chancen dafür steigen, wenn es gelingt, die Gruppe, Chefs und Verantwortliche und

das Unternehmen aufzuheizen. Folgendes energetisiert:

☞ **Viele aktivieren:** Möglichst viele Teilnehmer, Verantwortliche, Beteiligte und Gäste aktiv einbe-

ziehen. Das beginnt bei der Konzeption und Planung im Vorfeld. In der Veranstaltung selbst sind viele als Akteure, Interviewte, Mitdiskutierende oder Präsentierende aktiv. Und nach dem Event sind sie eingebunden in Umsetzung und Flankenschutz von Aktionen.

☞ **Große Gruppen:** Sie entwickeln sehr viel mehr Energie und Dynamik als traditionelle Kleingruppen. Nicht von ungefähr, denn ab einer gewissen Teilnehmerzahl passen plötzlich Erlebnismethoden. Die Chancen für interessante Kontakte mit Leuten gleicher Wellenlänge steigen und das Programm eröffnet Wahlmöglichkeiten.

☞ **Kontakt schafft Energien:** Wir investieren Zeit und Ideen, um die Teilnehmer untereinander möglichst oft in Kontakt zu bringen. Das beginnt bereits im Vorfeld und zu Veranstaltungsbeginn. Während der Veranstaltung mischen wir Gruppen mehrfach neu – quer über verschiedene Arbeits- oder Unternehmensbereiche, Erfahrungsfelder

und Hierarchien. Und wir sorgen für regen Austausch zwischen Arbeitsgruppen.

☞ **An konkreten Themen arbeiten:** Unsere Events bieten Raum, um an konkreten Fragestellungen zu arbeiten (z.B. 'Eierbrüten' in Gruppen) oder – je nach Situation – vor Ort entstandene Themen gemeinsam zum Laufen zu bringen. Das macht besonders deutlich: Nach dem Ende fängt's erst richtig an!

☞ **Inszenierung:** Wir arbeiten mit Theater-Stilmitteln, angedeuteten Bühnen und Kulissen, Scheinwerfern und Licht, Musik als Signal und Verstärker, Aktionen, Applaus, Überraschungen, Verfremdungen, Improvisation und Klamauk. Um den Charakter unserer Werkstatt-Improvisation zu wahren, nutzen wir diese Stilmittel häufig nur skizziert, statt sie voll auszuspielen – als 'Zitat'.

Gesamtinszenierung von Events

Einige einfache, aber sehr wirkungsvolle „Inszenierungen“ auf der übergreifenden 'Makro'-Ebene sind uns besonders wichtig:

Beispielsweise **unübliche Orte und Räume**, weil wir überzeugt sind, daß die weit bessere Signalwirkung haben als klassische Tagungshotels. Darum arbeiten wir gerne in Museen, Schloßanlagen, Werkshallen, Speichern, Kellern, Märkten, Fußgängerzonen oder Parks. Und wenn sich traditionelle Konferenzräume nicht vermeiden lassen, dann verändern wir ihr Aussehen, verlegen zwischendurch

Aktionen nach draußen oder schicken Arbeitsgruppen ins Freie.

Wir achten auf **Bewegung und Abwechslung:** Raum-, Bühnen- und Akteurs-Wechsel. Wir variieren die Aktivitätsformen, mischen die Teilnehmergruppen so oft wie möglich und sorgen für Abwechslung bei Methoden und Medien. Insgesamt geschieht alles, damit die Teilnehmer immer wieder in Bewegung kommen – körperlich, geistig und emotional.

Wir kultivieren den Flair der spontanen **Werkstatt und Improvisation**, denn perfekte Bühnen-Shows

beeindrucken, bringen aber nicht allzu viel in Richtung Lernen und Veränderung.

Und idealerweise hat jede Veranstaltung ihre eigene **Metaphorik** – abgestimmt auf Thema, Auftragge-

ber und Zielgruppe. Die zieht sich als roter Faden durch: vom Logo bis zum Essen, von der Musik bis zum Gag und zur Aktion.

Event-Inszenierung im Detail

Auf der Ebene der „Mikro“-Inszenierung sind wir eher Minimalisten in Bezug auf Aufwand: Große Stoff- und Papierbahnen und Podeste ergeben Bühnenräume. Wir spielen mit Licht und setzen so Akzente oder schaffen Räume im Raum. Musik (aus der Konserve oder live) strukturiert den Ablauf und beeinflusst die Arbeitsatmosphäre. Wir kultivieren Applaus und schrecken vor Verfremdung und Klamauk nicht zurück.

Formen und Methoden des Theaters, des Varietés, des Fernsehens und des Jahrmarkts liefern viele Anregungen – auch für ganz andersartige Events. Da wundert es nicht, wenn die Grenzlinien zwischen Veränderungsprozeß, Schulung und Theater in den letzten Jahren in Fluß geraten. Mit den neuen Methoden des Unternehmens- und Improvisations-Theaters eröffnen sich spezielle Chancen: Aktuelle Themen oder Szenen aus dem Unternehmen oder Themen der laufenden Veranstaltung kommen auf die Bühne, und die Teilnehmer können spielerisch in die Handlungsabläufe eingreifen und sie neu weiterentwickeln.

In der Sprache der Personal- und Organisationsentwicklung und des Innovationsmanagements paßt das zu den Stichwörtern: Visionsentwicklung, Teambildung, Erlebnisorientierung und Lernende Organisation.

Der Charme geplanter Improvisation

Weil Lern-Events oft Bestandteil innerbetrieblicher Lern- oder Veränderungsprojekte sind, sollen sie möglichst viele Teilnehmer und Akteure aus den Unternehmen einbinden. Die haben aber nur bedingt Zeit für ausführliche Vorbereitung. Deshalb proben wir manche Komponenten im Event-Ablauf nicht mehr bis ins Letzte. Zentrale Beiträge coachen wir im Vorfeld. Alles andere passiert „live on stage“. Uns stresst das zwar manchmal, aber es schafft den Flair

der Improvisation und der lebendigen Werkstatt-Atmosphäre, auf die es uns ankommt. Wir sorgen für ungewöhnliches Design mit klarer Rahmenplanung, organisieren und moderieren, unterstützen, liefern Kicks – aber eben keine fertig durchgestylte Zuschau-Show.

Dieser absichtsvoll lockere Mix aus Planung und Improvisation klappt, weil wir von Anfang an alles tun, um „Werkstatt-Atmosphäre“ statt „Bühnen-Show“ zu inszenieren.

Das macht Lern-Events wirkungsvoll

Vorhandenes neu mischen und Neues kreieren
Schnelligkeit und Tempo in der Veranstaltung
Spielerisches Arbeiten an ernstesten Zielen
Zusammenspiel mit Auftraggeber
Geplante Improvisation als Reiz
Wecken schlummernder Talente
Ziel- und Ergebnisorientierung
Freiwilligkeit und Engagement
Vernetzung von Teilnehmern
Impulsgäste und Experten
Teilnehmeraktivitäten
Wirkung der Menge
Selbstorganisation
Überraschung.

Einbinden in Lern- & Organisationskontext

Gute Events haben klar definierte Lern- oder Veränderungsziele. Die wiederum sind Teil eines übergeordneten Gesamtprojekts und passen – bei firmeninternen Events – auch zu den strategischen Unternehmenszielen. Falls da anfangs einiges noch vage ist, wird man zuerst Projektkontext, Zielkorridor, Erfolgskriterien, Zuständigkeiten und Rahmenbedingungen klären. Lern-Events isoliert vom übergeordneten Kontext als „Event auf der grünen Wiese“ zu konzipieren, wäre ein Fehler. Also wird man bei der Planung der Veranstaltung immer das übergeordnete Gesamtprojekt mit berücksichtigen – selbst dann, wenn man dafür nicht direkt „zuständig“ ist.

Das beginnt im Vorfeld, wenn man möglichst viele der Akteure, Planer, Macht- und Entscheidungsträger einbezieht und sie in der Veranstaltung aktiv als Präsentierende oder als temporäre Gäste einbindet.

Mit dem Auftraggeber plant man bereits schon vor der Veranstaltung, wie es nachher weitergehen soll (die konkreten Inhalte bleiben noch offen, aber die Arbeitsstruktur muß klar sein): Ein grandioses Event ohne Anbindung an die Unternehmensstrategie und ohne geplante Transfer- und Folgeaktivitäten wäre kaum mehr als ein beeindruckendes Strohfeuer oder eine berauschende Ouvertüre ohne darauffolgende Oper.

Kontext- und Zielklärung von Events

Event-Kontext: In welchem übergeordneten Zusammenhang steht die Veranstaltung und welchen Stellenwert hat sie da?
Ist eine Veranstaltung überhaupt das richtige Instrument?

Event-Ziele: Was soll mit der Veranstaltung erreicht werden?
Was sind die Ziele des übergeordneten Gesamtprojekts?
Paßt das Event zum Projekt, Unternehmen bzw. Auftraggeber?

Ressourcen & Energie: Wer will das Event mit wieviel Herzblut?
Wer ist aus welchen Gründen dagegen?
Stehen die nötigen Ressourcen zur Verfügung (z.B.: Hausmacht, Rückendeckung, Finanzen, Freistellung von Akteuren)?

Erfolgskriterien: Woran wird später Erfolg oder Mißerfolg der Veranstaltung und des Gesamtprojekts festgemacht?

Vorgeschichte: Wurde dieses Thema schon einmal in Angriff genommen (wie und mit welchem Resultat)?

Motivation: Wie stehen Beteiligte, Zielgruppen und andere Mitarbeiter des Unternehmens zum Event und zum Projekt?

Events mit Kreativ-Methoden planen

Damit nicht alle Veranstaltungen gleiches Strickmuster haben, nutzen wir Kreativ-Methoden (nach unserem Motto „Warum eigentlich nicht in Afrika?“). Wir analysieren zuerst die für die Veranstaltung zentralen Parameter (Zielsetzung, Event-Philosophie, Thema, Motto, Teilnehmer, Akteure, Zeit, Dauer,

Ort, Raum, Methoden, Medien, PR, Finanzierung, ...) und suchen dann für diese Parameter jeweils viele ungewöhnliche und verrückte Ausprägungsformen. Gegen das Beibehalten allzu altbewährter Lösungsroutinen hilft uns unsere vielfach erprobte Ideen-Methode der OUTDOOR-ASSOCIATION[®].

Das können Sie von den WUPs abholen!

Konzeption, Design und Durchführung ungewöhnlicher Lern-Events hat sich für WUP-NETZWERK zu einem wichtigen Arbeitsgebiet entwickelt. Wir beraten und unterstützen Sie bei Konzeption und Durchführung Ihrer Veranstaltung: angefangen vom kurzen Beratungsgespräch bis hin zur Planung und Moderation. Und weil wir im Arbeitsfeld Lern- und Veränderungsprozeß zuhause sind, achten wir besonders auf die durchgehende Gesamtlinie – damit sich mehr ereignet als nur ein spannendes Event.



©
Alle Rechte am Text
bei Dr. Hermann Will
10-11-2003