



Nachlese zum Seminar:



Interaktive Veranstaltungen - den „Live-Dialog“ fördern

Innovative, interaktive Designs für Kongresse, Tagungen, Messen und Networking mit Großgruppenmoderation.

access-academy 2008, am Montag, 6. Oktober 2008 in der Wiener Hofburg

- *Wer hat mehr Wissen: Die Vortragende oder die 300 Zuhörenden im Raum?*
- *Ist es möglich, mit 20 Workshops exakt die Anliegen von 500 Gästen zu treffen?*
- *Reicht die Theorie aus, um auch die praktische Umsetzung in Gang zu setzen?*
- *Können Sie immer alle Fragen aufgreifen, die die Teilnehmenden beschäftigen?*
- *Wäre es nicht oft spannend zu wissen, welche kreativen Ideen da gerade im Raum sind?*

Wo liegt der Unterschied: Klassisch oder Interaktiv?

Kongresse, Tagungen und Netzwerktreffen laufen meist nach dem gleichen Muster ab: Vortrag reiht sich an Vortrag, mitunter gibt es kleinere, meist vorweg geplante Workshops, hin und wieder Podiumsdiskussionen. Klassische Veranstaltungen können mittels Präsentationen oder Referaten informieren, sie können Fachleuten, „Gurus“ und Politikern eine Bühne bieten, sie können unterhalten und sie sind natürlich eine Gelegenheit zum „Netwerken“ - wenn das auch meist nur bedeutet, wieder einmal die „alten Bekannten“ getroffen zu haben.

Innovative, interaktive Veranstaltungsdesigns ergänzen das klassische „Zwei-Fronten-Konzept“ (Vortragende versus Zuhörer), indem sie die TeilnehmerInnen vor Ort mit deren Meinungs- und Wissenspotenzial aktiv werden lassen.

Warum interaktive Veranstaltungen?

Gesellschaft, Wirtschaft und Technologie entwickeln und verändern sich immer rasanter. Lebenslanges Lernen, Veränderung als einzige Konstante, Reformen und Innovationsdruck sind beliebte Schlagworte. Wissen potenziert sich von Tag zu Tag. Wissen(schaft)sbereiche werden immer spezialisierter. Die Komplexität steigt enorm, keine Einzelperson kann mehr alles überblicken. Die Zeit der „Universalgenies“ ist lange vorbei.

Kongresse, Tagungen, Erfahrungsaustausch und Networking tragen wesentlich dazu bei, neues Wissen zu vermitteln. Vorträge können zwar spezialisiertes Nischenwissen präsentieren oder „Best-Practices“ für eine spezifische Situation, selten jedoch allgemeingültige, generell anwendbare „Rezepte“. Die Ergänzung durch unterschiedliche Praxiserfahrungen bereichert die Perspektiven, die Übertragung des Gehörten auf die eigene Praxis ist wesentlich, um handlungsfähig zu werden.

Wie heißt es so schön: Alleine addiert man Wissen. In der Gruppe multipliziert man.

Auch mit großen Gruppen interaktiv arbeiten. Gut. Aber wie?

Lassen Sie uns dafür zunächst drei Einsatzbereiche unterscheiden:

- 1. Networking: Nützliche neue Kontakte ermöglichen.**
- 2. Auf die individuellen Interessen der TeilnehmerInnen eingehen.**
- 3. Das Wissen der Teilnehmenden nutzen und mit großen Gruppen arbeiten**

Zu jedem Einsatzbereich finden Sie nachstehend Hintergründe und einige exemplarische Moderationsdesigns.

1. Networking: Nützliche neue Kontakte ermöglichen.

Gelegenheit zum Networking - das verkündet heute schon fast jede Einladung. Aber ganz ehrlich, wenn man nicht von Beruf Animator oder ein notorischer Selbstdarsteller ist - wer spricht schon unbekümmert fremde Menschen an? Bei Veranstaltungen geht man meist auf jene Leute zu, die man ohnehin schon kennt. In diesem Fall wird von redundanten Netzwerken gesprochen.

Höherwertiges Networking wird möglich, wenn der Rahmen geschaffen wird, bisher unbekannte, aber thematisch gleichgesinnte Personen im Raum zu identifizieren und mit ihnen ins Gespräch zu kommen, ohne dass es aufdringlich wirkt. Mit moderiertem Networking entstehen interessenorientiert auf charmante Art und Weise wirklich nützliche, neue Kontakte.

Oft genügt eine Kleinigkeit, die Menschen verbindet und zum Lachen bringt, sodass sie miteinander ungezwungen in ein Gespräch kommen. Der Anstoß kann, muss aber nichts mit dem Thema der Veranstaltung zu tun haben. Methodisch lässt sich dies auf verschiedene Arten realisieren:

Soziometrie

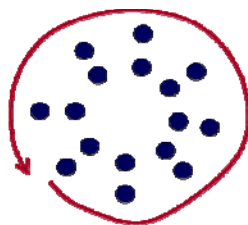
Soziometrische Maßnahmen machen sichtbar, wer im Raum ist. So können sich z.B. alle Gäste im Raum so verteilen, wie es der Himmelsrichtung entspricht, woher sie zur Veranstaltung gekommen sind. Oder es wird eine Reihe gebildet nach Geburtsjahr, Sternzeichen oder Urlaubspräferenzen.

Selbstverständlich kann auch nach thematisch relevanten Kriterien „sortiert“ werden, wie nach beruflichen Hintergründen, Branchen etc. So könnten diese „Sortierkriterien“ bei einem medizinischen Fachkongress z. B. sein: Forscher, Ärzte, Pharmakologen, Pflegepersonal, Vertreter von Trägerorganisationen usf. Wichtig ist immer ein „verbindender“ Aspekt, der als Einstieg ins Gespräch verwendet wird.

Sitzordnung

Lassen Sie Ihrer Kreativität freien Lauf, um mithilfe unterschiedlicher Sitzordnungen und Bestuhlungsformen die Gäste miteinander ins Gespräch zu bringen: Mischen Sie per Zufallsprinzip, bauen Sie Tischwechsel ein - oder erlauben Sie bewusst „auf jemanden zuzugehen, denn Sie noch nicht kennen“.

Aus Amerika ist auch das sogenannte „**Speed-Dating**“ bekannt. Die Gäste stellen sich in zwei konzentrischen Kreisen mit Gesicht zueinander im Raum auf. Jedes auf diese Weise gegenüberstehende Pärchen hat 3 Minuten Zeit sich kennenzulernen. Danach rückt der äußere Kreis um eine Person weiter und mit dem neuen Gegenüber wird wieder 3 Minuten geplaudert.



So stehen einander die TeilnehmerInnen bei Speed-Dating gegenüber.

Im geschäftlichen Umfeld wird die Moderation dazu Leitfragen anbieten, die als Eisbrecher dienen, wie beispielsweise „Fragen Sie Ihr Gegenüber, was es am diesjährigen Kongressthema besonders interessiert.“

→ *Conclusio Networking:*

Moderiertes Networking erleichtert immer zwei Aspekte: Die Orientierung im Raum im Sinne von „Wer ist überhaupt da?“ sowie den eigentlichen Augenblick der Kontaktaufnahme. Denn die Moderation „erlaubt“ quasi, ja „befiehlt“ sogar das Sich-Vorstellen, das Fragenstellen und das Sich-Wieder-Verabschieden.

2. Auf die individuellen Interessen der TeilnehmerInnen eingehen.

Wenn sich Vortrag an Vortrag reiht, kann es sein, dass für die Teilnehmenden die Kaffeepausen das Beste an einer Veranstaltung sind. Weil sie dort, das besprechen können, was ihnen wirklich unter den Nägeln brennt.

Es braucht nur wenig Moderationsaufwand, um die Fragen der Teilnehmenden zum Programm zu machen und damit deren individuelle Interessen zufriedenzustellen. Was es aber viel mehr braucht, ist das Vertrauen in die Selbstorganisationsfähigkeit von Erwachsenen.

In der Folge soll nun der klassische Open Space nach Harrison Owen und seine Prinzipien erläutert werden. Daraus lassen sich sowohl Grundhaltung und logistische Erfordernisse erkennen, die für diese Art von Veranstaltungen notwendig sind. Open Space in seiner Reinform ist ein Gesamtveranstaltungsformat für sich alleine. Jedoch lassen sich aus den dabei angewandten Prinzipien auch Kurzformen bzw. Varianten für Veranstaltungen designen. Hier nun zunächst der Überblick über das Reinformat:

→ Open Space nach Harrison Owen:

Open Space liefert den Anstoß, Zweifel über Bord zu werfen: Was passiert, wenn man viele Personen selbst entscheiden lässt, woran sie arbeiten wollen. Kann das funktionieren? Ja. Es funktioniert immer. Open Space Veranstaltungen wurden schon in allen Teilen der Welt mit Teilnehmerzahlen von 10 bis über 2.000 Personen erfolgreich durchgeführt.

Open Space basiert auf wenigen Grundprinzipien, die gleichzeitig auch die Erfolgskriterien sind:

Erwachsene Menschen übernehmen Verantwortung und sind in der Lage sich selbst zu organisieren, wenn sie an einem Thema großes Interesse haben und freiwillig daran arbeiten. Es ist erlaubt und erwünscht, dass sich Personen von einem Workshop zum nächsten frei bewegen. Das konzentriert die Arbeitsenergie und Aufmerksamkeit genau dort, wo sie hingehört.

Der Ablauf:

Nach einer kurzen Erläuterung der Vorgehensweise erhalten die TeilnehmerInnen die Möglichkeit, selbst Themen, Anliegen und Fragen zu einer übergeordneten Themenstellung zu nennen, zu denen sie sich mit anderen Interessierten austauschen möchten. Die Themen werden auf großen, gut lesbaren Papierblättern gesammelt. Bei jedem Thema wird vermerkt, wo und wann diese Diskussionsrunde stattfindet.

So entsteht binnen kurzer Zeit eine Art Tagesordnung, d.h. eine Anschlagtafel die zeigt, wann und wo welcher Diskussionsworkshop stattfindet. Alle, die ein Thema eingebracht haben, begeben sich dann zur Beginnzeit zu einem nummerierten Arbeitsplatz. Jene, die selbst kein Thema genannt haben, können frei entscheiden, zu welcher Runde sie sich dazugesellen wollen. Es finden also immer mehrere Diskussionsrunden gleichzeitig statt, je nach verfügbarer Zeit können ein oder mehrere Blöcke hintereinander stattfinden.

Binnen kurzer Zeit können die Themenbringer genau jene Leute in ihrer Diskussionsrunde begrüßen, die ebenso großes Interesse an dem Thema haben wie sie selbst. Dabei ist der Erfolg nicht, möglichst viele Personen anzulocken, sondern die Richtigen - und die kommen durch diese Vorgangsweise ganz von selbst - auch wenn es nur wenige sind. Die Qualität der Gespräche zählt, nicht die Quantität der Personen.

Ergebnisse der Workshops können, müssen am Ende aber nicht zusammengeführt werden - je nach Zweck der Veranstaltung.

Für Open Space braucht es immer ein übergeordnetes Thema, das in der Ankündigung der Veranstaltung genannt wird. Bei der Bewerbung der Veranstaltung muss darauf hingewiesen werden, dass es sich dabei um eine Gelegenheit handelt, sich mit anderen Beteiligten auszutauschen - und dass es hier keine Fachvorträge gibt. Die Teilnahme erfolgt jedenfalls auf Basis absoluter Freiwilligkeit. „Wer immer kommt, es sind die richtigen Leute“ - so die Philosophie von Open Space.



Open Space ist hervorragend geeignet, um Menschen mit ähnlichen Interessen effizient und effektiv zu vernetzen und sie selbst bestimmen zu lassen, über welchen Themen sie sich unterhalten bzw. woran sie arbeiten wollen. Die Vielfalt der Erfahrungen, die bei einer großen Veranstaltung im Raum ist, kann durch Open Space genutzt werden für fundierte Lösungsansätze, für gute Gespräche und kreatives, engagiertes Arbeiten.

→ *Varianten & Conclusio: Auf die individuellen Interessen der TeilnehmerInnen eingehen.*

Sowohl das aktive Aufgreifen und Festhalten der Teilnehmerfragen als auch das Zulassen freier Themen- bzw. Gruppenzuordnung lassen sich auch als Auflockerung bzw. Programmpunkt zwischendurch bei eher klassisch ausgerichteten Veranstaltungen realisieren. Damit bleibt die am Ende eines Vortrages so oft gestellte Frage „Gibt es noch Fragen?“ nicht nur eine rhetorische, sondern ist erst der Anfang für einen spannenden interaktiven Teil.

3. Das Wissen der Teilnehmenden nutzen und mit großen Gruppen arbeiten

Bei 150 TeilnehmerInnen sind etwa 3.000 Jahre Lebens- und Berufserfahrung im Raum. Dieser Erfahrungs- und Wissensschatz kann nicht nur den Gästen selbst zugänglich gemacht werden. Auch Veranstaltende, Einladende, ProjektleiterInnen, Geschäftsführer u.a. haben mit Großgruppenmoderation die Möglichkeit, auf das Wissen, die Sichtweisen und die Erfahrung der Anwesenden direkt zuzugreifen. Dies empfiehlt sich insbesondere dann, wenn es um komplexe Themen geht, wo es keine einzig richtige Lösung geben kann und wo für die Umsetzung von Folgemaßnahmen das Commitment der Beteiligten erfolgskritisch ist.

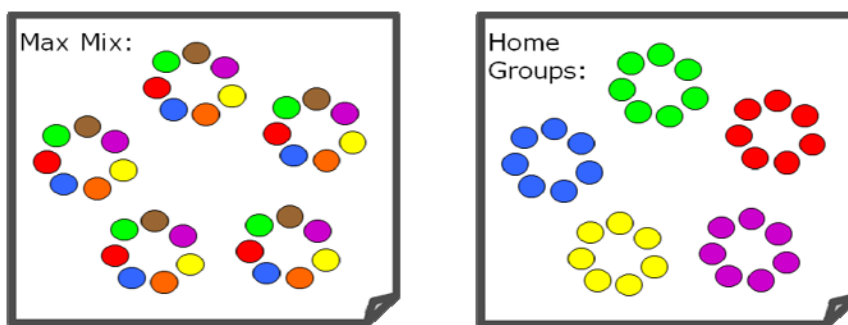
Wie erhebt man nun strukturiert Wissen und Meinungen, wie arbeitet man mit einer Großgruppe?

Charakteristisch für Großgruppenarbeit ist eine Teilung der Gesamtgruppe in mehrere kleinere Gruppen, die jedoch trotzdem alle in einem Raum sitzen. Dies wirkt negativen Großgruppenphänomenen entgegen und macht Interaktion und Dialog möglich.

Max Mix und Home Groups

Für die Zusammenstellung der Kleingruppen ist ausschlaggebend, was mit der Veranstaltung bzw. dem jeweiligen Arbeitsschritt bezweckt werden soll. Prinzipiell gibt es bei der Bildung von Kleingruppen drei Grundarten:

- Eine bewusste Durchmischung von Personen mit unterschiedlicher Funktion (**Max Mix**),
- das Zusammenstellen homogener Gruppen (**Home Groups**) z.B. mit ähnlichem Beruf, Herkunft etc. oder
- eine völlig freie Gruppenformierung ohne Vorgabe.



Für komplexe Themenstellungen ist es sinnvoll, verschiedene Perspektiven zu durchmischen (Max Mix). Eingefahrene *Vor*-Urteile werden dabei aufgebrochen, neue, bisher noch nie gedachte, bessere Lösungswege treten in Erscheinung.

Geht es jedoch um konkrete Maßnahmenplanung ist es zielführend, Gruppen mit jenen Personen zu bilden, die auch im Alltag zusammenarbeiten (Home Groups). So werden aus Haltungen wie „es wäre gut, wenn ...“ und „man sollte doch...“ echte Handlungsfähigkeit und verbindliche, konkrete Pläne.

Das strukturierte Arbeiten mit großen Gruppen ist häufig gekennzeichnet von Wechsel zwischen Arbeit in der Kleingruppen und Plenumsdiskussionen. Erkenntnisse, die in einem Arbeitsschritt in den Kleingruppen gefunden werden, werden anschließend im Plenum verdichtet. Wichtig ist, dass jedes interaktive Veranstaltungsdesign auf Zweck und Zielgruppe individuell abgestimmt ist.

Ein beliebtes und sehr praktikables Großgruppenformat ist das World Café. Ein Design, das aufgrund des steigenden Bewusstseins für Networking und Wissensmanagement zunehmend Anwendung findet.

World Café

Das World Café ist eine zugleich einfache und sehr wirkungsvolle Methode, um Menschen in ein sinnvolles Gespräch miteinander zu bringen sowie zu einem gemeinsamen Thema das kollektive Wissen oder auch Meinungen ans Licht zu bringen.

Leitidee ist die entspannte Atmosphäre eines Cafés, in dem sich Menschen zwanglos unterhalten. Im Raum werden kleine Tische aufgestellt, an denen jeweils vier bis fünf Menschen Platz finden. Die zwanglose Atmosphäre und die kleinen Gruppen unterstützen, dass die Leute einander wirklich zuhören, nicht Positionen verteidigen, sondern gemeinsam neues Wissen erforschen.

Die TeilnehmerInnen unterhalten sich über eine zentrale Frage, nach etwa 15 bis 20 Minuten wechseln alle bis auf je einen Gastgeber die Tische. So fließen die unterschiedlichen Erkenntnisse zusammen. Auf vorbereiteten Papiertischtüchern soll und darf mitgeschrieben und gezeichnet werden.

Ein World Café kann eine halbe Stunde oder zwei Tage dauern. Es kann, muss aber nicht mit einer Zusammenführung der Erkenntnisse enden - je nachdem, ob es um die reine Wissensvernetzung oder auch um Meinungsbilder und die Sicherung des generierten, neuen Wissens geht. Plötzlich wird Markt-, Meinungs- und Feldforschung „live“ vor Ort möglich.

Nach der Darstellung der drei Anwendungsfelder werfen wir nun einen Blick auf den Nutzen innovativer, interaktiver Veranstaltungsdesigns:

Wer profitiert von diesen innovativen Formaten?

Auf den ersten Blick natürlich die Teilnehmenden. Sie knüpfen mit Personen, die ihnen zuvor unbekannt waren, neue Kontakte für den Erfahrungsaustausch und möglicherweise auch für künftige Geschäftsbeziehungen. Sie unterstützen einander mit wertvollen Praxiserfahrungen und können die Übertragung von theoretischem, modellhaftem Wissen in die Praxis vorbereiten. Die TeilnehmerInnen erhalten die Möglichkeit, Inhalte aktiv mitzugestalten und erleben so einen individuellen Mehrwert bei der Veranstaltung.

Von dieser Teilnehmerperspektive ausgehend, liegen die **Nutzenargumente für Veranstalter** auf der Hand:

- ✓ Veranstalter positionieren sich als kompetente **Vorreiter** im Hinblick auf zeitgemäße **Kommunikations- und Lerndesigns**.
- ✓ Veranstaltungen zur Wissensvermittlung wie z.B. Kongresse werden durch Interaktionselemente wesentlich reichhaltiger, **praxisorientierter und teilnehmerzentrierter**.
- ✓ Kunden-, Mitarbeiter- und Stakeholder-Veranstaltungen gewinnen das Potenzial, sich von reinen Präsentations- und Show-Events zu **Dialog-Veranstaltungen** zu entwickeln. Plötzlich kann z.B. mit und von **Kunden bzw. Mitarbeitern** in Echtzeit gelernt und innoviert werden.
- ✓ Bei Tagungen und Klausuren wird strukturiertes und ergebnisorientiertes Arbeiten - auch bei großer Teilnehmerzahl möglich - enormes kollektives **Wissen und Commitment** der Teilnehmer inklusive.
- ✓ Auf Networking-Events und Messen kann der Veranstalter Besuchern einen **vertraulichen Rahmen** bieten, um rasch Gleichgesinnte zu finden.

Was sind die Erfolgsfaktoren?

Neben logistischen Vorbereitungen ist es sehr wichtig, in der Vorankündigung der Veranstaltung auf interaktive Elemente, auf die Gelegenheit, eigene Themen und Fragen einbringen zu können hinzuweisen. Die Teilnehmenden müssen mit den richtigen Erwartungen kommen.

Zu klären ist auch, ob und wenn ja, wie Ergebnisse aus interaktiven Programmpunkten gesichert und weiterbearbeitet werden sollen. Dokumentationsmöglichkeit mit klassischen Moderationsmaterialien oder mithilfe Laptops etc. ist denkbar. Klare Verantwortlichkeiten für das Follow-up sind zu definieren.

Ansonsten braucht es nur die Neugier und ein bisschen Mut, einmal etwas anders zu machen.

Welche Beispiele gibt es aus der Praxis?

- **Erfahrungsaustausch auf Messen:** Vier mal pro Tag treffen sich im Rahmen des neuen „Meeting Point-Konzeptes“ auf Personalfachmessen in Wien, Zürich und Köln Personalisten zu Schwerpunktthemen, um im Stile der sogenannten „Kollegialen Fallberatung“ Meinungen, Sichtweisen und Erfahrungen auszutauschen. Es entstehen teilweise sogar Kurz-Symposien mit bis zu 50 TeilnehmerInnen.
- **Managementkonferenz mit Prof. Fredmund Malik:** Nach einem klassischen Vortragsprogramm reflektieren die geladenen Führungskräfte an mehreren Marktständen, wie sie die gehörten Managementgrundsätze in ihre eigene Praxis übertragen können.
- **Medizinethik-Symposium:** Nach einem Impulsvortrag gestalten 150 TeilnehmerInnen selbst das Tagungsprogramm. In zahlreichen Open Space-Workshops tauschen sich Personen aus medizinischen und sozialen Berufen über Fragestellungen aus, mit denen sie in ihrem Arbeitsalltag täglich konfrontiert sind.
- **Executive-Lounge an der Wirtschaftsuniversität Wien:** Etwa 80 Wissenschaftler, Führungskräfte, Berater und Personalentwickler traten im Frühjahr 2005 in einen Dialog zum Thema „Karrieren und Mitarbeiterkapital“. In Kleinstworkshops wurden Erfolge und Problembereiche unternehmensinterner „Karriere-Projekte“ analysiert.
- **World Café als Einstieg in eine Universitätsvorlesung:** Ein komplexes Thema stand am Lehrplan. Die Studenten arbeiteten in der ersten halben Stunde im World Café alles auf, was es schon an Wissen zum Thema im Raum gab. Damit waren alle auf dem selben Wissenstand und die Vorlesung schaffte mühelos die Verbindung zwischen Theorie und Praxis.

Was könnten Sie bei Ihrer nächsten Veranstaltung tun?

Stellen Sie sich vor ...

- ... eine **Fachtagung**, die mit einigen Impulsreferaten beginnt, dann jedoch den TeilnehmerInnen eine Raum- und Zeitstruktur zur Verfügung stellt, um in Workshops zu diskutieren und zu arbeiten, deren Themen sie selbst eingebracht haben. Die Methode ist in diesem Fall „Open Space“. Die Begeisterung und Dankbarkeit der Gäste werden Ihren Mut zu dieser Veranstaltungsform am Ende belohnen!
- ... eine **kommunale Veranstaltung** zu einem heiklen, vielleicht umweltpolitischen Thema. Wollen Sie sich wirklich den geballten Emotionen einer unstrukturierten Masse von 100 Leuten aussetzen? Oder bevorzugen Sie eine Arbeitsmethode, die geordnete Diskussion ermöglicht, die den Sorgen der Bürger Raum gibt, sie veranlasst unterschiedliche Perspektiven einzunehmen, Verständnis schafft und vielleicht neue Lösungswege aufzeigt?
- ... den BesucherInnen Ihres **Kongresses** wird es nach einem vortragsreichen Vormittag möglich gemacht, sich beim Mittagessen exakt mit all jenen Teilnehmenden zu treffen, die die gleichen Fragen zu den gehörten Themen beschäftigen, obwohl sie sie zuvor gar nicht kannten und wussten, wo sie in der großen Menge zu finden sind. Mit wenigen Moderationshandgriffen und das Vertrauen auf die Open Space Prinzipien wird es möglich.

Wenn Sie an Events in Unternehmen denken, wie **Führungskräfte-, Mitarbeiter- oder Kundenveranstaltungen**, dann ist es wesentlich, davor einen Blick darauf zu werfen, wie Großgruppenarbeit als Instrument der Organisationsentwicklung wirkt.



Die Vortragende: Karin Huber, MSc

Karin Huber ist selbständige Organisationsberaterin und Moderatorin. Im Kontext von Unternehmens- und Personalentwicklungsprojekten sowie für Kongresse, Tagungen, Messen und Networking-Events hat sie bisher mehr als 80 interaktive Veranstaltungsdesigns konzipiert und moderiert.

Sie unterrichtet darüberhinaus an mehreren Hochschulen, hält Vorträge und Seminare zum Thema Innovative Veranstaltungsdesigns und ist als Fachbuchautorin tätig.

Kontakt:

Karin Huber, MSc
Tel: +43 / 664 / 280 79 91
email: karin@huber-oe.com
www.huber-oe.com

Kooperationspartner:

5p Consulting GmbH
Unternehmensentwicklung und Human Capital Development
www.5p-consulting.com

