

# VeranstaltungsDesign

## Neuer Spirit durch alte Mythen Startveranstaltung für internationalen Lehrgang

### Veranstalter

Internationale  
Strategiegruppe,  
weltweit tätiges  
Softwareunter-  
nehmen, spezialisiert  
auf BWL-Lösungen für  
die internationale  
mittelständische  
Wirtschaft

### Auftraggeber

Österr. Geschäftsführer  
und Leiter der  
Strategiegruppe

### Zielgruppe

160 MitarbeiterInnen  
aus Marketing und  
Verkauf aus 40  
Ländern weltweit

### Zielsetzung

Gestaltung eines  
Kick-offs für einen  
Lehrgang, in dem das  
Sales-Knowhow und  
die Tools für eine neue  
Strategie vermittelt  
werden sollten

### Sprache

englisch

### Erstgespräch

Veränderungsprozesse - so drückte es der Geschäfts-  
führer aus - sind schmerzhaft, und deshalb wundere  
es ihn nicht, dass eine strategische Veränderung, die  
bereits seit mehr als einem Jahr über die internen  
Medien kommuniziert wurde, noch immer nicht  
umgesetzt war. Nun hatte man ein Support-System  
mit speziellen Werkzeugen und Kommunikations-  
mitteln entwickelt, das die MitarbeiterInnen  
unterstützen und motivieren sollte, gewohnte  
Arbeitsabläufe zu verlassen und die neuen Konzepte  
zu realisieren.

Da man aus dieser Erfahrung gelernt hatte, sollte  
das Support-System nicht wieder über Medien  
verbreitet werden, sondern live in einer gemein-  
samen Trainingsveranstaltung, um „hands on“ die  
Instrumente gleich praktisch testen zu können.  
Die Idee war, diesen Lehrgang mit einem außer-  
gewöhnlichen Kick-off-Meeting zu starten, mit dem  
Ziel die TeilnehmerInnen zu überraschen, sie über  
den Programmablauf zu informieren und positiv auf  
das Training einzustimmen.

Um die offene, hierarchiefreie Unternehmenskultur  
zu unterstreichen, stellte sich der Auftraggeber eine  
„schräge“ Performance vor. Eine tragende Rolle  
sollte das internationale Strategieteam von  
erfahrenen Geschäftsführern spielen. Um dieses  
Team und seine Erfolge rankten sich zahlreiche  
Legenden, sodass so etwas wie ein Mythos  
entstanden war.

### Konzeptentwicklung

Da die Inhalte des Lehrgangs für unsere Aufgabe  
nicht relevant waren, konzentrierten wir uns darauf,  
die Kommunikationskultur und die Marktstrategie  
des Unternehmens zu verstehen. Worin bestand die

## Fragen

Wie kann ein Mythos die Umsetzung eines neuen Customer Relationship Konzepts unterstützen?

Wie kann durch das Opening die Atmosphäre von zwei Wochen gemeinsamer Arbeit geprägt werden?

## Methoden

Künstlerische Performance/  
Bühnenauftritt von Managern/Gezielter Einsatz von Musik

Veränderung und wie kann durch dieses Kick-off-Mut und Lust auf Neues gemacht werden?

In den Analysegesprächen kristallisierte sich heraus, dass es um die klassischen, aporetischen Konflikte zwischen Zentrale und Peripherie ging: Vereinheitlichung schränkt die Freiheit des Einzelnen ein, andererseits verspricht sie weniger Reibungsverluste in den Abläufen und mehr Erfolg beim Kunden.

Die Mitarbeiter waren im Schnitt 30 Jahre jung – deshalb schlugen wir eine dynamische, mitreißende Performance mit sorgfältig ausgewählter international bekannter Musik vor. Als erstes änderten wir den ursprünglich geplanten Beginn „Begrüßung durch den Vorstand“. Ein schneller Einstieg mit Spannung und Irritation sollte auf dem Programm stehen.

Die aktive Einbeziehung aller MitarbeiterInnen während des gesamten Ablaufs war uns besonders wichtig. Der Mythos um die sechs geheimnisvollen Geschäftsführer, die nicht mit der „Zentrale“ identifiziert wurden sondern mit der Philosophie von Integration und Kommunikation, sollte durch deren persönliche Mitwirkung auf der Bühne genutzt werden.

Das Finale der Performance mit mitreißender Musik sollte dann für den Vorstand der ideale Zeitpunkt für seine kurze, aber herzliche Begrüßung sein. Die Präsentation des Ablaufs der Lehrgangswochen bildete den Abschluss des Programms dieser zirka 2-stündigen Veranstaltung.

Als weiterer Höhepunkt wurde eine spektakuläre Feuershow während des Abendessens ins Konzept aufgenommen.

## Projektbegleitung

### Organisation

Die gesamte Organisation lag beim Auftraggeber. In mehreren Gesprächen entwickelten wir mit ihm gemeinsam den Projektablauf und berieten ihn bei den wesentlichen Entscheidungen. Zum Beispiel überzeugten wir ihn davon, dass die Führungskräfte auf der Bühne einerseits spontan agieren sollten, ihnen ihre Aufgaben also nicht bekannt sein durften, sie andererseits aber vorher gemeinsam auf ihren Auftritt eingestimmt werden sollten um

ihnen Sicherheit zu geben. Die Anreise dieser Gruppe aus verschiedenen Ländern wurde daher vorverlegt.

Ebenso vorverlegt wurde der Beginn des Kick-offs, und zwar auf den Nachmittag vor dem Lehrgangsbeginn. Einerseits aus logistischen Gründen, um den MitarbeiterInnen die Anreise zu erleichtern, andererseits um danach Zeit und Gelegenheit zum kennen lernen, plaudern und Kontakte knüpfen beim Abendessen zu gewinnen.

### **Location**

Die Veranstaltung fand in einem Wellness-Hotel in Niederösterreich statt, das mit seinem modernen Plenarsaal und zahlreichen kleineren Tagungsräumen sowohl für das Kick-off als auch den 10-tägigen Lehrgang ideale Raumbedingungen bot.

Beim Sitecheck gemeinsam mit dem Regisseur und den Technikern aus dem Theaterteam wurden von uns die technischen und räumlichen Voraussetzungen für die Performance geklärt: die Einrichtung der Bühne, Lichtregie und Tontechnik, die Aufnahme der Performance durch ein Filmteam, der Einsatz von Konfettibomben im Saal und Feuer im Freien usw.

### **Dramaturgie**

Die Gestaltung der Performance wurde durch unser bewährtes Unternehmenstheater-Team in Wien realisiert, und zwar unter dem Motto „Time to Act“. Schon vor Beginn tauchten zum Erstaunen der TeilnehmerInnen Akteure in der Halle auf und verwickelten sie in überraschende Aktionen. Beim „Läuten“ der Glocke strömten dann alle voll Neugierde in den Saal, der wie das Auditorium einer Universität gestaltet war.

Der Professor und seine Assistentin feuerten die TeilnehmerInnen mit teils ernsten, teils skurrilen Aktionen von der ersten Minute an zur aktiven Mitwirkung an. Eine schräge Prüfungssituation, der sich die Geschäftsführer stellen mussten, Zauberkünste, die Verleihung von Doktorhüten und im Finale ein Eifersuchtsdrama vereinten die TeilnehmerInnen über alle Nationalitäten- und Sprachgrenzen hinweg in einem Chor des Lachens.

Nach dem letzten Musikhit war die Stimmung am Höhepunkt und bot dem obersten Manager einen Teppich aus Sympathie und Begeisterung für seine anschließende Begrüßungszeremonie.

## **Auswertung**

Wir führten mit dem Geschäftsführer nach Abschluss des Lehrgangs ein ausführliches Gespräch, um für beide Seiten den Ablauf der Vorbereitungen, die Veranstaltung selbst und das Ergebnis kritisch unter die Lupe zu nehmen.

Erstens wurde erkannt wie wichtig es gewesen ist, das gesamte Team der Strategiegruppe in der Vorbereitungsphase persönlich einzubinden. Die Vermittlung eines derartigen Konzepts über Gesprächsprotokolle kann nicht funktionieren. Dazu müssen alle beisammen sitzen, Fragen stellen und ihre Ideen einbringen können, besonders dann, wenn sie selbst auf der Bühne stehen und spontan agieren sollen.

Eine weitere Erkenntnis war, dass es auch funktionieren kann ohne alles „bis zum letzten Körnchen zu kontrollieren“. Es war offensichtlich, dass die MitarbeiterInnen vom mutigen, lebendigen Auftritt ihrer Führungskräfte begeistert waren.

Wichtig war uns auch festzulegen, wie und von wem jene MitarbeiterInnen, die nicht an dieser Veranstaltung teilnehmen konnten, nun informiert wurden.

Das Kick-off hatte die Atmosphäre der gesamten Veranstaltung geprägt. Der Geschäftsführer erzählte uns von zahlreichen spontanen Szenen im Verlauf des Lehrgangs: „Die Veranstaltung hat den Status eines Kult-Events bekommen, an dem in Zukunft alles gemessen werden wird. Es ist mir aber bewusst, dass ein solches Ereignis nicht in der gleichen Weise wiederholbar ist.“