

VeranstaltungsDesign

VeranstaltungsDesign update 09-08

Liebe Leserinnen und Leser,

Jubiläumsfeste, Fachtagungen, Veranstaltungen für Kunden und Mitarbeiter, Präsentationen und Kickoff-Meetings sollen motivieren und informieren, Themen werden diskutiert, Ergebnisse erarbeitet – meist mit konventionellen Dramaturgien. Dabei vergibt man Chancen, die Veranstaltung anregend, lebendig – im wahrsten Sinn des Wortes „bewegend“ zu gestalten. Mehr Möglichkeiten für persönliche Begegnungen, die für Anlass und Ziel optimalen Methoden und ein stimmiges Gesamtdesign machen einen spürbaren Unterschied.

Mit der aktuellen Ausgabe starten wir eine Serie über die vielfältigen Methoden. Wir beginnen mit der Bedeutung der gezielten Auswahl für maßgeschneiderte Veranstaltungsdesigns und der Methode „Dialog“.

Betrachten Sie Ihre für 2009 geplanten Veranstaltungen aus der Methoden-Perspektive und bringen Sie frische Energie in bestehende Routinen. Wir beraten Sie gern bei neuen Konzepten.

Herzlich
Helga Stattler

topic

Kriterien für die Wahl der Methode/n

Herz der Dramaturgie und Transportmedium der Botschaft ist die Methode. Die Kunst besteht darin, das jeweils richtige „Solo-Instrument“ auszuwählen oder eine stimmige Instrumentierung zu arrangieren.

Dafür wurde sogar schon eine eigene Methode, das Metamatching, entwickelt. Dieser Raster zur systematischen Methodenauswahl berücksichtigt primär organisatorische Rahmenbedingungen, wie Zeit, Ressourcen, Anzahl der Teilnehmer, Location.

Für die wesentlichen Fragen zur Methodenwahl zählt jedoch mehr die Erfahrung:

- Anlass und Vorgeschichte / Problem?
- Kommunikationsziele und Teilnehmerkreis?
- Eignung zur Bearbeitung des Themas?
- Intensität der Beteiligung / Interaktion?
- Erwartungen / Offenheit für Neues?

Die sensible Wahrnehmung der Organisationskultur und des aktuellen Klimas ist genau so wichtig wie die sorgfältige Erhebung des Kommunikationsbedarfs. Erst

dann kristallisieren sich die passenden Methoden heraus. Wenn Sie sich allerdings an den Experten für eine bestimmte Methode wenden, wird er sicher seine Methode für optimal geeignet bezeichnen.

Zuerst die Methode festzulegen und erst dann Inhalte und Ziele, ist deshalb der falsche Weg. Der wird aber immer wieder gegangen: „Wir haben von Businesstheater gehört, das ist etwas Neues, also das wollen wir auch.“ Oder: „Alle machen Open Space, das möchten wir bei unserer nächsten Jahrestagung ausprobieren.“

Methoden dürfen weder das Thema dominieren, noch können sie fehlende Inhalte ersetzen. Die sorgfältige und abwägende Vorgangsweise bei der Methodenauswahl ist daher entscheidend.

Beispiele für die Vielfalt der Methoden finden Sie unter:
<http://veranstaltungsdesign.com/methoden/index.html>

reflection

Dialog als Gesprächsprinzip

In fast jeder Veranstaltung gibt es die Phase von Gesprächen, also Interviews, eine Podiumsdiskussion, ein Expertenpanel. Diese Gespräche können für das Publikum besonders spannend und bereichernd sein, wenn unterschiedliche Standpunkte ausgetauscht und neue Fragen aufgeworfen werden und das Thema aus interessanten Perspektiven betrachtet wird.

Üblicherweise konzentrieren sich die Gesprächspartner darauf, ihr eigenes Statement über die Rampe zu bringen. Das Ergebnis ist eine unzusammenhängende Aneinanderreihung von vorgefassten Aussagen, eine formale Reihenfolge der Wortmeldungen (entsprechend der typischen Sitzordnung), man redet, hört aber nicht zu, keiner geht darauf ein was andere gesagt haben. Interessant wäre dagegen einem Dialog zu lauschen. Der Dialog lebt vom Zuhören und sich auseinandersetzen, vorurteilsfrei und interessiert.

Der Begriff „Dialog“ wird in letzter Zeit allerdings inflationär verwendet – und das ist meist ein Etikettenschwindel. Im Programm steht

DIALOG: Publikum im Gespräch mit ... moderiert von ...

In Wirklichkeit erlebt man „Statement des Referenten + Interview + Publikumsfragen“. Dieser Ablauf ist ein Glücksspiel, hat auch nichts mit erfrischender Improvisation zu tun, sondern ist meist einseitig und langweilig. Wer kennt nicht die Selbstdarsteller im Publikum. Live heißt also nicht automatisch Dialog.

Ein Dialog ist dadurch charakterisiert, dass miteinander im Gespräch das Thema weiterentwickelt wird und durch das gemeinsame Reflektieren neue Einsichten gewonnen werden. Ein kompetenter Moderator begleitet und unterstützt diese Gesprächskultur, in der sich Neugier auf das Andere entwickelt, Widersprüche entstehen und stehen gelassen werden können, neue Fragen entdeckt werden.

Manchmal zeigt sich die Professionalität des Moderators darin, dass er sich selbst zurücknimmt. Ein solches Beispiel erlebte ich bei der Diskussion zwischen einer Künstlerin und einem Philosophen. Der Moderator hatte sich offensichtlich sorgfältig vorbereitet und wollte den Gesprächsablauf mit seinen Fragen strukturieren.

Schon nach der ersten Frage entwickelte sich allerdings ein hochinteressanter Dialog (im wahrsten Sinne dieser Methode) zwischen den beiden Protagonisten. Man merkte dem Moderator an seinem Minenspiel an, dass er selbst gebannt lauschte, andererseits etwas verunsichert war was seine Rolle betraf. Glücklicherweise siegte sein „Gespür“, er ließ den Fluss des spannenden Dialogs weiterlaufen und brillierte dann mit einem Schlusswort sowie der Überleitung zum nächsten Programmpunkt.

report

Top-Manager-Dialog

Mit welchem Veranstaltungskonzept können Kommunikations- und Reflexionsprozesse so gestaltet werden, dass die Teilnehmer aus ihren Erfolgen und auch Misserfolgen lernen können?

Wir wählten den Dialog als ein Gesprächsformat, das durch Beobachten und moderierte Diskussion neue Sichtweisen auf das eigene Handeln eröffnet, und entwickelten so ein Lernformat für Top Manager, das sich in einer Serie von Veranstaltungen in der Praxis bewährt hat.

Lesen Sie mehr dazu:

http://veranstaltungsdesign.com/projektbeispiele/top_manager_lernen_anders.pdf

tip

Corporate Communications live umsetzen

ist das Thema meines Vortrags im Rahmen der access academy am 6.10.08 um 15 Uhr in der Wiener Hofburg. Dabei wird es mir um folgende Punkte gehen:

- Veranstaltungen als Teil der Corporate Communication
- Strategie, Konzept, Inszenierung, Dramaturgie und Methoden
- Den Prozess professionell und lustvoll gestalten
- Mit dem eigenen Team ein Gesamtkunstwerk schaffen
- Vom linearen Ablauf zum ganzheitlichen Erlebnis
- Innovation als Nutzen für den Teilnehmer verstehen
- Mit sorgfältiger Nachbearbeitung das Investment sichern

Daran anschließend lade ich Sie ein, im Diskussionsforum das Thema zu vertiefen und mit anderen interessierten TeilnehmerInnen in einen Dialog einzutreten. Das gesamte Programm der access academy vom 6.-7.Oktober 2008 und den Anmeldelink finden Sie unter

<http://www.access-austria.at/academy>

Vorschau auf VeranstaltungsDesign update 11-08

In der nächsten Ausgabe setzen wir die Serie über „Methoden“ fort. Wie können künstlerische Elemente und eine durchkomponierte Dramaturgie Ihre Veranstaltung zu einem ganzheitlichen Erlebnis machen?

Das VeranstaltungsDesign update 09-08 finden Sie auch auf
www.veranstaltungsdesign.com/vdesign/index.html
und im Archiv alle bisher erschienenen Ausgaben als pdf

*„Wenn es nur eine Wahrheit gäbe, könnte man nicht hundert Bilder
über dasselbe Thema malen.“*

Pablo Picasso

Impressum

VeranstaltungsDesign

Dkffr. Helga Stattler

T +43 1 4801417

m +43 676 7801417

E-mail office@veranstaltungsdesign.com

www.veranstaltungsdesign.com