SEMINARPLANUNG

Mehr Wow für Workshops & Co.

Foto: Hermann Beiler

Eine Einführung im wahrsten Sinne: Bei dieser Themen-Vernissage führt der Referent die Teilnehmer tatsächlich von Punkt zu Punkt zum Thema.

Seminare und Tagungen müssen nicht immer gleichförmig sein: Auch Formate im Bereich Lernen, Change Management und Organisationsentwicklung profitieren von kreativen Veranstaltungsformen, meint Hermann Will. Der Trainer und Veranstaltungsplaner erklärt, was Trainingsanbieter und Berater von der Event-Kultur lernen können.

Viele Schulungen und Workshops stehen in der Tradition des protestantischen Wortgottesdiensts – klug, aber nüchtern. Im Gegensatz dazu hat die Event-Kultur eher barock-katholische Wurzeln – Weihrauch und viel fürs Herz. Den einen fehlt die Lust am Bunten und Inszenierten, den anderen gründlicher Systembezug und Prozessdenke. Berührungspunkte zwischen den beiden Kulturen gibt es kaum.

Das muss nicht so sein. Zwar wird man als Veranstalter, Moderator oder Trainer nicht plötzlich Event-Priester werden. Aber man kann von Events lernen: beispielsweise, über Inszenierungen mit kurzfristiger „Wirkung" langfristige „Wirksamkeit" zu forcieren.

Wie das gehen kann, hängt vom Kern der Veranstaltung ab, der im Vorfeld definiert werden muss: Was ist ihre Funktion und welche Ziele sollen mit dem Format erreicht werden? Was soll gelernt, welche Veränderungen sollen angestoßen werden?

Steht das Ziel, werden Ideen gesammelt, wie die Veranstaltung interessanter gemacht werden könnte. Hier ist Mut zum Anders-Denken gefragt. Dabei helfen Leitfragen wie „Was wäre, wenn ...?" und „Warum eigentlich nicht ...?". Ob eine Idee zielführend ist, wird später geprüft. Aus den klügsten Vorschlägen wird dann das Veranstaltungsdesign entwickelt.

Wer systematisch nach neuen Lösungen sucht, zerlegt Veranstaltungen für den Entwicklungsprozess gedanklich in einzelne Planungsparameter. Zum Beispiel:

Planungsparameter Themen & Ziele

Alle Veranstaltungen haben Themen – offizielle und inoffizielle, harte und weiche, neue und ausgelutschte, geliebte und ungeliebte. Sie sind entscheidend. Denn selbst eine Bühnenshow animiert selten ausschließlich durch die „Verpackung". Wer in Projekten und Events Energie und Beteiligung haben will, darf also keinen Schnee von gestern unters Volk bringen oder Ablenkungsthemen auf die Agenda setzen: Er muss vorab prüfen, wie „heiß" Themen und Ziele sind – und zwar differenziert für Teilnehmer, Unternehmensleitung und Macher. Wenn nötig, justiert man sie neu und setzt das auf die Tagesordnung, was die Menschen wirklich umtreibt.

Planungsparameter Teilnehmer & Akteure

Viele denkbare Alternativen stehen für diesen Parameter zur Wahl: Mehr,

Dieser Text wurde im Heft 9-2011 der Zeitschrift *TRAINING aktuell* veröffentlicht.

WUP Arbeitsfeld MODERATION: Mehr Wow für Workshop & Co.
© WUP WILL UND PARTNER | Dr. Hermann Will | Bismarckweg 3, D-82335 Berg | www.wup.info

weniger, wenige, andere oder gar keine Teilnehmer einladen. Nicht alle permanent vor Ort lassen. Ehemalige Mitarbeiter oder Gegenspieler einbeziehen sowie Menschen, die bisher nicht dabei waren – aus welchem Grund auch immer sie fehlen. Erfahrungsträger, Chefs, Azubis oder Gäste auftreten lassen. Viel oder wenig Raum lassen für Partizipation – im Vorfeld und vor Ort. Keine dieser Möglichkeiten ist automatisch schlecht oder gut. Aber die Entscheidung für eine davon definiert das Gesamtdesign der Veranstaltung und beeinflusst ihre Energie entscheidend.

Planungsparameter Ort, Raum & Dauer

Oft sind diese Parameter ohne viel Nachdenken bereits entschieden. Schade, denn Ort und Raum könnten mehr sein als nur „Location". Schulungsräume, Tagungshotels oder Messehallen haben logistische Vorteile – markant sind sie selten. Vielleicht wäre es interessanter „vor Ort", in der Produktion oder beim Kunden zu sein. Passen gewohnte Räume und die immer gleiche Sitzordnung zu Botschaft und Metaphorik der Veranstaltung? Signalisieren sie Aufbruch und Change? Auch über Dauer und Zeitpunkt lohnt es sich nachzudenken: Was könnte sich ändern, wenn die Veranstaltung kürzer, länger oder mehrteilig wäre, wenn sie am Heiligen Abend stattfände oder bis in die Nacht hinein ginge?

Planungsparameter Bewegung

Die Sprache weiß es noch: Man *stellt* Themen in den Raum, *geht* sie durch, gibt Ein*führungen*. Veranstaltungen aber sind zu „Sitzungen" verkommen – körperlich ist wenig zu spüren von Aufbruch, mutigen Schritten oder frischem Wind. Sitzen aber bringt Teilnehmer mental kaum in Bewegung: Sie werden eher passiv und müde. Vermeiden lässt sich das durch Raum- und Bühnenwechsel (etwa zwischen Haupt-, Neben- und Gegenbühnen) oder große im Raum verteilte Plakate, die man wie bei einer Museumsführung gemeinsam in Etappen durchgeht (in Form einer sogenannten „Vernissage"). Auch der Wechsel von Arbeitsformen, also zwischen Sitzen und Stehen, Plenum und Kleingruppen, hilft.

Planungsparameter Methodenwahl

PowerPoint-Vorträge, Gruppenarbeit und Kaffeepausen-Gespräche sind Methoden-Renner, aber nicht die einzigen Möglichkeiten. Es gibt zusätzlich kreative Alternativen. Doch Vorsicht: Veranstaltungen dürfen nicht von den Methoden her geplant werden, sondern von den Zielen und anstehenden Funktionen. Welche Funktionen sollen die einzelnen Schritte im Veranstaltungsablauf erfüllen? Sollen sie z.B. informieren, orientieren, sammeln, austauschen, vertiefen, bewerten? Erst wenn das Ziel klar ist, wird der Werkzeugkoffer geöff-

Input-Methoden

Wer Sachverhalte, Thesen und Positionen markant ins Plenum bringen will, muss sich fragen:

WER LIEFERT DIE INPUTS?
Am besten nicht nur Vorstände, Chefs und Spezialisten. Auch Erfahrungsträger, Nutzer, Kunden, Entwickler, Teamvertreter oder Azubis könnten zu Wort kommen – nach einem klaren Briefing über Vorgehensweise und Rededauer vorab.

WIE LANGE DAUERN DIE INPUTS?
Kurze Thesen und schnelle Statements halten Zuhörer länger wach – vor allem, wenn auch Gegenpositionen vertreten sind und die Bühnen wechseln.

WELCHE MEDIEN STEHEN ZUR WAHL?
Statt per PowerPoint lassen sich Inhalte auch durch großformatige Poster oder Gegenstände visualisieren. Erzählte Beispiele, ein Publikumsdialog oder minutenschnelle Mini-Konferenzen mit den Nachbarn verankern die Inhalte besser.

WELCHE INPUT-FORMATE PASSEN?
Wer Referenten einfach nur reden lässt, gibt alle Einflussmöglichkeiten aus der Hand. Andere Möglichkeiten sind:

- „Stehtisch-Interview":
  Ein Moderator portioniert den Vortrag in thematische Blöcke. Er kann auch das Publikum zwischendurch einbinden.
- „Tandem-Vorträge":
  Zwei Referenten treten gemeinsam als Duett oder als Gegenspieler auf.
- „Vernissage-Präsentation":
  Die Kernaussagen stehen im Raum verteilt auf großen Postern. Der Input-Geber wandert mit der ganzen Gruppe von Plakat zu Plakat und referiert jeweils kurz.

WUP Arbeitsfeld MODERATION: Mehr Wow für Workshop & Co.
© WUP WILL UND PARTNER | Dr. Hermann Will | Bismarckweg 3, D-82335 Berg | www.wup.info

net für die Suche nach der Methode, die dazu passt (und nicht schon mehrfach gelaufen ist).

Weniger ist dabei oft mehr. Einen Methodenzirkus gilt es zu vermeiden. Zudem machen schon kleine Abwandlungen bekannte Vorgehensweisen interessanter (siehe Kasten S. 31). Mit alternativen Input-Methoden geht es aber auch ganz ohne Präsentation:

1. **Expertenbefragung („Wunschkonzert"):** Das Plenum sammelt vorab, was es wissen will, der Referent beantwortet diese Fragen im engen Zeittakt. Die Zuhörer erfahren das, was sie wirklich wissen wollen.
2. **Poster Session oder Info-Markt:** Hier stehen die relevanten Aussagen vorbereitet auf Pinnwänden im Raum und alle wandern frei oder getaktet lesend durch diesen Info-Wald.
3. **Lernen durch Lehren:** Die Teilnehmer machen sich inhaltlich fit und geben ihr Wissen in kleinen Gruppen an ihre Kollegen weiter.
4. **Wissens- oder Lernzirkel:** An vorbereiteten Stationen gibt es Texte, Video-Clips, Beispielmaterial, Aufgaben und teilweise auch mit Experten besetzte Stationen. Jede Teilnehmergruppe arbeitet im festen Zeittakt an einer Station und wechselt dann geschlossen zur nächsten.

Planungsparameter Formate & Designs

Manchmal greift ein Methodenwechsel zu kurz. Dann braucht es neue Veranstaltungs-Designs. Hier drei Formate, die sich auch mit anderen kombinieren lassen:

1. **World Café:** Einzelthemen eines heißen Ober-Themas lassen sich in kleinen Tischgruppen locker wie im Kaffeehaus diskutieren. Die wichtigsten Ergebnisse können die Teilnehmer gleich (kritzelnd) auf Papiertischdecken festhalten. Auf ein Signal hin wandern dann alle Gruppen – bis auf jeweils einen – zum nächsten Tisch, lassen sich vom Tisch-Platzhalter das Bisherige erklären, brainstormen weiter und halten das ergänzend auf dem Papierbogen fest. Dann geht's zur dritten Tischstation.
2. **Schwarzmarkt des Wissens:** Ein Format ganz ohne Plenums-Referate – stattdessen mit vielen Erfahrungsträgern, die sich in vielen parallelen Privatissimum-Gesprächsrunden im Halbstundentakt mit jeweils drei bis vier Teilnehmern austauschen. Die Plätze in den Gesprächsrunden buchen die Gäste vor Ort. Wer keinen Wunschplatz ergattert, ist als „Schwarzhörer" an seinem Tisch dabei, darf aber nicht aktiv ins Gespräch eingreifen.
3. **Barcamp:** Ein Format ohne „Keynote Speaker". Teilnehmen kann nur, wer selbst etwas vor- oder beiträgt und das sofort allen im Internet zur Verfügung stellt. Wichtig dabei sind: ein attraktives Rahmenthema, Kompetenz bei den Teilnehmern, viele Räume und eine klare Zeit- und Raumstruktur.

MEHR ZUM THEMA:

» Ideenwerkstatt „Info-, Lern- und Change-Events"
1. und 2. Dezember 2011, München
Kosten: 970 Euro
Infos: www.werkstatt.wup.info & http://werkstatt.wup.mixxt.de

» Will, Hermann/Wünsch, Ulrich/Polewsky, Susanne: Info-, Lern- und Change-Events. Ideenbuch für Veranstaltungen, Beltz, Weinheim 2009, 78 Euro

Vom Workshop zum Lern-Event

Es ist nicht viel nötig, um Wunder zu bewirken. Unterschiedliche Formen für Inputs, Medien auch jenseits von PowerPoint, variierte Arbeitsmethoden, ein bisschen Theater und ein Hauch Improvisation – das reicht meist schon aus, um schlichte Seminare zu Lern-Events zu transformieren. Und ein bisschen Inszenierung macht nicht nur die Informations-, Lern- und Change-Veranstaltungen selbst einprägsamer. Auch die Inhalte können nachhaltiger verankert und Entwicklungsanstöße wirksamer ins Unternehmen getragen werden.

Hermann Will ■

Der Autor: Dr. Hermann Will ist Trainer, Moderator und Initiator des Beratungsunternehmens WUP Will und Partner, Berg. Der Psychologe und Organisationsberater konzipiert seit Jahren eigenwillige Workshops, Trainings und Lern-Events und berät Firmen und Veranstalter.
Kontakt: will@wup.info.

Den Titel mit „Wow & Co." hat sich leider die Redaktion ausgedacht.

© WUP WILL UND PARTNER | Dr. Hermann Will | Bismarckweg 3, D-82335 Berg | www.wup.info