

# Mehr Wirkung & Wirksamkeit!

## INFO-, LERN- UND CHANGE-EVENTS

Gekürztes Beispiel aus unseren Teilnehmer-Unterlagen fürs Event-Lernen



Viele Mitarbeiter-Veranstaltungen und -Tagungen 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. Hier interessiert die Schnittmenge zwischen beiden Veranstaltungs-Kulturen.

# 1 Mehr Markanz, Wirkung & Wirksamkeit!

Wenn Mitarbeiterveranstaltungen in gewohnten Bahnen verlaufen, dann sind sie weniger eindrücklich, merk-würdig und nachhaltig. Das stellen Sie fest, wenn Sie ein Jahr später nachrecherchieren und sich niemand so recht erinnern kann. Mehr Augenmerk auf Markanz und „Wirkung“ sehen wir als ein Mittel gegen diesen Schwund – aber nicht aus Lust am Happening, sondern weil wir überzeugt sind, dass das zu mehr „Wirksamkeit“ und zum besseren Erreichen der Ziele führt.

**Info-, Lern- und Change-Events** nennen wir Veranstaltungsformate mit 30 bis 300 Teilnehmern im Grenzgebiet von Schulungs-, Workshop- und Eventkultur. Die sollen Menschen bewegen, Themen voranbringen und Dialog, Lernen und Veränderung unterstützen. Das Wort „Event“ markiert, dass man gezielter auf mehr „Wirkung“ und mehr „a.a.ü.“ achtet (das berühmte „anders als üblich“).

**„Wirkung“:** Das Ergebnis aller Aktionen und Effekte in Veranstaltungen, die auf „Eindruck hinterlassen“ zielen. „Wirkung“ wirbelt auf und ist klassische Domäne der Eventkultur. Da steht sie manchmal über der „Wirksamkeit“.

**„Wirksamkeit“:** Das, was von einer Veranstaltung längerfristig bleibt und nachhaltig Spuren hinterlässt. Die OE- (Organisationsentwicklung) und Workshop-Kultur hat hier ihre Stärken. Wir setzen darauf, dass mehr Wirkung auch mehr Wirksamkeit erzeugt.

## 2 Kurzes Begriffs-Glossar

**Planungsdreieck** (Frontseite): Alle Ebenen des Dreiecks (und einige mehr) sind fürs Planen Ihrer nächsten Veranstaltung wichtig (von unten nach oben). Auf jeder „Ebene“ haben Sie die ganze Bandbreite zwischen traditionell „brav“ und „anders als üblich“.

**Grenzgänge:** Interessante Formate und Designs im Grenzbereich von OE-, Workshop-, Schulungs-, „Predigt“- und Eventkultur. Es lohnt, jeweils von der anderen Kultur zu lernen (ohne die eigene Heimat aufzugeben).

**Veranstaltung oder Event?** Wir mischen die Begriffe, weil die Grenzen fließen. Unsere „Events“ heißen oft x-Workshop, y-Kick-off, z-Arbeitstagung, Forum, Klausur, Projektleitertag. Manche haben darüber hinaus metaphorische Untertitel.

**A.a.ü. !?** Viele Kunden wollen Veranstaltungen „irgendwie anders“, „dialogischer“, „kreativer“, „weniger Folienschlacht“. Aber „anders“ ist nicht automatisch besser. Auf die Zielerreichung kommt es an! Trotzdem: Kreativ ver-rückte Varianten zu denken eröffnet neue Blickwinkel. Ruf- und Fragezeichen sind dabei wichtig: Zuerst „ver-rückt“ denken und dann abwägen, ob das wirklich mehr Wirkung und Wirksamkeit verspricht.

**„Brav“:** Alle traditionellen Lösungen. Wenn sie gute Ergebnisse bringen, muss man nicht viel ändern! Oft genügen einige wenige Interventionen gezielt „anders“ als bisher.

**Zielarbeit:** Wer will wie wohin? Wollen wirklich alle nach Panama? Was ist mit wenig transparenten Zielen? Reden alle vom Gleichen? Wie ergänzen sich Veranstaltungs-, Projekt- und Unternehmensziele? Verändern sich Ziele und Rückendeckung im Laufe der Zeit? Taugen die Ziele fürs konkrete Handeln und die Evaluation?

**Energie-Check:** Wie „heiß“ sind Themen und Ziele einer Veranstaltung für Auftraggeber, Moderatoren, Teilnehmer und die Unternehmensleitung? Reitet man ein totes Pferd? Muss man die Relevanz von Themen und Zielen gezielt steigern – und wie?

**Harte Veranstaltungs-Parameter:** Das sind u.a. Teilnehmermischung, Gäste, Akteure, Arbeitszeiten, Locations, Räume, Übernachtung, Essen, ... . Einige dieser Parameter können Sie „brav“, ver-rückt oder ein klein wenig „anders als bisher“ denken und vielleicht auch gestalten.

**Weiche Veranstaltungs-Parameter:** Partizipation, Betroffenheit, Austausch und Vernetzung, Kontexteinbettung, Kreativität und die Mischung von Lust und Askese. Hier gibt es weniger „entweder-oder“. Die übliche oder unübliche Ausgestaltung dieser Parameter gibt den Veranstaltungen ihre „Identity“.

**Formate:** Aus den Formatfamilien Vortrag, Schulung, Workshop, Event und Fest haben sich viele spannende Spezial-Varianten und Mini-Formate entwickelt, und diese lassen sich zu immer neuen Cocktails mixen. Interessante Exoten: Barcamp, Schwarzmarkt des Wissens, Science Slam, Pecha Kucha, Seitenwechsel-Konzepte, Townhall-Meetings und Events als öffentliche Auftritte.

**Lern-Events:** So nennen wir größere Schulungs- und Lernveranstaltungen, die (vorsichtig dosiert) Anleihen bei der Eventkultur nehmen.

**Inszenierung:** All das, was man in Veranstaltungen absichtsvoll unternimmt, um mehr Wirkung zu erzeugen. Wir glauben, dass das die Markanz erhöht und zu mehr Wirksamkeit führt. Man kann nicht nicht inszenieren – auch Kinobestuhlung plus Musik von vorne ist Inszenierung (meist eine wenig aktivierende).

**Makro-Inszenierung:** Alle Inszenierung, die sich als roter Faden durch die ganze Veranstaltung zieht: Analogien, Motti, umgesetzte Slogans oder Metaphoriken, z.B. Reise- bzw. Wettkampf-Metaphoriken oder Bezüge zu Lebensereignissen.

**Mikro-Inszenierung:** Die 1000 punktuellen Kleinigkeiten, die Witz und Energie in Veranstaltungen bringen, z.B. Überraschungsgäste, Raum- und Bühnenwechsel, theatrale Elemente, Musik, Give-aways. Überdosierung ist gefährlich!

**Energizer & Aktivierer:** Eigentlich soll das Programm selbst aktivieren. Aber nach der Mittagspause und zwischendurch helfen einige aktive Minuten, das kollektive Suppenkoma zu überwinden.

**Erlebnis:** Heilige Kuh der Event-Szene! Aber Erlebnisse entstehen im Kopf der Beteiligten. Man kann sie nicht „herstellen“ – nur Vorarbeit leisten. Und speziell da gilt Vorsicht: Die Geschmäcker sind verschieden!

**Methoden & Tools:** Nicht von der Vielzahl der Möglichkeiten verwirren lassen. Events nicht von den Methoden, sondern von den Funktionen her konzipieren. Erst dann die dafür besten Werkzeuge aussuchen. Funktionen sind: Input geben, Austausch, Körper & Geist bewegen, Stärken stärken, Herzen erreichen, Beteiligen, Aktivieren, Motivieren, Kennenlernen, Kontakt und Teamgeist fördern, Perspektiven eröffnen, ...

**Sinnlich-Mediales:** Hirn, Herz, Aug<sup>e</sup> und Ohr ansprechen. Also jenseits von Power-Point suchen, z.B. „Ein-Führungen“ mit Postern, Barfuß-Videoclips (ohne hohen Technikanspruch – vor Ort aufgenommen oder mitgebracht), symbolische Raumnutzung, Malen und Zeichnen, Prozessvisualisierung. Oft mischt sich das mit Methoden.

**Bühne, Raum & Technik:** Auch kleine Veranstaltungen haben „Bühnen“, „Bühnenbild“ und „Kulissen“ – wie im Theater. Haupt- und Nebenbühnen, Bühnenwechsel und zielführende Sitzordnungen gehören zu den Basics sowie Licht jenseits des Saallichts.

**Pre- & Post-Event:** „Pre“ steht für alles, was man vor einer Veranstaltung tut, damit die Teilnehmer „vorgeglüht“ kommen. Zu „Post“ zählen alle Aktivitäten nach Abschluss der Veranstaltung, um die Teilnehmer weiterhin aktiv und eingebunden zu halten.

## **3 Prinzipien für lebendigere „Events“**

**„Ein totes Pferd soll man nicht reiten!“** Diese Indianer-Weisheit gilt auch für Veranstaltungen. Frühzeitige Energie-Checks vornehmen: Wie „heiß“ sind Themen und Ziele der Veranstaltung für Teilnehmer, Auftraggeber, Chefs und Planer? Wer will die Veranstaltung und unterstützt sie notfalls? Wer will sie nicht? Und was tun, damit wichtige, aber subjektiv „kühle“ Themen die Herzen der Teilnehmer erreichen?

**Ausgewogenes Verhältnis von „brav“ und „a.a.ü.!?“:** „Anders als bisher“ ist nicht automatisch besser. Trotzdem: Kreativ über ver-rückte Varianten nachzudenken eröffnet neue Handlungsmöglichkeiten. Das Gegenstück zu „a.a.ü.!?“ nennen wir „brav“. Das sind alle traditionellen, bisherigen Lösungen. Dagegen spricht nichts, wenn sie zu guten Ergebnisse führen und alle zufrieden sind. Man muss nicht alles ändern!

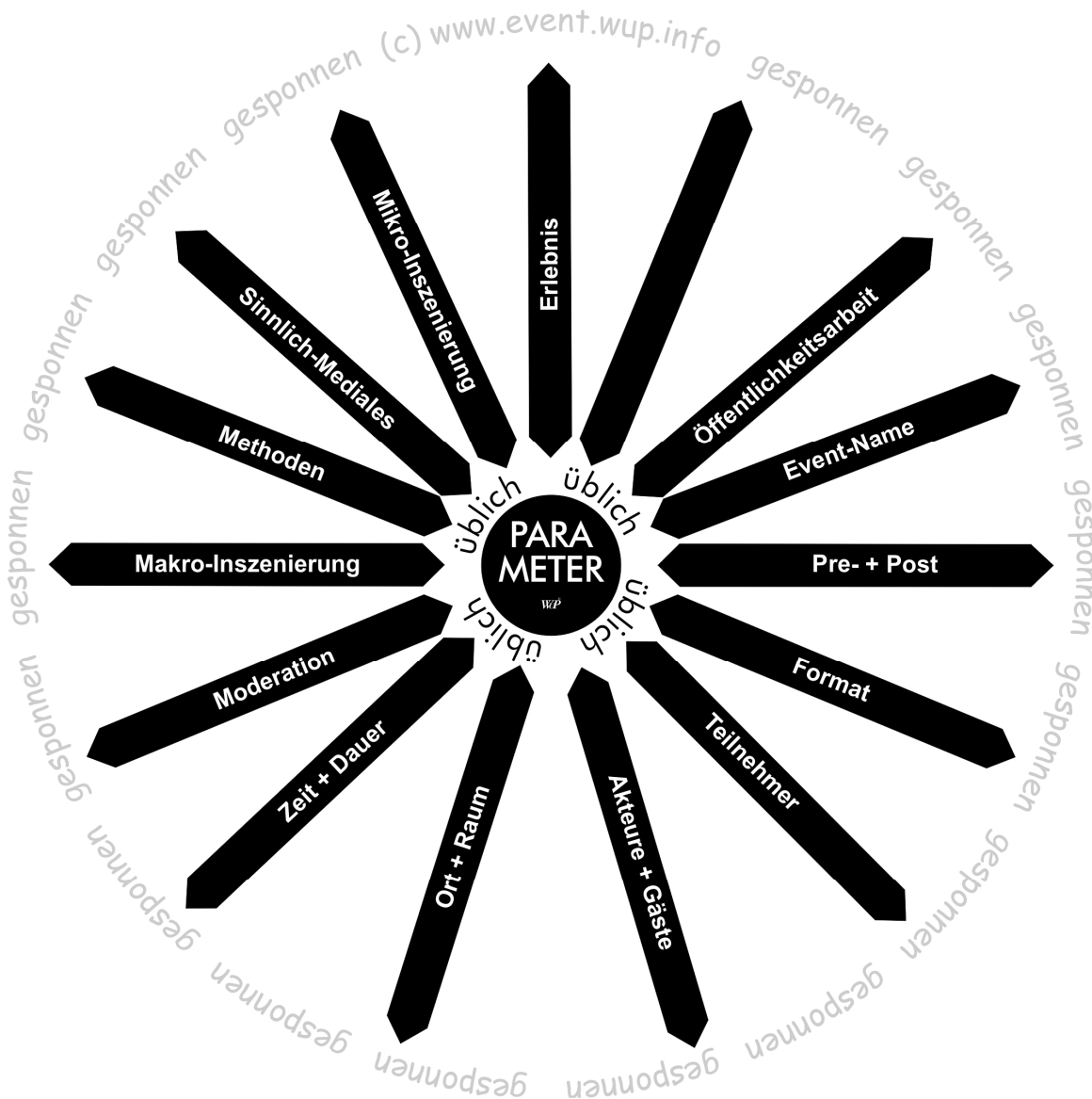
**Lust- und Teilnehmer-Orientierung:** Das „Tal des Todes“ sollen Teilnehmer nicht durchqueren! Auch wenn Inhalte hart und trocken sind, muss man sie nicht als bröseliges Knäckebrot servieren. Weniger Inputs und PowerPoints am Stück! Abwechslung und Überraschung fürs Wachbleiben einplanen. Anreize schaffen. Den Nutzen der Veranstaltung für die Teilnehmer (frühzeitig) klar und plausibel machen.

**Das Prinzip der „Basic Needs“:** Dieses Motivationsmodell nennt drei Teilnehmer-Grundbedürfnisse: Teilnehmer wollen (1) Kompetenz erleben, (2) Autonomie erleben und (3) emotional-sozial eingebunden sein. Zusätzlich erwarten Erwachsene in Veranstaltungen: Gute Inhalte, spannende Verpackung, Lustgewinn & Nutzen sowie stimmige Rahmenbedingungen.

**Das Prinzip der Bewegung:** Die Sprache weiß es noch und spricht von: „Themen in den Raum stellen“, „Themen durchgehen“ und von „Ein-Führung“. Stattdessen sind Veranstaltungen zu „Sitzungen“ verkommen – körperlich ist wenig zu spüren vom Aufbruch, von mutigen Schritten oder frischem Wind. Für Aktivierung sorgen Raum- und Bühnenwechsel (z.B. Haupt- und Gruppenraum bzw. Foyer sowie Haupt-, Neben- oder Gegenbühnen). Unser „Prozessionsformat“ nutzt große im Raum verteilte Plakate, die man wie bei einer Museumsführung gemeinsam in Etappen durchgeht. Wir nennen das „Vernissage“ oder Ein-Führung.

## 4 Planungs-Roulette für mehr a.a.ü.

Wie plant man mehr Markanz, Wirkung und Wirksamkeit? Wir nutzen unser Parameter-Modell. Das zerlegt anstehende Veranstaltungen gedanklich in Komponenten = Parameter (z.B. Teilnehmer, Raumnutzung, Zeit). Manche Parameter sind bereits „wie immer“ definiert. Bei anderen besteht kein Leidensdruck. Aber einige Parameter versprechen Potenzial fürs „Anders als bisher“. Die variiert man durch – auf der Suche nach ver-rückten Ideen. Das ergibt oft neue „Designs“ und bringt Festes in Bewegung.



**Planungs-Roulette:** „Parameterscheibe“ ausschneiden. In der Mitte Nadel durchstechen.

Kräftig drehen. Über den Parameter nachdenken, der dann auf Sie zeigt.

Übliche Lösungen liegen im Zentrum, „gesponnene“ oder ver-rückte in Richtung Außenrand.

Dann einen Moment nachdenken, welches mögliche Potential in dieser „Idee“ liegt – zumindest ansatzweise.

## Sechs Schritte der Parameter-Planung mit dem Planungs-Roulette:

- 1. Parameter-Zerlegung:** Zerlegen Sie Ihre nächste Veranstaltung gedanklich in einzelne „Parameter“.
- 2. Parameter-Wahl:** Starten Sie mit dem Parameter, bei dem Sie Potenzial und Gestaltungsspielraum vermuten, z.B. Raumnutzung oder Teilnehmer zusammensetzung.
- 3. Bestandsaufnahme:** Wie sehen die bisherigen Lösungen für diesen Parameter aus? Sind Auftraggeber, Teilnehmer und Sie damit zufrieden?
- 4. Mini-Brainstorming:** Was wäre denkbar (ohne Schere im Kopf)? Finden Sie möglichst viele Alternativen für „Ihren“ Parameter – auch Ideen mit wenig Chance auf Umsetzung. Die eröffnen oft neue Suchfelder.
- 5. Ausbeute sichten:** Was lässt sich umsetzen und passt zu mir, zu den Teilnehmern und zum Setting? Welche Ideen muss man noch adaptieren? Und vor allem: Was tragen sie bei zu mehr Wirkung und Wirksamkeit?
- 6. Entscheiden:** „Anders als üblich“ ist nicht automatisch besser. Aber Sie haben nun Wahlmöglichkeiten, und Ihre bisherige Lösung läuft Ihnen nicht weg. Fast immer findet sich so eine neue Variante für die Umsetzung. Kriterien sind mehr kurzfristige „Wirkung“ und mehr langfristige „Wirksamkeit“.

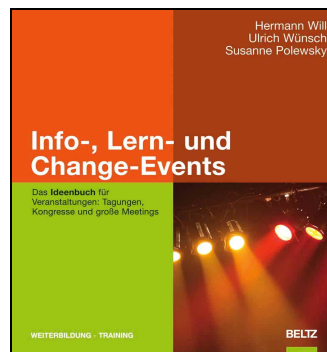
**Nicht übertreiben!** Nicht alle Parameter neu denken! Nicht alles muss total außer der Reihe sein. Schon „Kleinigkeiten“ und niedrige Dosierung bringen Veränderung.



Lipp & Will (2008<sup>8</sup>).  
**Das große Workshop-Buch.**  
Konzeption, Inszenierung und Moderation von Klausuren, Besprechungen und Seminaren.  
BELTZ-Verlag  
ISBN 978-3-407-36459-3



Will (2013<sup>8</sup>).  
**Mini-Handbuch Vortrag und Präsentation.**  
Für Ihren nächsten Auftritt vor Publikum.  
BELTZ-Verlag  
ISBN 978-3-407-85955-6



Will, Wunsch, Polewsky (2009<sup>1</sup>).  
**Info-, Lern- und Change-Events.**  
Ideenbuch für Veranstaltungen, Tagungen, Kongresse und große Meetings.  
BELTZ-Verlag  
ISBN 978-3-407-36464-7

## WUP WILL UND PARTNER

**WUP Arbeitsfelder:** Eigenwillige Veranstaltungs-Designs.  
Konzeption, Beratung und Moderation von Info-, Lern- und Change-Events.  
Trainings und Workshop-Konzeptionen. Werkstatt-Trainings.  
Trainer-, Berater- und Moderatorenausbildung. Change-Support.

© Alle Rechte an Text und Idee: Dr. Hermann WILL, 2014