Herzlich willkommen

beim micelab:bodensee

Aus der **Angst ...**

BEGRÜSSUNG

micelab:bodensee ›› S. 7

Die Partner ›› S. 11

ANKOMMEN

Gast sein ›› S. 19

KEYNOTE

Aus der Angst ins Vertrauen ›› S. 29

PAUSE

Angst und Vertrauen treffen sich … ›› S. 47

EXPERTENGESPRÄCH

Improvisation als Lebenshaltung ›› S. 61

MITTAG

Der Raum – der unterschätzte Akteur ›› S. 77

NACHMITTAG

Schule des Scheiterns ›› S. 91

PAUSE

Auf einen Plausch … ›› S. 107

NACH DEM KONGRESS

Heimreise. Ankommen. Auspacken ›› S. 119

Liebe MICEterinnen und MICEter,

herzlich willkommen beim micelab:bodensee! Es freut uns sehr, dass Sie in diesem Augenblick an Bord sind und gemeinsam mit uns eine lebendige Kongresskultur ansteuern.

Wir – das sind dreizehn Partner des Netzwerks BodenseeMeeting – kümmern uns darum, die Bodenseeregion als innovative Veranstaltungsdestination bekannter zu machen. Im September 2011 hatten wir ein Schlüsselerlebnis: Ein völlig misslungener Kundenevent in Stuttgart hat uns vor Augen gehalten, dass wir neue, für uns alle ungewohnte Wege einschlagen müssen – um aufzuzeigen, wie wir die MICE-Branche verstehen und leben möchten.

Ein interdisziplinärer und interaktiver Nachdenkprozess war die Geburtsstunde des micelab:bodensee – der ersten interaktiven Weiterbildungsplattform für die Veranstaltungsbranche im deutschsprachigen Raum. Zunächst angelegt als Forschungsprojekt, waren wir drei Jahre lang im intensiven Austausch mit Experten unterschiedlicher Disziplinen – aus Architektur, Veranstaltungsdesign, Soziologie, Theater und vielen mehr. Erfüllt von neuen Ideen und Erkenntnissen, wollen wir diese mit Kolleginnen und Kollegen

teilen, die an den Schräubchen gelungener Veranstaltungen drehen – also mit Ihnen. Das micelab:bodensee ist ein Projekt, das von innen nach außen wächst und dessen vorrangiges Ziel es ist, Haltung zu generieren: **Innere Haltung als Fundament für beste Gastgeberschaft.**

Die einander beeinflussenden Module des micelab:bodensee sollen in einem ersten Schritt die Branchenkenner am Bodensee befähigen, sich für die Zukunft in Sachen Gastgeberschaft zu rüsten. In einem weiteren Schritt sehen wir es als übergeordnetes Ziel, mit micelab:bodensee das deutschsprachige Europa als MICE-Destination im internationalen Wettbewerb zu stärken.

Das Modul micelab:explorer ist das Forschungslabor. Das Lernmodul micelab:experts schlägt die Brücke zwischen Forschung und Praxis. Die Ergebnisse – im ersten micelab:extract zusammengefasst – halten Sie soeben in Ihren Händen. Im micelab:experience – dem großen Kongress der Kongresskultur – fließen die Erfahrungen aus Forschungs- und Weiterbildungsmodulen schließlich im großen Praxistest zusammen.

micelab:bodensee sieht sich als neue Form der Weiterbildung: lebendig, aktiv, teilgebend und teilnehmend. Dauernde Veränderung bildet die Konstante. Formate dienen den zu entdeckenden Inhalten und nicht umgekehrt. Es gibt kein geschlossenes Gefäß, kein definiertes Manifest. Explorieren statt studieren. Erfahrungen und Haltung werden eingebracht, neue Erkenntnisse untereinander geteilt und verwertet. Ein sich selbst weiterentwickelndes System, begleitet von zwei Kuratoren, die sich nicht als Skipper, sondern als Strategen an Bord sehen.

Wir freuen uns sehr, dass Sie durch das Lesen des ersten Extrakts bereits Teil unseres dauernden Experiments sind. Bleiben Sie an Bord, stechen Sie mit uns in See!

Gerhard Stübe, Sprecher BodenseeMeeting,
Leadpartner micelab:bodensee

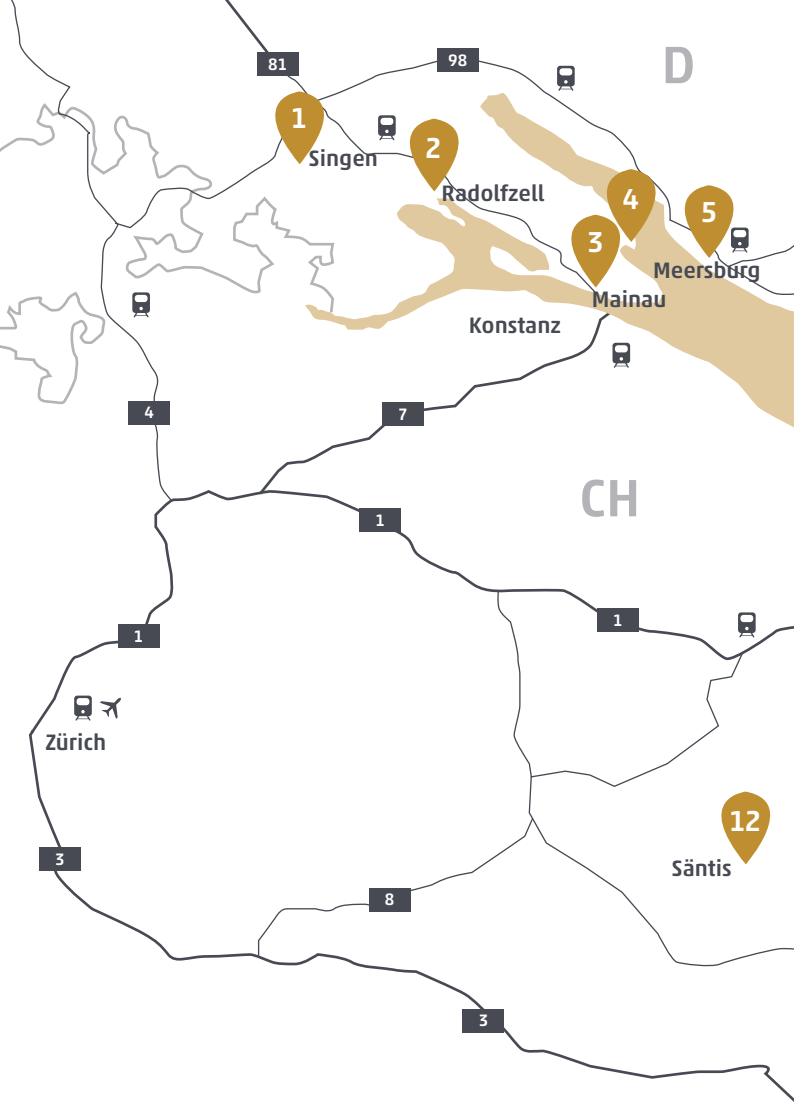
Träger des internationalen **micelab:bodensee** Projekts ist das Netzwerk **BodenseeMeeting** in Kooperation mit **der kongress tanzt**. Zum BodenseeMeeting gehören dreizehn Partner aus Deutschland, Liechtenstein, Österreich und der Schweiz. **Siehe Auflistung auf Seite 11 und Lageplan auf Seite 12.**

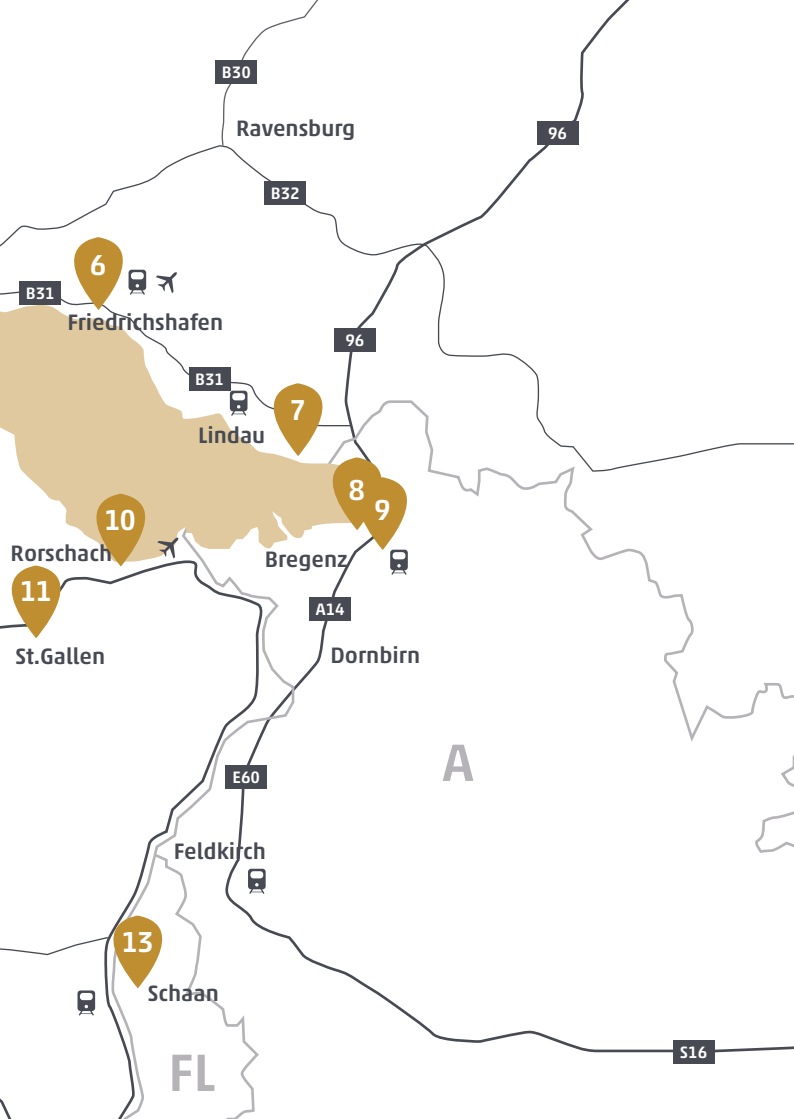
Das micelab:bodensee wird durch einen Beirat unterstützt: Stefan Walter, Managing Director Mondial Congress & Events Vienna; Professor Stefan Luppold, Leiter des Studiengangs BWL - Messe-, Kongress- und Eventmanagement an der DHBW Ravensburg; Barbra Steuri-Albrecht, Leiterin Switzerland Convention & Incentive Bureau; Edgar Hirt, Unternehmensbereichsleiter Kongresse und Veranstaltungen, Congress Center Hamburg; Beatrix Troschke, Head Events & Visits, Hoffmann-La Roche

BODENSEE MEETING
Vier Länder. Ein Eventpartner.

der kongress tanzt
Netzwerk für gute Veranstaltungen

1. Singen Congress
2. Milchwerk Radolfzell
3. Bodenseeforum Konstanz
4. Insel Mainau
5. Meersburg Tourismus
6. Graf-Zeppelin-Haus Friedrichshafen
7. Lindau Tourismus und Kongress GmbH
8. Convention Partner Vorarlberg
9. Kongresskultur Bregenz GmbH
10. Würth Haus Rorschach
11. St.Gallen-Bodensee Convention
12. Säntis Schwebebahn AG
13. SAL – Saal am Lindaplatz


D
CH
81
98
4
7
1
1
1
3
8
3
1
Singen
2
Radolfzell
3
Mainau
4
5
Meersburg
Konstanz
Zürich
12
Säntis


B30
Ravensburg
96
B32
6
B31
Friedrichshafen
96
B31
7
Lindau
8
9
10
Rorschach
Bregenz
11
A14
St.Gallen
Dornbirn
A
E60
Feldkirch
13
Schaan
FL
S16

micelab
18.06.2015

ANKOMMEN

Gast sein

Koffer packen, Wohnung zusperren und in den Zug einsteigen muss ich selber. Der Rest erledigt sich (fast) von selbst. Zum ersten Mal kein nervöses Hin- und Hergerutsche auf dem Zugsitz. Ich gebe zu: Leicht nervös bin ich bei jeder Geschäftsreise. Dieses Mal nicht. Warum auch? Mehrere Tage vor der Abreise habe ich – dank des Veranstalters – alles Wichtige erhalten. Ich musste mich nicht informieren, ich wurde informiert. Ich wurde gefragt, ob ich noch etwas brauche. Es war aber alles schon da.

Ankunft in einer unbekannten Stadt. Es fühlt sich nach einem Wiedersehen an. Vielleicht übertreibe ich ein bisschen, dennoch: Die kürzesten Wege habe ich bereits im Kopf. Wie ein Einheimischer, vielleicht mit etwas bewussterem Schritt, spaziere ich nach der Ankunft zum Hotel. Die digitale Kongressplattform zeigt mir am Smartphone den Weg. Ich grinse vor mich hin. Fast wie Urlaub, nur der Laptop im Gepäck sagt: „Du bist zum Arbeiten hier."

Hotels sind Hotels und erinnern einen daran, dass man nicht zu Hause ist. Das herzliche „Willkommen" des Rezeptionisten, der

mich mit meinem Namen empfängt und mir beim unkomplizierten Check-In einen Espresso serviert, habe ich nicht erwartet. Es freut mich umso mehr. Kurz darauf liege ich im Hotelbett und checke das Kongressprogramm am Laptop. Das WLAN funktioniert flächendeckend in der Stadt und im Hotel.

Ich nehme mehrere Male pro Jahr an Kongressen teil. Die Qualität liegt meist im Detail: Oft sind es Kleinigkeiten, die einen Kongress besonders machen. Ich persönlich mag es, wenn ich bereits im Hotel den Badge für den Kongress erhalte. Das ist auch hier so. Ich hefte ihn an mein Revers und tauche schon ein wenig in die Kongresswelt ein.

In den ersten Kongresstag möchte ich mit dem besten Smoothie der Stadt starten. Ich weiß ja, wo es ihn gibt. Er ist wunderbar. Die Zeit leider knapp. Zum Glück ist die Bushaltestelle gleich ums Eck. Der Busfahrer erkennt meinen Badge sofort als Fahrschein, wow!

Im Kongresshaus angekommen, schaffen es die gute Beschilderung und das kompetente Personal, dass ich pünktlich am richtigen Ort bin. Die Veranstaltung ist wie angekündigt abwechslungsreich. So mag ich das: genug Zeit, um in Ruhe Luft zu schnappen, etwas zu

trinken, eine Kleinigkeit zu essen. Und mit anderen Teilnehmern und Vortragenden ins Gespräch zu kommen. Ich bin kein geborener Netzwerker, aber bei diesem Kongress komme ich ganz leicht – gefühlt fast mit jedem – ins Gespräch. Woran das liegt? Vielleicht am Lounge-Charakter im Raum. Und an der Mischung: innovative Formate, inspirierende Inhalte, professionelle Abwicklung, offenes Umfeld. Leichtigkeit bestimmt den Kongress. Diese Leichtigkeit hätte ich gerne im Alltag.

Der Vormittag ist im Nu vorbei. Vollkommen ins Gespräch mit einem anderen Teilnehmer vertieft – es schwebt uns bereits ein gemeinsames Projekt vor – sorgt ein Mitarbeiter dafür, dass wir an einem gemütlichen Tisch weiter diskutieren können. Das fabelhafte Essen mit regionalen und saisonalen Produkten ist vielfältig und leicht wie die Kongressinhalte. Das Cateringpersonal sieht auf unaufgeregt freundliche Art zu, dass wir uns Nachtisch und Kaffee nicht entgehen lassen und rechtzeitig in den Nachmittag starten. Auf dem Weg zur nächsten Session komme ich kurz mit einer Mitarbeiterin – eine Eventmanagerin? – ins Plaudern. Sie beantwortet mir eine Frage zum Ablauf und gibt mir noch Tipps für den Abend. „Nicht nur freundlich, sondern bestens informiert", denke ich mir.

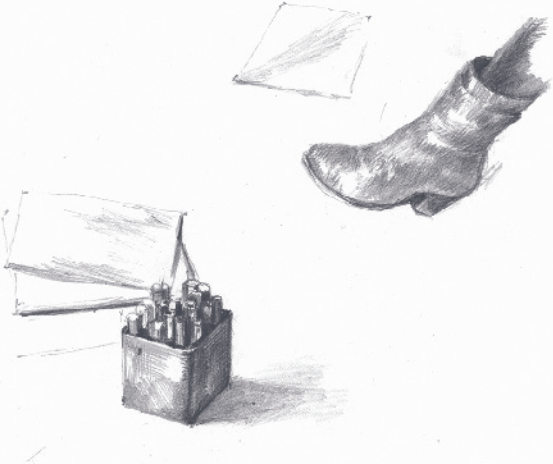
Ein Gewitter macht den Veranstaltern einen kleinen Strich durch die Rechnung. Der Programmpunkt wird kurzerhand von der Terrasse nach drinnen verlegt. Ich hatte nicht mit schlechtem Wetter gerechnet. Die Veranstalter schon. Die Indoor-Variante ist bereits vorbereitet und der Nachmittagsblock beginnt pünktlich. Wie das bei Wetterumschwüngen sein kann, plagen mich plötzlich pochende Kopfschmerzen und die Tabletten liegen natürlich im Hotelzimmer. Innerhalb weniger Minuten werde ich mit Wasser und dem ersehnten Mittel versorgt und kann wieder aktiv am Workshop teilnehmen. „You saved my day", schießt es mir durch meinen – wieder schmerzfreien – Kopf!

Nach diesem ersten intensiven Tag verlasse ich zufrieden das Kongresszentrum. Ertappe mich dabei, dass ich wieder vor mich hin lächle. Ich schwinge mich auf ein Fahrrad, das ich im Veranstaltungszentrum ausleihen konnte und beschließe den Tag mit einer Spritztour durch die Stadt. Am zweiten und letzten Tag nehme ich in der Früh meinen Koffer und den Laptop mit auf den Weg. Alles kann ich bei der Garderobe gesichert verwahren. Die Veranstaltung genieße ich ohne unnötigen Ballast. Zum Abschluss gönne ich mir einen Kaffee mit einer Teilnehmerin, die ich beim ersten Workshop kennengelernt habe. Dann gehe ich direkt vom Kongresszentrum zum Bahnhof und mache mich entspannt wie nie auf die Heimreise.

MICELAB
ERKENNTNIS

Es gibt unendlich viele Formate, Ansätze und Methoden mit tollen Namen. Letztlich haben sie aber immer nur dienende Funktion. Formate sind wie Filmmusik. Sie wirken, ohne dass sie bewusst wahrgenommen werden.
Sie unterstützen, sind aber nicht selbst das Thema.

Tina Gadow, Kuratorin micelab:bodensee



KEYNOTE

Aus der Angst ins Vertrauen

Wie man bei Veranstaltungen Gefühle integriert. Von Michael Gleich

Angst und Vertrauen: Warum ausgerechnet dieses schwierige Thema für das erste Forschungslabor micelab:explorer? Was hat das mit Veranstaltungen zu tun? Ausgangspunkt war die Beobachtung, dass viele Akteure der Veranstaltungsbranche von Ängsten und Befürchtungen daran gehindert werden, etwas Neues zu wagen. Das betrifft sowohl Veranstalter als auch Organisatoren und Moderatoren. Die Folge sind defensive Routinen, erstarrte Formate und vermehrt unzufriedene Teilnehmer – die irgendwann ganz wegbleiben.

Ein Labor auf 1100 Metern über dem Meer: Der Berggasthof Millrütte im Vorarlberger Rheintal war Anfang Oktober 2016 der Ort des ersten micelab:explorers. Experten verschiedener Disziplinen suchten gemeinsam mit erfahrenen Praktikern nach Alternativen zu überholten Veranstaltungsformen. Mit dabei: ein Psychologe, der auf die Behandlung von Angststörungen spezialisiert ist, ein Pfarrer, der die Frage stellt, wie Gottesdienste Veranstaltungsdramaturgien

inspirieren könnten, und ein Improvisationsschauspieler, der mit der Unsicherheit umzugehen weiß, ohne Regieanweisung und gelernten Text auf der Bühne zu agieren.

Der Psychologe Dr. Engelbert Winkler arbeitet als Therapeut mit von Ängsten geplagten Jugendlichen. In seinem Impulsvortrag wies er auf zwei verschiedene Persönlichkeitstypen hin, die in jeder Gruppe vorkommen, und auf deren sehr unterschiedliche Bedürfnisse und Ängste man sich bei der Planung von Veranstaltungen einstellen müsse. Diese Persönlichkeiten unterscheiden sich darin, ob sie als Kind einen sicheren Grund- und Selbstwert erfahren haben oder nicht. Grundwert heißt: Das Kind hat in seiner frühesten, vorrationalen Entwicklungsstufe erfahren, dass es willkommen ist, ohne dass es dafür etwas leisten muss. Selbstwert entsteht in der späteren, rationalen Entwicklungsstufe, wenn das Kind positive Rückmeldungen auf Leistungen erfährt. Beides ist für die Entwicklung elementar. Menschen mit Grundwertstörung sind abhängiger von ihren Leistungen. Sie suchen nach Bestätigung ihres Selbstwertes, nach Herausforderungen, bei denen sie mit Leistung punkten können. Grundwertsichere Menschen brauchen weniger Bestätigung und lassen sich leichter von Fakten ansprechen und überzeugen.

Menschen, die Informationen wollen, werden eher verschreckt, wenn bei Veranstaltungen zu viel auf emotionale Ansprache gesetzt wird. Ebenso kann man Teilnehmer „verlieren", die eine vertrauensvolle Atmosphäre brauchen, wenn man sie nur mit Fakten versorgt. Fazit: Weil Gruppen immer aus Menschen beider Typen bestehen, sollten verschiedene Settings und Formate angeboten werden.

Beim Thema Angst spielt der Fluchtimpuls, den unser Gehirn seit der Steinzeit mit sich herumträgt, eine Rolle. Für Veranstaltungen heißt das: Teilnehmende sollen sich zwischen unterschiedlichen, parallel angebotenen Settings entscheiden – und damit „fliehen" können.

Ein weiteres Ergebnis im micelab:explorer lautete: „Aus Angst mach Furcht!" Diese beiden Phänomene verlangen unterschiedliche Antworten: Angst ist unspezifisch, sie richtet sich gegen das Unbekannte. Furcht hat einen konkreten Anlass und kann deshalb mit rationalen Argumenten überwunden werden. Übertragen auf die Branche könnte das die Argumentationslinie in Beratungsgesprächen verändern. Etwa, um dem Gesprächspartner die Furcht gegenüber interaktiven Formaten zu nehmen.

Beim micelab:explorer stellten sich fünfzehn verschiedene Akteure der MICE-Branche die Frage, welche konkreten Befürchtungen es gegenüber selbstorganisierten, interaktiven, partizipativen Formaten gibt. Zwei Beispiele aus der Analyse: Eine Unternehmensvertreterin befürchtet, die Geschäftsführung habe zu wenig Zeit für eigene Botschaften, und die Veranstaltung könnte ein Misserfolg werden, weil Chaos entsteht. Die Führungskräfte könnten sich blamieren, weil sie bei „Spielchen" mitmachen müssen. Ein Verbandsfunktionär befürchtet hingegen, seine Veranstaltung könnte durch moderne Formate ins „Esoterische" kippen, wenn sie nicht erfolgreich sind. Darunter leide das Renommee der Veranstaltung.

Es lohnt, sich in die unterschiedlichen Akteure des „Systems Veranstaltung" hineinzuversetzen und zu überlegen, welche Ängste und Befürchtungen sie blockieren, um darauf reagieren und einen Umgang damit zu finden. Beim micelab:explorer entstand eine umfassende „Akteurs-Angst-Analyse" für die Veranstaltungsbranche, basierend auf Beiträgen der Praktiker – vermutlich zum ersten Mal. Die Neurobiologie zeigt, dass Lernen keine rein rationale Angelegenheit ist. Vernunft und Emotionen spielen eng zusammen. Menschen lernen besonders leicht, wenn sie der Inhalt berührt, er „unter die Haut geht" – Begeisterung als „Dünger fürs Gehirn".

Daraus ergibt sich die Frage: Wie integrieren wir emotionale Intelligenz stärker bei Veranstaltungen, die bislang sehr „mental" ausgerichtet sind?

Womöglich können wir von Gottesdiensten und geistlichen Feiern lernen, wie man Menschen emotional berührt. Um das praktisch zu erforschen, gestaltete Jürgen Harder, evangelischer Pfarrer und Mitglied bei „der kongress tanzt. Netzwerk für gute Veranstaltungen" mit den Teilnehmern des micelab:explorers eine Andacht – eine Veranstaltungsform mit mehrtausendjähriger Tradition. Die Explorer beobachteten, welche dramaturgischen Elemente während einer Messe auf Körper, Herz und Verstand einwirken. Einmal mehr wurde die Kraft von Geschichten deutlich, in diesem Fall von biblischen Erzählungen. Zudem Rituale, die Gemeinschaft und Zugehörigkeit stärken, die Bedeutung von Musik, Singen aus Leib und Seele, die sinnliche Dimension des Raumes mit Kerzen, Blumen, Skulpturen, mit Fensterbildern und dem Spiel der Symmetrien. Der Rhythmus zwischen Worten und Liedern, Stehen und Knien, Aktivitäten und Stille. Als die biblische Geschichte „Die Stillung des Sturms" gelesen wird, geht ein Teilnehmer kurz entschlossen auf die Empore und entfacht auf der Kirchenorgel ein musikalisches Unwetter, das allen unter die Haut geht. Strenge Liturgie und spontane Aktion – wie

geht das zusammen? Die Explorer haben erfahren: Es geht! Und zwar dann, wenn jemand einen Raum des Vertrauens schafft – in diesem Fall der Pfarrer. Bei Veranstaltungen können das Redner oder Moderatoren sein. Ist diese Person authentisch und lebt, was sie predigt, wirkt das vertrauensbildend und lebendige Interventionen werden möglich.

Auch Roberto Hirche, Improvisationsschauspieler, Coach und Trainer, brachte die Explorer aus der Komfort- in die Lernzone. Beim Improtheater verlassen sich Akteure auf das, was ihnen zu einem Stichwort oder einer Szene einfällt: Das braucht Selbstvertrauen. Und fördert den offensiven Umgang mit Befürchtungen, die Sicherheit im Umgang mit Unsicherheit. Improvisation beschreibt so auch eine Haltung zum Leben, zur Unplanbarkeit. Für Veranstaltungen relevant ist die Kompetenz, flexibel auf Änderungen im Ablauf und spontane Bedürfnisse der Teilnehmer reagieren zu können.

Im micelab:explorer wurden die Prinzipien der Improvisation spielerisch erforscht:

- „Ja, genau, und…": Diese Redewendung beschreibt die Bereitschaft, jeden Impuls des Mitspielers positiv aufzunehmen

und weiterzuspinnen. Für Diskussionsveranstaltungen, bei denen es meist um das „Ja, aber...", um Gewinnen und Verlieren von Argumentationsschlachten geht, wäre das eine revolutionäre Haltung.
- Das Spiel fließt dann leicht, wenn jeder Spieler seinen Partner „zum Leuchten bringt". Etwa indem er ihm Steilvorlagen gibt oder sich bemüht, das Positive im Gesagten anzuerkennen. Gut zu wissen für Moderatoren.
- Hilfreich ist, einen Faden zu verfolgen und einen Plan zu haben – und ihn spontan zu ändern, wenn die Energie (einer Dramaturgie, Veranstaltung, eines Gesprächs,...) in eine neue Richtung geht.

Die innere Haltung der Improvisation kann man üben. Hirche zeigte an zahlreichen Beispielen, wie Improtheater in Kongressen, Konferenzen und bei Firmen-Events erfolgreich eingesetzt wurde, um Probleme mit Leichtigkeit auf den Punkt zu bringen und spontan Lösungen auszuprobieren. Es gebe zwei dramaturgische Elemente von Veranstaltungen, so Hirche, mit denen man alle Teilnehmer abholen kann.

Einerseits Geschichten: Sie bieten den Teilnehmenden die Möglichkeit, sich mit Figuren zu identifizieren und durch den Verlauf der Geschichte von bekanntem Terrain sicher zu neuen Horizonten begleitet zu werden. Storys können erzählt, auf die Bühne gebracht, in Bildern und Räumen visualisiert, gemeinsam entwickelt werden. Engelbert Winkler meint: „Am meisten mag das Gehirn unfertige Geschichten, die es selbst kreativ weiterspinnen kann." Das Unfertige wird damit Bestandteil guter Veranstaltungskultur.

Das zweite Element ist das Spiel: Erwachsene könnten vom kindlichen Spiel lernen. Kinder spielen selbstvergessen und angstfrei, weil sie im Spiel nichts leisten müssen – und keine Versagensängste kennen. Die Ergebnisse der Hirnforschung legen nah, „das Spielerische stärker in Veranstaltungen zu integrieren, um Lernen und Begegnungen zu erleichtern", so der Coach.

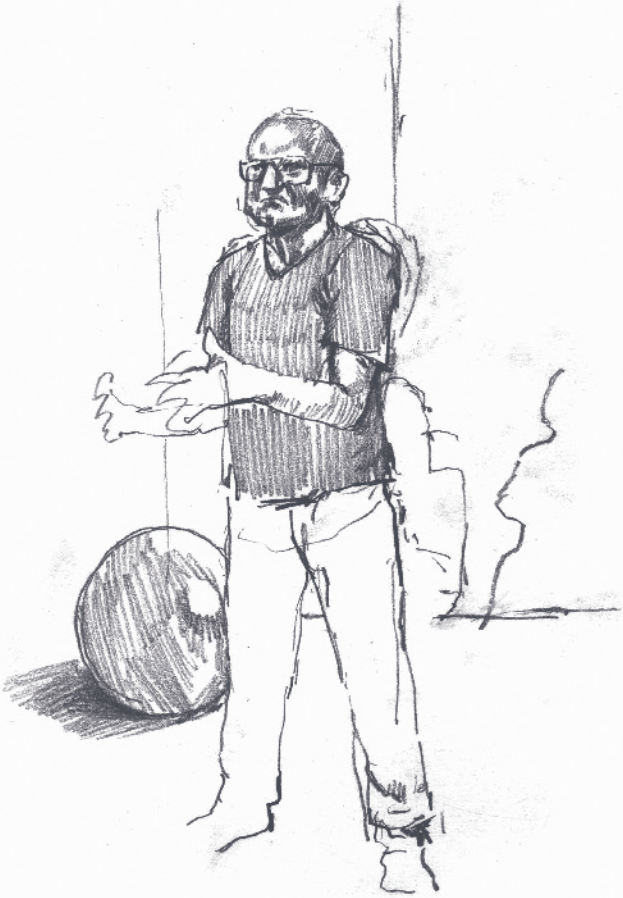
Die Initiatoren des micelab:bodensee sehen einen Wert darin, auf nicht-akademische Art zu forschen: Wichtig ist die eigene, direkte Erfahrung. Im Labor genauso wie bei lebendigen Veranstaltungen. Es geht nicht darum, Wissen zu verkünden, sondern neue Perspektiven für die MICE-Branche gemeinsam zu entdecken.

MICELAB ERKENNTNIS

Verstanden ist noch nicht einverstanden. Nichts prägt nachhaltiger als die eigene Erfahrung.

Charly Siegl, Outdoor-Trainer

und micelab-Forscher 2014



PAUSE

Angst und Vertrauen treffen sich ...
Ein Pausengespräch

Der Vortrag war spannend. Nachher ist ein Open Space angesagt. Die Pause tut gut. Einige Teilnehmer flanieren durch die Gänge oder tanken frische Luft am Seeufer. Manche verschwinden in der Tu-nix-Lounge. Plaudern dort, checken E-Mails, dösen oder hängen einfach nur ihren Gedanken nach. Angst und Vertrauen – seit Jahren Netzwerk-Bekannte – schlendern gemeinsam Richtung Kaffeemaschine...

Vertrauen: (nimmt eine Tasse von der Theke) Der Vortrag war gut... freu mich schon aufs Open Space... war beim letzten Kongress total spannend... (stellt die Tasse unter die Maschine) ...was da alles von den anderen zurückgekommen ist... (kippt Zucker aus dem Streuer) ...echt super. Ich glaube, ich bringe nachher auch ein Thema. Hab gerade einen etwas kniffligen Fall. Und du?

Angst: (nimmt nur ein Glas Wasser) Ich denke, ich schlage eher nichts vor.

Vertrauen: Warum denn nicht?

Angst: Ach, hab eh nichts Wichtiges. Außerdem, wenn dann keiner kommt… voll peinlich.

Vertrauen: (gießt etwas Milch in den Kaffee) Und wenn schon. Vielleicht war die Zeit dann einfach noch nicht reif dafür?

Angst: (blickt Vertrauen verstohlen von der Seite an) Ich wünschte, ich könnte das so sehen wie du.

Vertrauen: (zwinkert Angst zu) Schwarzmaler…

Angst: (seufzt) Dein Selbstvertrauen hätt' ich gern.

Vertrauen: (lächelt verschmitzt) Würde dir nicht schaden. Es gibt immer genug Workshops. Du nimmst einfach, was dich reizt.

Angst: Ja, eh… Bin aber auch schon mal zum falschen hin, und habe mit dem Thema einfach nix anfangen können…

Vertrauen: (nimmt einen Schluck und überlegt) Warum bist du dann nicht einfach zum nächsten Workshop hin?

Angst: (blickt entsetzt) Ist doch total unhöflich!

Vertrauen: (rührt gedankenversunken im Kaffee) Es nützt doch nichts, wenn du dich langweilst. Also mir wäre ehrlich gesagt lieber, du gehst…

Angst: Meinst du das ernst? So denken sicher die wenigsten…

Vertrauen: Das kann man auch als Regel definieren. Ich habe das mal bei einem micelab gehört. Die haben das „das Gesetz der zwei Füße" genannt.

Angst: (schaut ungläubig) Was ist das denn?

Vertrauen: Sowas wie ein Freibrief, man kann jederzeit zu einem anderen Workshop wechseln, und keiner ist sauer.

Angst: Hmm. Und wenn man noch immer nichts Passendes findet? Oder nicht helfen kann?

Vertrauen: Dafür hatten die vom micelab auch was Schlaues auf Lager: „Was auch geschieht, es ist das einzige, was geschehen konnte."

Angst: (mit abfälligem Unterton) … sehr schlau…

Vertrauen: (etwas ungehalten) Du wieder, hast bloß Schiss…

Angst: Hast recht, ist vielleicht gar nicht so blöd, was die sagen.

Vertrauen: (grinst, leert die Tasse und geht gemeinsam mit Angst zurück in den Saal) Na siehst du, irgendwie kommen wir schon noch zusammen…

MICELAB
ERKENNTNIS

Wenn der ganze Mensch mit Körper, Seele und Geist angesprochen wird, ist für unterschiedlichste Bedürfnisse gesorgt und der Kongress wird eine lebendige und ganzheitliche Erfahrung. Ganzheit wird geschaffen, indem ein ausgewogenes Verhältnis von Erkenntnissen für den Geist, Begegnungen und Gemeinschaftserlebnissen für die Seele sowie Handlungsimpulsen und Methoden für den Körper ermöglicht werden .

Herbert Salzmann, Organisationsentwickler und micelab-Forscher 2014

HOPISFANNUU
VORSICH

EXPERTENGESPRÄCH

„Improvisation ist kein Tool, sondern eine Lebenshaltung."

Ein Gespräch mit dem Systemischen Coach und Improvisationsschauspieler Roberto Hirche

Herzlich willkommen beim micelab, Roberto! Gleich eine Frage an den Improvisationsprofi: In einer Szene kommen ein Kongress und ein Sarg vor. Was fällt dir dazu ein? (lacht) Da fällt mir einiges ein. Zum Beispiel fällt es vielen schwer, eigene Ideen zu begraben. Andere halten an alten Konzepten fest, bis in Veranstaltungen nur noch Grabesstille herrscht.

Ein ziemlich langweiliger Kongress, auf dessen Ende man sich wohl am meisten freut... Genau, wir gehen hin, langweilen uns zu Tode, legen uns in den Sarg und sterben für diesen Tag. Abends stehen alle wieder auf und gehen ihrer Wege.

Wie haucht man ihnen Leben ein? Wenn es gelingt die Leute zu involvieren, werden sie wieder lebendig. Es geht dabei um Bedürfnisse. Einer will vielleicht nur aus dem Büro raus. Dann reicht, überspitzt gesagt, ein sterbenslangweiliger Kongress. Ein

anderer hat einen Leidensdruck, ein bestimmtes Bedürfnis, und erhofft sich eine Antwort oder eine Inspiration. Erfüllt man die Bedürfnisse der Teilnehmer, dann werden sie auch mitmachen wollen und etwas mitnehmen.

Und dabei hilft Improvisationstheater? Ja genau, wir setzen etwa kreative Interventionen, die Inhalte auf interaktive, lebendige und emotionale Art vermitteln. Das steckt an. Die Leute kommen ins Tun, reden darüber und erinnern sich daran.

Hast du ein Beispiel? Wir haben Improvisation zum Beispiel beim Wirtschaftsforum in Singen eingesetzt. Trotz Vortragsbestuhlung gab es viel Bewegung und Interaktion unter den Teilnehmern. Zuerst hielt der Bestsellerautor Bas Kast einen Vortrag. Da es um Kreativität ging, war das Improtheater prädestiniert dafür, die Kernthesen anschließend lebendig werden zu lassen. Eine These lautete: Schockiere dein Hirn! Wir haben dies anhand des Improtheaters gezeigt: Wir müssen mit nichts auf die Bühne und etwas kreieren. Das ist für unser Gehirn – meistens jedenfalls – wirklich ein Schock, eine chaotische Situation. Als Otto-Normal-Besucher wissen wir normalerweise nicht, wie wir damit umgehen sollen.

Wie schafft man es doch? Klassisch ist das „Ja, genau … / Ja, und …-Prinzip". Beim Improtheater sagen wir Ja zu allem was passiert. Wenn ich zum Beispiel zu dir sage „Hallo Schwester, wie geht's dir?" und du sagst „Ich bin doch nicht die Schwester, ich bin der Bäcker", dann ist das zwar lustig, aber im Grunde hast du nicht Ja zu meiner Idee gesagt. Ja würde heißen: „Ah, hallo Bruder, wie schön, dass wir uns nach zwanzig Jahren sehen." Mit diesem Satz hast du nicht nur meine Idee angenommen und akzeptiert, wir sind Bruder und Schwester, sondern du fügst „seit zwanzig Jahren" hinzu. Du hast die Geschichte ergänzt. Meine Reaktion darauf kann sein: „Ja, und in diesen zwanzig Jahren habe ich dir noch immer nicht verziehen, was du mir angetan hast." Wir haben das nicht abgesprochen, wir entwickeln gemeinsam die Geschichte und sagen immer Ja zu dem, was gerade passiert.

Eine Sache der Einstellung also… Es geht um die innere Haltung. Es braucht Positivität und Vertrauen in den anderen und in den Prozess. Auch Mut, den Schritt ins Unbekannte zu wagen. Bei der Improvisation geht es darum sich gegenseitig zu inspirieren.

P resence
L eaping
A daptiveness
Y es, and...
I mpact

Wir spinnen also die Geschichte weiter. Was bewirkt sie? Genau, wir verpacken Inhalte in emotionale Geschichten. Daran können sich Teilnehmer erinnern, auch dass sie darüber gelacht oder nachgedacht haben. Improtheater hilft, Inhalte unterhaltsam und lebendig zu machen und zu inspirieren. Das funktioniert auch bei Themen aus Wirtschaft, Politik oder Organisationen.

Nehmen wir an, ich möchte einen Kunden inspirieren. Dieser hält seit zehn Jahren an einem Veranstaltungsformat fest – an seinem ‚Sarg'. Die Teilnehmer langweilen sich sichtlich. Wie schlage ich ihm etwas Neues vor? Wie gehe ich mit „Ja, aber …"-Stimmen um, ohne mich selbst verunsichern zu lassen? Hier sind Ansätze aus der Improvisation und der Bedürfnisorientierung hilfreich. Das „Ja, genau…-Prinzip" funktioniert auch hier. Wichtig ist, die Balance zu finden: Was ist dem Partner vertraut und was unvertraut? So finde ich heraus, wo seine Komfortzone ist. Wenn jemand sagt, das mache er seit zehn Jahren so, dann hält er sich in der Komfortzone auf. Zwischen den Zeilen hört man: „Wenn wir was ändern, dann kann es schlechter werden. Vielleicht kann es besser werden, aber das weiß ich nicht." Da steckt Angst drin. Das muss man akzeptieren und versuchen, ihn Stück für Stück aus der Komfortzone in seine Lernzone zu holen. Wenn ich ihm sage: „Hey,

wir machen jetzt etwas komplett Neues, wir lassen die Leute sich bewegen und machen verrückte Sachen." Dann sage ich nicht Ja zu seiner Einstellung. Ich inspiriere ihn nicht, sondern ich drücke ihm meine Idee auf. Es ist sinnvoll, viel Bekanntes mit wenig Unbekanntem zu mischen. Zum Beispiel schlägt man dem Kunden vor, die Leute sitzen zu lassen und ein bisschen was auf der Bühne zu verändern. Zu hochexperimentellen Versuchen wird man ihn nicht bewegen, wenn er eher die Haltung hat, alles so machen zu wollen wie bisher.

Wie kann man den Kunden dann bei der konkreten Planung unterstützen? Hilfreich ist nachzufragen, was das Ziel der Veranstaltung ist. Die Haltung der Neugier gehört zur guten Auftragsklärung dazu: Was will der Veranstalter erreichen? Was glaubt er, was die Teilnehmer wollen? Auch ein Set an Fragen, etwa zirkuläre Fragen, helfen: „Was glauben Sie müsste passieren, damit die Teilnehmer nachher sagen: ‚Diese Konferenz hat sich für mich gelohnt?' Und erfüllt unser Format das?" Hier können wir dann mit neuen Formaten andocken… Oft sind Leute, die sich in der Komfortzone befinden, sehr faktenorientiert. Hier kann man auch Erkenntnisse aus der Wissenschaft bringen, die zeigen, wie Menschen lernen, wie viel sie aufnehmen, wenn bestimmte

Voraussetzungen gegeben sind. Da sind wir weg vom Improtheater, aber ganz im Geiste der Improvisation. Den Partner inspirieren, etwas gemeinsam schaffen beschränkt sich nicht auf die Bühne. Das lässt sich in den Arbeitsalltag übertragen.

Und wenn gar nichts funktioniert? Manchmal muss man auch erkennen und akzeptieren, dass es Menschen gibt, die nichts verändern wollen…

Nochmals zurück zum Ja, und …. Was kann man tun, wenn man die Idee des Gesprächspartners gar nicht so toll findet und merkt, es geht in die falsche Richtung? Ja, und… heißt nicht, ich finde es gut. Ich akzeptiere die Realität, so wie sie gerade ist. Ich will nicht jeden zum besten Freund haben, sondern den Gesprächspartner dort abholen, wo er steht. Improvisation ist kein Prinzip oder Tool, sondern eine Lebenshaltung. Übertragen auf die Idee, die wir nicht toll finden, kann man sagen: „Ja, das ist eine schöne Idee. Und wenn wir das so machen, dann wirst du viele Leute vor den Kopf stoßen." Dann hab ich auf leichte Art seine Idee aufgenommen und angeregt, darüber nachzudenken, ob ein Nein angebracht wäre. Der Kunde bezahlt uns für das Neinsagen. Ja sagen kann jeder. Wenn ich zu allem Ja sage, dann mache ich das nicht im Sinne des Kunden, sondern weil ich den Auftrag will.

Du warst bereits als Forscher und Trainier beim micelab:bodensee dabei. Neben der Improvisation ging es auch um das PLAY!-Konzept in der Kommunikation. Was hat es damit auf sich? Das **P** steht für Präsenz: Seid leicht, verspielt! Es ist so viel einfacher, mit jemandem zu agieren, der leicht agiert. **L** steht für Leaping: Trau dich einen Schritt ins Unbekannte zu gehen, lass uns den Mut haben, einfach mal Dinge anzugehen! **A** für Adaptiveness: Sei bereit, deinen Gedanken über Bord zu werfen, und dich neu anzupassen. ‚**Y**es, and…' bedeutet, die Idee des anderen aufzugreifen und zu ergänzen. Das Rufzeichen steht für **I** wie Impact. Wenn wir also ‚playful' agieren, erzielen wir immer eine Wirkung.

Wenn ich dennoch scheitere? Ist es dann besser, die Idee zu Grabe zu tragen? Das kann durchaus Positives bewirken, nach dem Motto: Scheiter heiter! Das heißt zu akzeptieren, dass etwas schief läuft, und man kann reagieren. Adaptivness heißt, neue Möglichkeiten zu finden. Dann ist die Chance massiv zu scheitern gering. Falls doch, kann man daraus lernen.

MICELAB ERKENNTNIS

Der Kongress der Zukunft nützt die Intelligenz der Gruppe und macht die Kompetenzen jedes einzelnen für alle fruchtbar. Die Teilnehmenden sind immer auch Teilgebende.

Hans-Joachim Gögl, Kurator,
Verantwortlicher für Basis-Konzeption
des micelab und micelab-Forscher 2013

MITTAG

Der Raum – der unterschätzte Akteur

Gehspräch mit Szenographin Andrea Hofmann

Der Vormittag war bereichernd. Jetzt mal alles setzen und die Seele baumeln lassen, verlangen Geist und Körper. Der Zeitpunkt ist ideal. Nach dem leichten Mittagessen, das meiner Vorliebe für Fisch – natürlich frisch aus dem Bodensee – sehr entgegenkam, locken Sonnenschein und eine kühle Brise zum Flanieren entlang des Ufers. Andrea Hofmann, Szenographin vom raumlaborberlin und micelab-Forscherin der ersten Stunde, hatte offenbar dieselbe Idee. Beim gemeinsamen Gehen entspinnt sich ein inspirierendes Gespräch über Räume und deren Wirkung.

Inwiefern spielt das Draußen für drinnen überhaupt eine Rolle?
Räume, die sich nach draußen öffnen, beziehen die Natur atmosphärisch in den Innenbereich mit ein. Ein Blick ins Grüne fördert die Konzentration und damit auch die Lernbereitschaft. Im antiken Griechenland wurden zum Beispiel Tempel als offene Säulenkonstruktionen erbaut. Säulen dienten als Filter zwischen dem Außen- und Innenraum. Die Moderne hat die stark geschlossenen Räume des vorhergehenden Jahrhunderts aufgebrochen und Innen- und Außenräume einander wieder nähergebracht.

Was können Räume? Sie sollen nutzbar sein als Handlungsraum und Vermittler von Veranstaltungsinhalten.

Was sind sie noch außer Treffpunkt? Öffentliche Räume sind Räume für Treffen und Interaktion. Ein architektonischer Raum – auch ein Veranstaltungssaal – ist nichts Statisches, sondern immer ein Möglichkeitsraum. Szenographien bewohnen und erweitern öffentliche Räume wie Museen, Festivals, Theater, Messen. Wir wollen die Möglichkeiten erweitern. Veranstaltungsarchitekturen leisten beides: Sie sind Richtschnur und Orientierungssystem und erlauben Kombination, Aneignung und Interpretation.

Trägt ein Raum zum Erfolg einer Veranstaltung bei? Ja, der Besucher einer Veranstaltung nimmt einen Gesamteindruck mit nach Hause. Der Raumeindruck ist verknüpft mit den Erfahrungen. Der Konferenz-Ort ist also nicht nur umgrenzter Raum, sondern bleibt als Teil der Geschichte, des Ereignisses in Erinnerung.

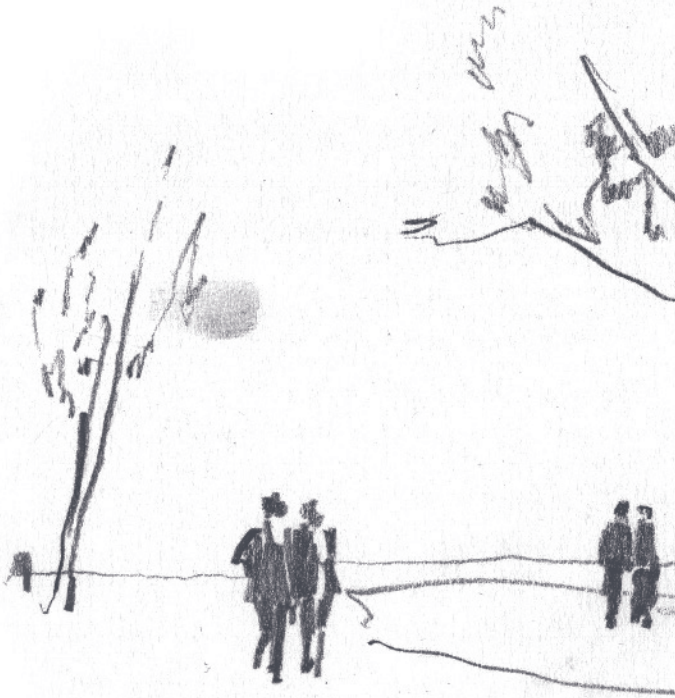
Soll ein Raum passiv sein oder aktiv, soll er bewegen? Ein Kongress sollte Ort der Auseinandersetzung sein, der Konversation. Das kann auch durch künstlerische Installationen, die sich inhaltlich mit dem Konferenzthema auseinandersetzen, unterstützt und

verstärkt werden. Kongresse sollten Raum für Prozesse, zum Experimentieren bieten und nicht alles vorherbestimmen.

Worauf sollte man bei der Raumgestaltung achten? Dass zum Beispiel das Mobiliar des Hauses genutzt werden kann: Stühle, Tische, Liegestühle. Alltägliche Mittel sind oft Baustoffe für Orte der Konversation. Durch behutsames Schichten, Stapeln, Verschieben der Elemente entsteht ein räumlicher Verbund aus vorerst funktionslosen Innen- und Zwischenräumen, der auf Aneignung durch die Konferenzteilnehmer wartet. Über das Machen, das aktive Gestalten des Ortes wird das Zusammentreffen zu einem gemeinsamen, kommunikativen Erlebnis und bleibt in Erinnerung.

Was bewirken Zwischenräume und Pausenräume? Sie sind Zonen zum Verweilen und Erholen. Sie disziplinieren die Körper der Betrachter nicht, sondern bieten Orte der Ruhe, um Gesehenes, Gehörtes zu verarbeiten, zu plaudern oder einfach nur zuzuschauen.

Was ist Raum für dich persönlich?
Raum ist ein unterschätzter Akteur bei der Vermittlung von Inhalten, Begegnung und Austausch. Architektur ist unser Werkzeug, um die Möglichkeiten von Räumen, Orten und Städten zu offenbaren und sie für die Menschen nutzbar zu machen.



MICELAB
ERKENNTNIS

Gute Dramaturgien zeichnen sich durch einen Rhythmus aus, der auf die Bedürfnisse der Teilnehmer zugeschnitten ist. Er besteht aus Aktivität und Stille, aus Aufnehmen und Verarbeiten, aus Plenum und unterschiedlich kleinen Gruppen, aus Inhalt und Leere.

Michael Gleich, Kurator micelab:bodensee

NACHMITTAG

Schule des Scheiterns

Erfahrungen mit dem Collective Story Harvesting von Kurator Michael Gleich

Sollte ich wirklich von meinem größten Flop erzählen? Noch dazu von einem, der sich im micelab abgespielt hat und einige Auftraggeber von damals heute zuhören? Wie stehe ich dann da? „Aus Fehlern lernt man am meisten." Sagt sich leicht. Der Schritt jedoch, sich zu einem Irrtum vor Anderen zu bekennen, erfordert einige Überwindung. Das merke ich jetzt, am Morgen des „experts II" in Rorschach. Wir wollen ein neues Format ausprobieren: Collective Story Harvesting. Es geht darum, von wahren Geschichten zu lernen, die sehr persönlich erzählt werden. Und ich habe mich freiwillig als Storyteller gemeldet. Aber jetzt, bevor es losgeht, nagen die Zweifel an mir. Bin ich bereit, mir derart in die Karten schauen zu lassen?

Das Thema heute ist Wandel. Die MICE-Branche verändert sich sehr schnell, sehr umfassend. Welche Geschichten haben wir selbst erlebt, wo dieser Wandel uns vor neue Herausforderungen gestellt hat? Und wie sind wir damit umgegangen? Die Methode: Um jeden Geschichtenerzähler schart sich ein kleiner Kreis von

Zuhörern. Sie werden den Erzählfluss nicht unterbrechen, das ist die Regel. Mußevolle zwanzig Minuten Zeit. Jeder im Kreis pickt sich eine der Leitfragen heraus, die ausgedruckt auf dem Boden liegen. Etwa: Was war das ganz Neue in dieser Situation? Gibt es einen Wendepunkt in der Geschichte? Welche Fähigkeiten haben geholfen, die Situation zu bewältigen? – Die Fragen geben den Zuhörern einen Fokus, der ihre Konzentration lenkt.

Dieses Setting macht mich neugierig. Eine intime Gruppe von Zuhörern, hohe Konzentration, von sich erzählen – das finde ich anziehend. Irgendwas sagt mir: Die Story mit dem Flop ist jetzt einfach dran! Als Reporter bin ich darin trainiert, Geschichten aufzuschreiben. Die werden dann gedruckt, und die meisten Leser bleiben anonym. Sie einem Kreis von Zuhörern zu präsentieren, denen man in die Augen schauen kann, hat eine viel höhere Intensität.

Geschichten erzählen: Das gab und gibt es überall, zu allen Zeiten. Kulturforscher gehen davon aus, dass Geschichten – genauso wie das Spiel – zu den sogenannten Universalien zählen. Ob Heilige Schriften oder Stammtischgespräche, Epen der Weltliteratur oder Hollywoodschnulzen, Märchenerzähler auf dem Gauklerplatz von

Marrakesch oder Partytalk: All das sind Narrative, die ihre Zuhörer faszinieren und fesseln, wenn sie authentisch vorgetragen werden.

Warum bewegen uns Geschichten? Menschen interessieren sich für Menschen. Für deren erlebtes Abenteuer und Scheitern, für Schicksalsschläge und unverhoffte Glücksmomente. Mit einem roten Faden verbunden, Fakten und Gefühle miteinander verwebend, erzeugen Narrative vor allem dies: Sinn und Bedeutung. Wir können nachvollziehen, warum etwas so wurde, wie es heute ist. Geschichten rühren an die großen Fragen des „Woher kommen wir?" und „Wohin gehen wir?" Sie verbinden uns auf emotionale Weise mit dem Erzähler.

Neu ist, dass der Wert echter Geschichten auch im beruflichen Bereich erkannt wird. Das heißt dann auf gut deutsch „Storytelling" und kann sich mit dieser Begrifflichkeit vielleicht einfacher gegen das Vorurteil behaupten, wonach das Erzählen recht eigentlich Spielerei und überhaupt Freizeitbeschäftigung sei. Viele Praxisbeispiele belegen das Gegenteil. Firmen setzen Storytelling beispielsweise ein, um sich mit der ganzen Mitarbeiterschaft über gemeinsame Werte zu verständigen oder um die eigene Unternehmenskultur in leicht verständlicher Weise auszudrücken.

Mein eigenes Erlebnis führt zurück zum ersten micelab, das am Bodensee stattfand. Zunächst zwei Tage in kleiner Denkerrunde auf Schloss Wartegg, dann mit hundert Gästen genau hier, im Würth Haus Rorschach, wo ich jetzt auf einem roten Stuhl sitze und in die erwartungsvollen Gesichter im Kreis blicke. Sie geht, kurz gefasst, so: In der Denkerrunde hatten wir über zukünftige Kongresse nachgedacht und waren zu dem Ergebnis gekommen, dass sie Abschied nehmen werden vom „Frontalunterricht" mit vielen Keynotes und langatmigen Powerpoint-Präsentationen. Interaktiv, partizipativ, selbstorganisierter Austausch, spontane Begegnungen mit anderen Teilnehmern – so stellten wir uns die Kongresszukunft vor. Völlig enthusiastisch, sehr überzeugt von unseren revolutionären Thesen.

Dann, am dritten Tag, wollten wir unsere Erkenntnisse mit einem größeren Publikum teilen. Doch die Art und Weise, wie wir damals präsentierten, war alles andere als ein lebendiger Austausch. Sondern Frontalbeschallung in reinster Form. Denker vorn, Zuhörer in Reihen, stumm. Sie glaubten zunächst an eine „paradoxe Intervention": Die da vorne spielen für uns eine Szene, wie sie sich zukünftige Kongresse auf gar keinen Fall vorstellen. Doch leider war dem nicht so. Wir hatten uns einfach viel zu wenig Gedanken gemacht, wie wir den revolutionären Inhalt der Thesen

auch in revolutionärer Form vortragen. Ich war der Moderator und hauptverantwortlich für diese Inszenierung. Ein Desaster. Punkt.

An den Augen meiner Zuhörer – offen, wach, mir immer wieder zublinzelnd – erkenne ich: Meine Geschichte berührt. Es kommen Rückmeldungen wie „diese Form von Betriebsblindheit kenne ich auch".

Nach dieser ersten Runde bietet das Collective Story Harvesting eine sehr einfache Struktur für die systematische Auswertung der Geschichten an. Die Gruppen im Saal des Würth Hauses mischen sich neu. Nun treffen sich all diejenigen, die die gleiche Leitfrage gewählt hatten. Unterschiedliche Geschichten, aber der gleiche Fokus. So gelingt der Schritt vom Konkreten ins Allgemeine, in das, was alle lernen können. Ein Beispiel: Auch viele andere Erzähler haben über Momente des Scheiterns berichtet, von Überforderung und Ratlosigkeit. Auf einer Ebene, die absieht von konkreten Details, zeigen sich Muster, wie Menschen in der MICE-Branche mit neuen Herausforderungen umgehen. Sie haben sich beispielsweise Rat und Hilfe bei Kollegen geholt. Oder die Strategie gewechselt, mit der sie vorher vergeblich versucht hatten, das Problem zu lösen. Oder es noch mal mit einem anderen Partner versucht.

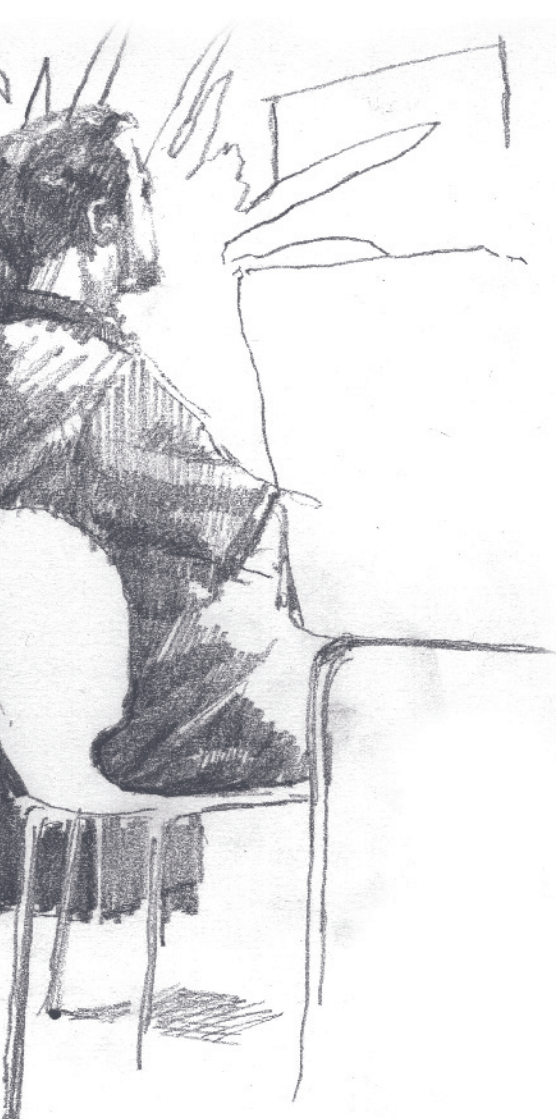
Durch das Zusammentragen der Erkenntnisse zu den Leitfragen aus verschiedenen Geschichten-Gruppen (die eigentliche Ernte, englisch: Harvest) erfahren wir von unterschiedlichen und von gleichen Strategien im Umgang mit Herausforderungen. Jeder in der Gruppe kann für sich beziehungsweise für sein Unternehmen abgleichen: Was vom Gehörten kann ich auf mich übertragen? Was ist für mich, für uns die richtige Herangehensweise? Welche neuen Fragen könnten wir uns stellen?

Von Geschichten lernen ist leichtes Lernen. Das liegt daran, dass wir uns mühelos mit einem Protagonisten und seinen Gefühlen identifizieren, etwa mit dem Moderator Gleich, der verzweifelt erkennt, wie sehr das Geschehen das Publikum irritiert – schließlich sitzt er uns als Erzähler gegenüber. Zuhörer schlüpfen in die Haut einer Figur, gehen in deren Schuhen, sehen durch deren Augen. So können sie deren Lernerfahrungen auf das eigene berufliche Umfeld übertragen. Das Erleben in einer Gruppe verstärkt den Effekt, nun können wir uns mit den anderen austauschen: „Wie ist Wandel für dich – ein Grund zum Frohlocken oder einer zum Fürchten? Liebst du Herausforderungen oder reicht's auch mal mit

den ‚Challenges'? Wie gehst du mit der Unsicherheit um, wenn du neues Terrain betrittst?" Muster werden erkennbar: Was andere ähnlich machen wie ich – oder ganz anders.

Das ist der Grund, warum Storytelling im beruflichen Umfeld so positiv wirken kann. Die „experts" in Rorschach meldeten zurück, sie hätten durch die gemeinsame „Ernte" so viel gelernt, dass sie sich jetzt besser gerüstet fühlen, mit dem Neuen umzugehen, das täglich auf sie zukommt. Und auch die psychologische Entlastung hat einen positiven Aspekt: Manchmal reicht es zu wissen, dass man inmitten all der Turbulenzen und Tempoverschärfungen in der MICE-Branche nicht allein ist, dass andere auch scheitern, und dass wir aus Fehlern so viel lernen, gerade weil sie mit unangenehmen Gefühlen einhergehen. Jedenfalls steht Frontalunterricht seit dem Erlebnis damals bei mir ganz oben auf der „Bloß-nicht-Liste".

Formate für
Grossgruppen >300



MICELAB ERKENNTNIS

Formate der Kommunikation müssen flexibel sein, sollen aber keinem Kreativzwang unterliegen. Es ist manchmal durchaus erfrischend, einer klugen Vortragenden eine Stunde lang zuzuhören. Gewisse Inhalte verlangen auch konzentriertes Zuhören. Da muss man nicht gleich einen Malkurs oder eine Yoga-Stunde dranhängen, damit die Kreativität nicht auf der Strecke bleibt.

Veronica Kaup-Hasler, Intendantin, Kuratorin, Dramaturgin und micelab-Forscherin 2013

PAUSE

Auf einen Plausch

mit Tina Gadow

Versorgt mit Kaffee, Fruchtsäften und köstlichen Häppchen ziehen sich einige micelab-Experten in die Tu-Nix-Lounge zurück. Es ist regelrecht zu spüren, wie die persönlichen Geschichten aus dem Collective Story Harvesting hier nachwirken. Auch Tina Gadow nützt die Ruhe, den bisherigen Kongresstag zu reflektieren. Daraus wird jedoch „nix". Als ein Teilnehmer Tina Gadow eine Frage stellt, entwickelt sich in der eben noch beschaulichen Ecke ein reger Austausch. Die Veranstaltungsdramaturgin und Kuratorin des micelab:bodensee teilt derart bereitwillig ihren reichen Erfahrungsschatz, dass auch andere die Gelegenheit beim Schopf packen und fragen, was ihnen offenbar schon lange auf der Zunge gebrannt hat. Diese Pause – so hört man – ist ihnen in besonders guter Erinnerung geblieben…

Der Erste: Die Geschichten motivieren richtig, Neues auszuprobieren. Ich frage mich aber, wie ich meinen Kunden dafür begeistern könnte. Wie gehst du sowas an, Tina? Selbst begeistert sein! Sich selbst neugierig zeigen! Mit einem ehrlichen Interesse helfen wollen. All das ermöglicht es dem Kunden, sich für Unbekanntes zu öffnen. Stelle ihm Fragen, um das Ziel seiner Veranstaltung genau zu verstehen – und hilf ihm dadurch, es selbst zu schärfen. Wenn es zum Beispiel sein Wunsch ist, die Menschen in der Veranstaltung miteinander in Kontakt zu bringen, hast du einen Aufhänger: Denke mit dem Kunden gemeinsam darüber nach, wie das gehen könnte. Eine Frage könnte sein: „Wie bringen Sie Menschen auf privater Ebene zusammen, zum Beispiel bei einer Geburtstagsfeier?" Sehr häufig traut sich der Kunde nämlich nicht, Privates in den professionellen Kontext zu übertragen. Es ist ja auch ungewohnt. Ich ermutige Kunden aber immer dazu.

Der Zweite: Und wie kommt man in die Planung? Wichtig ist immer, die Fragen so zu stellen, dass der Kunde auf neue Art über seine Veranstaltung nachdenkt und eigene Ideen entwickelt. Manchmal hilft es paradox zu fragen, zum Beispiel: „Was müssen Sie tun, damit die Veranstaltung ein Flop wird?" Du kannst auch vom Ergebnis her fragen: „Was muss passieren, damit alle nach der

Veranstaltung sagen ‚Das war super!'?" Gut und aktiv zuhören ist das A und O. Wenn du das Gehörte wiederholst, dann fühlt sich der Kunde verstanden: „Darf ich bis hierher noch einmal zusammenfassen?" Oder: „Habe ich richtig verstanden, dass…?" Den Nachdenkprozess kannst du auch über zirkuläre Fragen anregen: „Was soll ein Teilnehmer nach der Veranstaltung einem Kollegen oder Freund erzählen? Mit welchem Gefühl soll er nachhause gehen?" Die Antworten helfen dir und dem Kunden, das Ziel der Veranstaltung zu definieren und die Gestaltung davon abzuleiten.

Die Dritte: Wie kommen Teilnehmer rasch und unverkrampft in Kontakt? Erinnere dich an den ersten Abend: Wir haben vor dem ersten gemeinsamen Abendessen alle gebeten, aus einem Beutel blind einen Lolli, einen Kaugummi, ein Stück Schokolade oder etwas anderes zu nehmen. Die gewählten Süßigkeiten entschieden darüber, wer mit wem beim Abendessen am selben Tisch saß. Auf diese Weise zusammengewürfelt, hatten alle einen Aufhänger für ein Gespräch und sichtlich Spaß dabei. Vielen von uns fällt es schwer, mit fremden Menschen ein Gespräch anzufangen. Als Veranstalter müssen wir uns deshalb Gedanken darüber machen, wie wir ihnen helfen können in Kontakt zu kommen. Eigentlich ist das ganz einfach.

Die Vierte: Wie entgeht man der Routinefalle?

Indem man die Menschen überrascht. Ein Erlebnis aus einem anderen micelab:experts: Wir haben uns am zweiten Morgen im Raum getroffen. Alle haben erwartet, dass wir den Tag wie gewohnt starten: das Programm vorstellen, ein Warm-up machen oder Ähnliches. Stattdessen haben wir alle eingeladen, den Raum zu verlassen, zu zweit spazieren zu gehen und den Vortag beim gemeinsamen Gehen an der frischen Luft Revue passieren zu lassen. Eine entspannte, unaufgeregte Art, in den Tag zu starten und behäbiges, passives Zurücklehnen gar nicht erst zu ermöglichen. Alle kamen begeistert zurück, waren erfrischt und konzentriert zugleich – und hatten nebenbei wieder eine andere Kollegin oder einen anderen Kollegen besser kennengelernt.

MICELAB
ERKENNTNIS

Hirngerechte Kongresse sorgen für Settings, in denen Herz und Verstand gleichzeitig lernen können. Die Neurowissenschaften belegen: Begeisterung lässt uns neue Inhalte leicht aufnehmen, Emotionen sind „Dünger fürs Gehirn", indem sie Lernprozesse verankern.

Michael Gleich, Kurator micelab:bodensee

NACH DEM KONGRESS

Heimreise. Ankommen. Auspacken.

Ein Koffer voller Eindrücke, inspirierender Ideen, Vorhaben, Ziele, Visionen. Und eine neue Haltung. Erfahrungen nach dem micelab:bodensee.

Barrieren im Kopf macht man sich selbst. Diese hinterfrage ich nun intensiver, bevor ich sage: Das geht nicht. Meistens geht es doch. Auch wenn das eigene Umfeld anders denkt. Es kostet zwar Energie, sich und andere für neue Ideen zu öffnen, es hilft aber. So konnten wir beispielsweise eine Kundenveranstaltung anders als gewohnt durchführen: mit lockeren Stuhlreihen und einminütigen Live-Präsentationen ohne PowerPoint – ein erster Schritt zu mehr Lebendigkeit und ohne den Partner zu überfordern. Stefanie Thurner, Leiterin Convention Bureau bei St. Gallen-Bodensee Tourismus, Schweiz

Ich habe aus dem micelab:bodensee vielseitige Möglichkeiten mitgenommen, wie aus einer langweiligen Kongressveranstaltung eine interaktive und vor allem belebende Veranstaltung werden kann. Auch, dass nicht die Perfektion en Detail einen guten Event

ausmacht – wie es bei jedem Event erwartet wird – sondern der Austausch mit den Teilnehmern und Organisatoren entscheidend ist. Mir ist wichtig zu wissen und zu fühlen, was der Kunde von uns erwartet ohne sture Checklisten und Standards abzufragen, denn das kann doch jeder heutzutage! Ebenfalls wichtig ist mir, den Kunden gut zu beraten und mit ihm Ideen und Vorschläge zu besprechen, die über die Rahmenbedingungen hinausgehen. Ideen, die den Event auf eine andere Ebene heben. Hier bilden die Erfahrungen aus dem micelab:bodensee eine besonders gute Grundlage für die Zukunft. Teilweise sind es sehr einfache Methoden ohne hohe Budgetausgaben. Alexander Heger, Leiter Eventmanagement Mainau GmbH, Deutschland

Der Erfolg einer Veranstaltung hängt oft davon ab, wie gut man auf Eventualitäten vorbereitet ist. Ein Vertrauensverhältnis mit dem Kunden aufzubauen, ist dabei das Um und Auf. Das ist mir beim micelab:bodensee einmal mehr bewusst geworden. Einen konkreten Nutzen hatte ich bei einem alljährlichen Event bei uns in Schaan, der jeweils im April im Freien stattfindet – eine Herausforderung für alle Beteiligten. Gemeinsam mit dem Kunden, den Partnern und Mitarbeitern haben wir verschiedene Varianten durchgespielt und vorbereitet. Erst am Veranstaltungstag selbst,

in aller Früh, haben wir alles aufgebaut. Abgesehen vom letztlich erfolgreichen Event bei schönstem Wetter, war er für uns eine Bestätigung, dass gemeinsames Planen und Abwägen Vertrauen schafft und sich wirklich lohnt. Klaudia Zechner, Leiterin SAL - Saal am Lindaplatz, Liechtenstein

Aus dem micelab habe ich wertvolle Impulse für unser alljährliches LED-Symposium erhalten. So wurde mir klar, wie wichtig verschiedene Formen der Wissensvermittlung sind. Auch wenn alle Teilnehmer derselben Branche angehören, haben sie doch sehr unterschiedliche Bedürfnisse. Wir bauen daher verschiedene interaktive Elemente ein. Ein Fish Bowl in einer gemütlichen Wohnzimmeratmosphäre erleben wir als geeignete Diskussionsform, die alle Teilnehmer – die ja Experten sind – integriert. Networking geben wir ebenso deutlich mehr Raum. Bei Events sind immer Top-Referenten dabei, aber kaum Möglichkeiten, mit ihnen ins Gespräch zu kommen. Wir laden unsere Gäste deshalb zu einer gemeinsamen Bootsfahrt ein. Die lockere Atmosphäre bei diesem Get-Together-Abend fördert die Kommunikation und die persönlichen Kontakte. Das ist der große Pluspunkt, von dem die Events leben. Siegfried Luger, Geschäftsführer Luger Research e.U., Österreich

Die Erkenntnisse und Überzeugungen aus dem micelab:bodensee versuchen wir bei unseren Veranstaltungen zu beherzigen und unsere Kunden zu motivieren Neues zuzulassen. Dazu gehört, dass Menschen durch kreative und interaktive Formate leichter und freudvoller lernen. Für das Wirtschaftsforum, das wir jedes Jahr in unserer Stadthalle veranstalten, haben wir zum Beispiel 2017 erstmals das Improvisationstheater Konstanz engagiert. Trotz klassischer Reihenbestuhlung brachten die Schauspieler die rund 700 Gäste dazu, die Inhalte interaktiv zu bearbeiten. Die Rückmeldungen waren durchwegs positiv. Die Teilnehmer beschäftigten sich aktiv mit dem Kongressthema und hatten auch sichtlich viel Spaß dabei. Beim nächsten Forum werden wir noch einen Schritt weitergehen... Reinhold Maier, Leiter Marketing & Vertrieb, SingenCongress, Deutschland

Auch die kleinen Ideen und Aufmerksamkeiten tragen zum Erfolg eines Kongresses bei und bleiben den Gästen in Erinnerung. Diese Erkenntnis aus dem micelab:experts hat sich beim World Future Forum, das 2017 erstmals in Österreich stattgefunden hat, bestätigt. Durch ausgetüftelte Symbole auf den Namensschildern war für das Catering-Personal zum Beispiel sofort ersichtlich, wer welche Präferenzen bei den Mahlzeiten hat. Das sparte Zeit und Nachfragen. Gute Gastgeberschaft liegt oft im Detail: beispielweise

darin, Ersatzstrumpfhosen in der Schublade zu haben. Das hat sich auch beim Forum gezeigt. Bei der Planung der Pausen vertraue ich seither mehr auf mich selbst: Noch mehr Zeit für ungezwungenen Austausch hätte den sehr unterschiedlichen Teilnehmern gut getan. Eva-Maria Feuerstein, Veranstaltungsmanagerin Kongresskultur Bregenz, Österreich

Die Branche muss sich wandeln, um den Erwartungen der Teilnehmer langfristig gerecht zu werden. Partizipation und Interaktion spielen in der Aus- und Weiterbildung sicher eine entscheidende Rolle. Das micelab:bodensee sensibilisiert dafür und begeistert. Und es motiviert, das Know-how an den Kunden weiterzugeben. Als nächsten Schritt würde ich mir wünschen, mehr auf die methodische und didaktische Beratung einzugehen. Wir führen hauptsächlich Großveranstaltungen durch. Veranstalter sind immer noch zurückhaltend, diese interaktiv zu gestalten – aus Angst die Kontrolle zu verlieren oder aus Kostengründen. Eine kompetente Beratung ist hier entscheidend: Welche Methoden sind geeignet, welche Erfahrungen gibt es damit, welche Spezialisten könnten dafür engagiert werden. Für solche Fragen wäre auch eine Art „MICE-Wiki" hilfreich. Ich bin jedenfalls schon gespannt auf die weitere Entwicklung der Weiterbildungsplattform. Ralph Engel, Abteilungsleiter CongressEvents, Olma Messen St. Gallen, Schweiz

MICELAB
ERKENNTNIS

Greife auf Experten zurück, du musst nicht alles können, aber wissen, was möglich ist. Dann kannst du Kunden und Partner professionell beraten und zusammen mit deinen Mitarbeitern eine erfolgreiche Veranstaltung durchführen.

Tina Gadow, Kuratorin micelab:bodensee

ins **Vertrauen ...**

Herausgeber: BodenseeMeeting, micelab-bodensee.com
Redaktion: Pzwei. Pressearbeit, pzwei.at
Autoren: Ursula Fehle, Michael Gleich,
Daniela Kaulfus, Gerhard Stübe
Lektorat: Caroline Egelhofer
Layout und Gestaltung: Magdalena Türtscher,
Montforthaus Feldkirch
Zeichnungen: Jaron Gyger
Druck: Druckhaus Gössler, Dornbirn

Das micelab:bodensee wird unterstützt durch das Interreg V-Programm Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein mit Fördermitteln der Europäischen Union und der Schweiz.

interreg
Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein

EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra