

Offen für alle(s)

Unternehmer, Manager und Mitarbeiter kommen oft zur selben Erkenntnis: Die besten Gespräche werden meist nicht in Meetings, sondern in der Pause an der Kaffeemaschine geführt. Wenn Besprechungen oder Workshops unproduktiv sind, dann liegt das nicht selten an der Methode. Der Open-Space-Konferenzansatz soll zu besseren und schnelleren Ergebnissen führen, indem er gezielt auf den Pauseneffekt setzt - selbst bei über 1.000 Teilnehmern.

Themen, die von Herzen kommen

Open Space bedeutet übersetzt so viel wie „offener Raum“. Ein Moderator, der im Sinnbild einer begleitenden Hebamme Facilitator genannt wird, stimmt kurz mental wie inhaltlich auf das zentrale Thema ein, um das es sich die nächsten ein bis drei Tage drehen wird. Und schon geht es los. Alle Anwesenden sind aufgerufen, ihre spontanen Gedanken und Ideen zum Kernthema allen anderen in ein bis zwei Minuten vorzustellen. Diese als Initiatoren bezeichneten Teilnehmer sorgen dafür, dass in den anschließenden Workshops konzentriert ergebnisorientiert diskutiert wird. Nach einer gewissen Zeit der Themensammlung füllt sich die Plakatwand mit den angebotenen Leitgedanken. So entsteht eine Sammlung von Sachverhalten, die den Einzelnen und später auch die Gruppe im Kern bewegen. Und mit diesen Themen füllt sich erst jetzt die bis dahin leere Agenda des Tages.

Nun kommt Bewegung in die zu Beginn oft träge Masse Menschen, die Konsum erwarteten und auf Aktion nicht zu hoffen wagten, denn jetzt

trägt sich jeder namentlich zu dem Angebot ein, das ihn am meisten interessiert. So kommt eine erste Gruppeneinteilung zustande. Es geht richtig lebendig zu: Die Geräuschkulisse schwillt an, die ersten inhaltlichen Gespräche ergeben sich spontan. So bilden sich die Workshops nur aus den Teilnehmern, die interessiert und engagiert an genau diesem Thema arbeiten wollen.

Nach den meist 1,5 Stunden dauernden Workshops werden die einzelnen Ergebnisse EDV-technisch gesammelt. Am Ende von Open Space und aller zwischenzeitlich stattgefundenen Workshops erhält jeder Teilnehmer eine schriftliche Dokumentation aller Aktiven überreicht. Diese Fakten bilden die Grundlage für die konkret nachfolgende Umsetzung. Dann beginnt in so genannten Umsetzungsgruppen ein intensives Procedere mit stets durchschlagenden Erfolgen in der Nacharbeit.

Dynamik durch gewollte Mobilität

Der Ansatz funktioniert, weil sich jeder Teilnehmer in genau dem Bereich beziehungsweise Workshop engagiert, der ihm am Herzen liegt. Nichts anderes passiert in Kaffeepausen, wenn sich Gleichgesinnte treffen. Eine zusätzliche Dynamik entsteht, indem sich die Teilnehmer auch aktiv in andere Workshops einbringen können. Nach dem „Gesetz der zwei Füße“ kann jeder Workshopteilnehmer, der spürt, dass seine kreativen Beiträge nachlassen, einfach in eine andere Gruppe wechseln. Die Mobilität zwischen den Gruppen ist gewollt: Kann jemand keinen Beitrag zu einem Thema mehr leisten, so ist sein Wissen vielleicht anderswo nützlich. Befindet sich ein Dauerredner in



Unternehmensberater Rainer Willmanns ist in Deutschland einer der engagiertesten Vermittler der Open-Space-Methode.

der Gruppe, darf er damit rechnen, plötzlich alleine dort zu sitzen - eine erlaubte und elegante Form der nonverbalen Kommunikation. Im Verlauf der Veranstaltung entsteht so ein reicher Fundus nützlicher Informationen, der in klassischen Konferenzen so nicht produziert werden kann. Die Open-Space-Methode erfreut sich auch daher steigender Beliebtheit.

Damit es wirtschaftlich aufwärts geht

In Deutschland ist der Unternehmensberater Rainer Willmanns einer der engagiertesten Vermittler dieser Methode. Vom Erfinder Harrison Owen lizenziert, verfügt er über ein reiches Wissen. Seine Erfahrung mit Open Space bringt er auch aktiv in den Deutschen Manager-Verband Rheinland e.V. (DMVR) ein, dessen Vorsitz Willmanns bekleidet. In dieser Funktion ist er beispielsweise Initiator der ersten Open-Space-Veranstaltung des DMVR zum Thema „Was uns Managern unter den Nägeln brennt“. Dies deutet bereits an, dass diese Methode wie geschaffen ist, auch Erst- oder Neu-Organisationen von Verbänden produktiv anzugehen.

Aber auch für Reorganisationen von Unternehmen oder Abteilungen steht Open Space für praktische Strategien zur Verfügung. Anlässe zu Themen wie Unternehmensfusionen, Vision- und Leitbildentwicklung, Unternehmensnachfolge, Entwicklung eines Bauprojektes, Produktentwicklung, Preisverhandlungen, Kundengewinnung und Kundenbindung etc. bringen bei 20 und mehr als 1.000 Teilnehmern mit der Open-Space-Methode überraschende wie wirtschaftlich interessante Ergebnisse hervor.



Open Space setzt bei Konferenzen und Besprechungen auf den informellen Pauseneffekt, der motivationsfördernd wirkt.

Vorher und nachher

Auftraggeber sind oft überrascht, dass die geplante Open-Space-Veranstaltung kein punktuell Ereignis ist, sondern in einem Geflecht von vorher und nachher verwoben ist. Am Anfang dieses Prozesses wird eine Planungsgruppe einberufen. Freiwillige treffen sich und arbeiten das Leitthema aus. In deren Händen liegt auch die vollständige Organisation mit Budget, Einladung, Lokalität, Anzahl der Teilnehmer, Auswahlverfahren, Terminplan, Verpflegung, Anmeldung und Bestätigung. Aber auch die zu Open Space gehörenden Poster und umfassenden Materialien fallen unter die Verantwortung der Planungsgruppe. Die Geschäftsleitung wird parallel und unabhängig mit den Besonderheiten von Open Space vertraut gemacht, die Spielregeln werden schriftlich fixiert und unterschrieben. Ein zeitlicher und organisatorischer Ablaufplan sowie die konkrete Aufgabenverteilung während Open Space rundet die To-do-Liste einer solchen Planungsgruppe ab.

Open Space liefert handfeste Ergebnisse

Nach Open Space gründen sich Umsetzungsgruppen, die für ein bestimmtes Ergebnis von Workshopthemen Verantwortung zeigen. Auch hier begleitet der Facilitator und sorgt für einen Vertrauen schaffenden Informationsaustausch zwischen den Umsetzungsgruppen und dem

Management. Eine Info-Sammelstelle stellt die Teilergebnisse allen Mitarbeitern laufend zur Verfügung. Die technischen Möglichkeiten des Intranets bieten hierfür eine hervorragende Kommunikationsplattform. Aber auch Aushänge in Küchen, Freizeit- und Toilettenräumen sind gut platzierte Informationssammelstellen.

Manchmal bietet es sich an, aus einer Gruppe Interessierter oder Betroffener externe Gäste zur internen Befruchtung eines Themas hinzuzuladen. Wer zum Beispiel Software produziert, tut auch gut daran, Anwender aus dem Kundenstamm einzuladen. Kundenbindung bekommt hierdurch eine völlig neue Dimension.

Die Arbeiten der Umsetzungsgruppen laufen konzentrisch in eine neuerliche Veranstaltung zusammen. Diese

zielt darauf, eine anschauliche Informationsübersicht über den Stand der Dinge und die abgeleiteten Konsequenzen zu geben. Auch hier finden oft spontan Open-Space-Workshops statt, die wiederum neue Wege weisen. Wieder arbeiten die Umsetzungsgruppen die neuen Ergebnisse ein, verbessern diese oft zum Pragmatismus hin. Alle gesammelten Ergebnisse münden letztlich in einen Schlussbericht auf einer abschließenden Veranstaltung.

So produziert diese Großgruppen-Konferenzmethode handfeste Ergebnisse - verbunden mit äußerst motivierenden informellen Effekten: Die Mitglieder der Planungs- und Umsetzungsgruppen und die Initiatoren der Workshopthemen erleben eine starke Integration und Motivation. Sie fühlen sich mitten drin, erleben sich als wesentlichen Teil des Ganzen.

Kurzporträt:

Rainer Willmanns ist freier Unternehmensberater sowie Inhaber der Highway-EDV zur Einführung von Kundendatenbanken. Als Berater hat er sich vor allem mit seinem umfassenden Ansatz zur Kundenzentrierung durch das von ihm entwickelte Kunden-Kontakt-Management einen Namen gemacht. In Deutschland ist Willmanns ein ausgewiesener Experte für die Open-Space-Konferenzmethode, mit der Meetings auch bei sehr großen Teilnehmerzahlen produktiv durchgeführt werden können. Zu seinen Kunden zählen Unternehmen und Organisationen aus allen Bereichen, darunter die Deutsche Bahn, DaimlerChrysler und Kaufhof.

Kontakt:
rainer@willmanns.de