

Workshop-Design für Mitarbeiter

Überraschungsphase : „Das kann doch nicht wahr sein !“

In der Überraschungsphase können dem Organisationsberater Verletzungen und Angst, sowie Schrecken und Horrorphantasien begegnen. Seine Aufgabe ist es daher, eine intensive Analyse vorzunehmen und einen konkreten Strategieplan zu entwickeln.

Der Einsatz des Tools **Der Unterschied bringt's** in diesem Workshop kann dazu beitragen, schon im Vorfeld des Projekts die unterschiedlichen Ziele, Strategien, Sichtweisen, Bedürfnisse und gegenseitigen Erwartungen der Beteiligten wahrzunehmen, zu thematisieren und produktiv zu nutzen. Ziel des Tools **Frontpage** ist es, in einer Entscheidungsphase in Veränderungsprozessen mit allen Beteiligten Themen und Stimmungen zu sammeln und hieraus spezifische Stärken und Schwächen für die Geschäftseinheit herauszuarbeiten. Dieses Tool eignet sich besonders, um alle Beteiligten in die Themensammlung zu integrieren.

Tag 1

- | | |
|-----------|--|
| 9.00 Uhr | Begrüßung, Vorstellung, Vorstellungsrunde der Teilnehmer |
| 9.30 Uhr | Erläuterung der Vorgehensweise und Organisatorisches |
| 10.00 Uhr | <p>Der Unterschied bringt's : Im Plenum werden folgende Fragen spontan beantwortet und an einer Pinnwand visualisiert : Für wen würde ein gemeinsamer Krisenfahrplan mit konkreten Maßnahmen und Zuständigkeiten einen deutlichen Unterschied machen ? Wer würde davon profitieren ? Für wen ist die Situation dann anders als vorher ? Im Anschluss an das Brainstorming werden die genannten Perspektiven nach gemeinsamen Aspekten zusammengefasst, wie z.B. Standort, Abteilungszugehörigkeit, Krisenerfahrung, hierarchische Position, Betriebszugehörigkeit, Geschlecht. Die drei wichtigsten Unterschiedskategorien werden identifiziert und die Teilnehmer um eine Aufstellung im Raum gebeten.</p> <p>Es folgt eine Interaktion in den Kleingruppen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Worin liegt Ihr spezieller Beitrag zum Ziel – auch im Unterschied zu den anderen Kleingruppen ? • Was ist das Besondere an Ihnen, welche Chancen und Risiken ergeben sich daraus für unsere Arbeit ? • Welche Bilder vermuten Sie, haben die anderen Teilgruppen über Ihre Gruppe ? • Was ist das Typische der anderen Kleingruppen, wofür stehen sie, wenn es um unser Ziel heute geht ? • Worauf sind Sie bei den anderen Kleingruppen am meisten neugierig ? <p>Anschließend werden die Selbst- und Fremdbilder aller Kleingruppen ausgetauscht.</p> |
| 11.00 Uhr | <i>Kaffeepause</i> |
| 11.30 Uhr | Das gleiche Vorgehen wird nun für zwei weitere ausgewählte Kategorien angewandt. |

12.30 Uhr *Mittagspause*

13.30 Uhr In gemischten Kleingruppen sollen nun aus den Diskussionen ‚lessons learned‘ für die weitere Arbeit abgeleitet werden. Wo stärken uns Unterschiede, wo gibt es Stolpersteine ? Woran werden Erfolge messbar, wo spüren wir Rückenwind und wo sehen wir Klippen, die auf dem Weg zur Zielerreichung zu meistern sind ? Die Ergebnisse werden auf einem Flipchart für die Präsentation festgehalten.

14.30 Uhr *Kaffeepause*

15.00 Uhr Nacheinander präsentieren die Gruppen ihre Erkenntnisse. Danach werden die daraus abzuleitenden Konsequenzen für die inhaltliche Arbeit und die weitere Kooperation daraus abgeleitet. Die Gruppe formuliert hierzu Vereinbarungen in Form von Leitsätzen, die am Flipchart visualisiert werden.

16.30 Uhr *Ende des ersten Workshop-Tages*

Tag 2

9.00 Uhr Begrüßung der Teilnehmer, Feedback zum Vortag

9.30 Uhr **Frontpage** : Es werden vier Gruppen gebildet und jeweils einer Zeitung zugeordnet. Jede Gruppe soll als Zeitungsredaktion eine erste Seite gestalten und zwar in Anlehnung an das Original (Hauptartikel, zweiter Artikel, kleine Meldungen, Bilder, Leitartikel, Hinweise auf den weiteren Inhalt usw.) Themen auf der ersten Seite sind ausschließlich : *Nachrichten und Neuigkeiten aus dem Unternehmen sowie aus dem direkten Umfeld.*

Die Gruppen werden aufgefordert, Nachrichten zu sammeln und dann wie eine echte Zeitungsredaktion die Nachrichten danach zu beurteilen, ob sie eine große Leserschaft interessieren. Die Zeitung soll zum Weiterlesen anregen, sie soll neugierig machen und sich verkaufen. Dabei müssen die Redakteure natürlich dem jeweiligen Stil ihres Hauses treu sein. Die realen Zeitungen des Tages dienen als Vorbild. Jede Gruppe fertigt die erste Zeitungsseite an einem Flipchart, das den Kopf der Original-Zeitung bereits vorgefertigt trägt. Nach Abschluss gehen alle Teilnehmer durch den Raum und lesen die Ergebnisse – wie Zeitungen.

11.00 Uhr *Kaffeepause*

11.30 Uhr Die Auswertung im Plenum erfolgt anhand folgender Fragen :

- Welche Nachrichten tauchen in allen Zeitungen auf, welche nur in einzelnen ?
- Wie werden die gleichen Nachrichten in den verschiedenen Zeitungen gebracht ?
- Wie viele Nachrichten gab es, nach welchen Kriterien wurde jeweils ausgewählt, was in die Zeitung kommt ?

- Welche Berichte würden eine große Anzahl von Lesern besonders ansprechen, aufmerksam machen ?
- Worüber würden die Leser insbesondere reden, nachdem sie den Artikel gelesen haben ?
- Möchte jemand öffentlich eine Meldung dementieren ? Was würde dies bewirken ?

12.30 Uhr *Mittagspause*

13.30 Uhr In Gruppenarbeit wird nun die Frage beantwortet : Welche Stärken und Schwächen sehen wir in unserer jetzigen Situation nach dieser Auswertung ? Die Pinnwände werden so zusammengestellt, dass alle einen guten Überblick haben. In zwei Gruppen, in denen jeweils alle Redaktionen vertreten sind, werden nun die geschriebenen Nachrichten (nur diese !) ausgewertet

Gruppe 1 : Diese Nachrichten zeigen, dass wir gut aufgestellt sind, das sind Erfolgsmeldungen und „Good News“. Daraus können wir folgende Stärken herausfiltern.

Gruppe 2 : Diese Nachrichten zeigen Herausforderungen, das sind für uns eher „Bad News“. Daran zeigen sich folgende aktuelle Schwächen.

14.30 Uhr *Kaffeepause*

15.00 Uhr Die Stärken und Schwächen werden jeweils als Headlines formuliert und dem Plenum präsentiert.

15.30 Uhr Abschlussdiskussion und Überlegungen zum Transfer in die Veränderungsarbeit

16.00 Uhr *Ende des Workshops, Feedback, Abschied und Abreise*