

imug-Kompetenzen

Open Space Konferenzen



1. Ausgangslage

Komplexe Herausforderungen, neue Fragestellungen und ein stetiger Wandel konfrontieren Unternehmen mit der Suche nach effektiven und schnellen Lösungen. Diese können nicht von einzelnen Personen oder Abteilungen erbracht werden. Gefragt ist ein Dialog und ein kompetenter Austausch der verschiedenen Hierarchieebenen, der unterschiedlichen Fachabteilungen eines Unternehmens, ein Dialog auch zwischen Impulsgebern, Stakeholdern und Erfahrungsträgern. Je mehr Perspektiven berücksichtigt werden, desto eher können umsetzbare Lösungen erzielt werden.

Die Methode Open Space ermöglicht, mit großen Gruppen schnell und effektiv Lösungen zu erarbeiten. Sie ist anwendbar für verschiedene Problemlagen in Unternehmen und Organisationen, z.B. bei:

- Auftaktveranstaltungen von Veränderungsprozessen
- Umstrukturierungen und Neuorganisationen
- Umsetzung neuer Konzepte/Strategien
- Entwicklung vieler verschiedener Lösungsmöglichkeiten bei einem bestimmten Problem
- Bilanz ziehen und Weichen stellen für den Fortgang von Prozessen
- überall dort, wo ein hoher Problemdruck herrscht.

Open Space ist darüber hinaus auch ein lebendiger Tagungsansatz, der durch die konkrete Orientierung an den Teilnehmerthemen motivationsfördernd wirkt. Wenn man eine Tagung mit der Open Space Methode durchführen möchte, ist allerdings zu beachten, dass die Eingeladenen ein hohes Interesse am Thema haben.

2. Methode

Die Methode wurde von Harrison Owen (USA) entwickelt und basiert auf der Theorie sich selbst organisierender offener Systeme. Das wichtigste Prinzip ist die freiwillige Selbstorganisation. Nach Owen gibt es daher auch nur einen einzigen Weg, der den Misserfolg eines Open Space Ereignisses garantiert, und das ist der Versuch, die Kontrolle zu behalten. Ziel ist es, das Empowerment der Mitarbeiter zu erhöhen sowie ihr Verantwortungsgefühl für die gemeinsame Sache zu stärken. Der Verzicht auf eine Tagesordnung oder Agenda und auch der Verzicht auf Referenten erhöhen den Raum für kreative Prozesse. Die einzige Vorgabe, die es gibt, ist die der zeitlichen Struktur. Die Hauptakteure einer Open-Space-Konferenz sind die Teilnehmenden selbst, da sie individuell und als Gruppe für das Ergebnis verantwortlich sind.

Ablauf

Im Vorfeld einer Open Space Konferenz wird ein Oberthema vorgegeben, das möglichst offen formuliert und von zentraler Bedeutung für die Organisation sein sollte, durchaus aber zum Widerspruch einladen darf. Der Moderator der Open Space Konferenz begrüßt die Teilnehmenden, führt sie kurz in die Thematik des Tages und die Grundprinzipien von Open Space ein. Danach erfolgt die spannende Phase der Themenfindung. Alle Teilnehmenden sind aufgerufen, ihre Themen, über die sie diskutieren möchten und die ihnen unter den Nägeln brennen, zu benennen, aufzuschreiben und dem Plenum vorzustellen. Wenn alle Themen auf einer Stellwand gesammelt worden sind, ist der Marktplatz eröffnet und die Teilnehmenden können sich den Themen zuordnen, die sie im Laufe der Konferenz bearbeiten möchten. Die Themen, Zeiten und Orte der Workshops hängen an einem Schwarzen Brett aus, so dass jeder jederzeit informiert ist.

Danach geht es in die einzelnen Workshops, die von den Initiatoren moderiert und von einem Teilnehmer protokolliert werden. Wer merkt, dass er sich für das diskutierte Thema nicht (mehr) interessiert und nichts beitragen kann, wechselt den Workshop oder gönnt sich eine Pause. Zwischen den einzelnen Workshops kommen die Teilnehmer immer wieder kurz zusammen, um sich neu zu sortieren, die Protokolle abzugeben und sich über das Geschehen in den anderen Gruppen kurz zu informieren.

Den Abschluss einer jeden Open Space Konferenz bildet eine Plenumsrunde. Hier werden Erfahrungen aus den einzelnen Workshops ausgetauscht und Aspekte diskutiert, die für alle Teilnehmenden relevant sind. Je nach Anlass der Open Space Konferenz werden in diesem Teil auch die weiteren Umsetzungsschritte und Maßnahmen vereinbart.

3. Organisatorischer Rahmen

Open Space ist besonders für Großgruppen geeignet und kann mit einer nach oben offenen Gruppengröße ab 20 Personen durchgeführt werden. Je nach Ausgangslage und Anwendungsbereich kann eine Konferenz einen bis drei Tage dauern. Benötigt werden vor allem ein großer Raum, in dem alle Teilnehmenden sitzen können (ohne Tische) und mehrere kleinere Räume für die stattfindenden Workshops.

4. Potenziale und Erfahrungen durch Open Space Konferenzen

Geleitet durch die Prinzipien und Ideale von Open Space (Selbstverantwortung und "Go with the flow") kann bei den Teilnehmenden erreicht werden, dass sie selbst – und nicht die Organisation – Verantwortung für das Thema, die Ergebnisse und den Prozess übernehmen.

Was leistet Open Space?

<i>Bei den Mitarbeitern</i>	<i>In der Organisation</i>
Verantwortung für das Thema, die Ergebnisse und den Prozess	Entwicklung vielfältiger Ideen, Maßnahmen, Ziele
Identifikation mit dem Thema, der Situation u. dem Unternehmen	Gleichzeitiger Wandel in verschiedenen Bereichen der Organisation
Gestärktes Selbstbewusstsein; Förderung der Eigenständigkeit	Schnelle Reaktion auf Veränderungsanlässe
Mut und Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten	Gleicher Wissensstand der Teilnehmenden
Moderations- und Kommunikationsfähigkeit	Effektive Kommunikation in großen Gruppen
	Nachhaltige Akzeptanz der erarbeiteten Ergebnisse
	Bearbeitung der „wirklich“ wichtigen Themen

5. imug-Leistungen

Konzeption, Moderation und Nachbereitung von Open-Space-Konferenzen

- Unterstützung bei der Konzeption der Open Space Konferenz, Entwicklung eines Oberthemas, organisatorische Vorbereitung
- Moderation und Durchführung der Konferenz, incl. der Bereitstellung der erforderlichen Materialien (Plakate mit Open-Space Regeln und Prinzipien, Themen- und Protokollblätter, Moderationsmaterial etc.)
- Nachbereitung der Konferenz, z.B. Erstellen der Protokollbände
- Begleitung bei der Umsetzung der Ergebnisse
- Moderation von Follow-up-Workshops.

Referenzen

Mentoringprojekt Women@tecT der Universität Oldenburg, Oldenburg

- Konzeption und Durchführung von zwei Open-Space-Konferenzen zum Abschluss von Mentoringprogrammen der Universität Oldenburg und der Fachhochschule Oldenburg, Ostfriesland, Wilhelmshaven

Rubicon GmbH, Hannover

- Konzeption und Durchführung einer Open-Space-Konferenz als Zwischenbilanz des Cross-Mentoring-Programmes der oberen Landesbehörden des Landes Niedersachsen

VZBV (Verbraucherzentrale Bundesverband), Berlin

- Konzeption und Durchführung einer Open-Space-Konferenz im Rahmen des Projektes „Zukunftsstrategie Verbraucherzentralen“

ZWW – Zentrum für wissenschaftliche Weiterbildung an der Universität Oldenburg, Oldenburg

- Konzeption und Durchführung einer organisationsinternen Open-Space-Konferenz zur Zukunft und Strategie des ZWW

6. Die imug Beratungsgesellschaft

Die imug Beratungsgesellschaft

für sozial-ökologische Innovationen mbH ist 1995 gegründet worden. Wir beraten und unterstützen Unternehmen und gesellschaftliche Organisationen darin, mit sozialen und ökologischen Innovationen am Markt erfolgreich zu sein. Wir suchen nach Wegen, wie sich die Ziele unserer Beratungskunden mit echten Vorteilen für die Konsumenten, die Gesellschaft und für die Umwelt im Sinne eines Sustainability-Konzeptes verbinden lassen. Die imug Beratungsgesellschaft leistet in ihren Projekten einen effizienten Know-how-Transfer zwischen Forschung und Praxis mit der Kernkompetenz in den Bereichen Marketing und Kommunikation.

Die imug-Leistungen umfassen dabei:

- Individuelle Marktforschung nach wissenschaftlichen Standards
- Strategische Marketing- und Kommunikationsberatung
- Umsetzung und Prozessbegleitung
- Erfolgskontrolle

Auftraggeber (Auswahl):

Abfallwirtschaftsbetriebe Hannover	Norddeutsche kirchliche Versorgungskasse für Pfarrer und Kirchenbeamte, Hannover
Autostadt GmbH, Wolfsburg	Otto Versand GmbH & Co., Hamburg
ASEW, Köln	Procter & Gamble Deutschland GmbH, Schwalbach
Baan Deutschland GmbH, Hannover	ProKlima, Hannover
Bayer AG, Ludwigshafen	RWE Energie AG, Essen
Bewag AG, Berlin	Sennheiser electronic, Wedemark
Center Parcs, Bispingen	Stadtwerke Gießen GmbH, Gießen
Deutsche Telekom AG, Bonn	Stadtwerke Hannover AG, Hannover
Degussa AG, Düsseldorf	Stadtwerke München
dm-drogerie markt, Karlsruhe	tegut..., Fulda
EXPO 2000 GmbH, Hannover	TransFair e.V., Köln Verbraucherinitiative e.V., Bonn
GASAG, Berlin	Umweltberatung Nordost e.V., Berlin
GLS Bank, Wuppertal	Volkswagen AG, Wolfsburg
HEA, Frankfurt	Volkswagen Bank, Braunschweig
HEWI, Bad Arolsen	Verbraucher-Zentrale Baden-Württemberg, Stuttgart,
ifo Institut für Wirtschaftsforschung, München	Verbraucher-Zentrale NRW, Düsseldorf
Industriellenvereinigung, Wien	vzbv, Berlin
Invesco Asset Management GmbH, Frankfurt	WEMAG, Schwerin
Kraft Foods, Bremen	WestLB AG, Düsseldorf
Metro AG, Essen	Wilkhahn, Bad Münden
Miele, Gütersloh	
msc shoe corporation, Zürich	
Nds. Landesamt für Bezüge und Versorgung, Hannover	

Kontakt

imug Beratungsgesellschaft

für sozial-ökologische Innovationen mbH

Brühlstraße 11

D-30169 Hannover

Fon +49.511.12196-0

Fax +49.511.12196-95

E-mail contact@imug.de

Internet www.imug.de/coaching