



ManageMan

Cultural Clashes in Global Projects

*Impro-Theater im Businessrahmen
Fokus: Internationales Projektmanagement*



Ausgangsüberlegungen

Situation

In international besetzten Projekten begegnen sich in jedem Fall verschiedene Arbeits- und Managementkulturen. Darüber hinaus spielen oft auch jahrelang gepflegte Traditionen von Geschäftsbereichen oder ehemals selbständigen Unternehmensteilen in die Projektarbeit hinein.

Das Management international/global aufgelegter Projekte stellt daher besondere Anforderungen:

- die Bewältigung der erhöhten Komplexität grenzüberschreitender Prozesse und Verflechtungen,
- eine stark ausgeprägte Awareness für kulturelle Prägungen der beteiligten Personen und
- die Entschlossenheit, das Projekt im Umgang mit diesen Einflüssen zum Erfolg zu führen.

Grundidee der Performance „Cultural Clashes in Global Projects“

Zielgruppe: Unmittelbar Projektbeteiligte und weitere Stakeholder

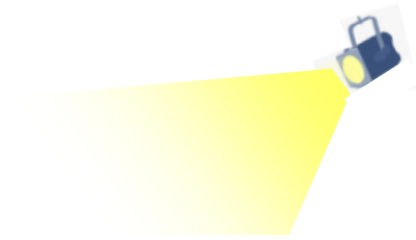
- in den frühen, oft durch Orientierungsbedarf und Überraschungen geprägten Phasen der Projektarbeit: Kulturelle Unterschiede humorvoll-kreativ bewusst machen auf das Umgehen damit vorbereiten.
- in den späten, oft durch Rückschläge und Verzögerungen gekennzeichneten Phasen der Projektarbeit: Eine Spannungen auflösende Plattform anbieten, auf der Erlebnisse reflektiert und als Erfahrungen verwertbar gemacht werden.

Design: Improvisationstheater in auftraggeberspezifisch vorgezeichneten Szenarien

In diesen Szenarien entwickeln die Improvisationsschauspieler die Ereignisse auf der Bühne live nach den Vorgaben der Zuschauer. Dadurch wird thematische Nähe und hohe Intensität sicher gestellt.



Auftraggeberspezifische Gestaltung der Performance



Auswahl typischer Projektereignisse – beispielsweise...

- Auftragsklärung: Wie wird ein Auftrag erteilt, wie wird er angenommen?
- Kick off: Wie begrüßt man sich, lernt sich kennen und wie organisiert man Zusammenarbeit?
- Krisen-Meeting: Wie werden kritische Situationen und Zwischenfälle bewältigt?
- Roll out: Wie „verkauft“ man sein Arbeitsergebnis, wie bringt man andere zur Umsetzung?

Entwicklung der relevanten Szenarien

- Projektinhalt und Rollen: was sind typische Projektziele, in welchen Rollen bewegen sich die Projektbeteiligten und welche Rollen sind im Kontext relevant?
- Markante Ereignisse: welche Zwischenfälle und Widerstände erleben die Projektbeteiligten typischerweise?
- Sprachwelt: welche Begriffe, Sprüche und Phrasen kennzeichnen die Projektkultur?

Konzept und Besetzung

- Auswahl der Sprache für die Performance: Englisch oder Deutsch.
- Auswahl der Darsteller: Repräsentation wesentlicher im Publikum vertretener Kulturkreise und im internationalen Projektgeschäft typischer Charaktere.
- Formate: Abstimmung der Improvisationsformate (vgl. Back-up, Seiten 8 und 9) auf die Besonderheiten der Zielgruppe, insbes. die Erfahrung im Umgang mit Improvisation.



Vorgehensweise bis zur Performance

Eine besondere Wirkung erreicht die Performance dann, wenn sie auf die Zielgruppe, das Thema der Veranstaltung und die Situation des Unternehmensbereiches bzw. Projektes abgestimmt ist. Dafür empfehlen sich die folgenden Schritte:

↓ Klärung von Zielsetzung und Kernbotschaften der Veranstaltung (Auftraggeber)

↓ Briefing ManageMan

- Hard Facts: relevante betriebswirtschaftliche Ziele und Rahmendaten, Strukturen, Status besonders bedeutender Projekte...
- Soft Facts: Arbeitsklima, Projektkultur, Sprachwelt...
- Ziele und angestrebte Wirkungen der Performance

↓ Abnahme Konzept und Performance

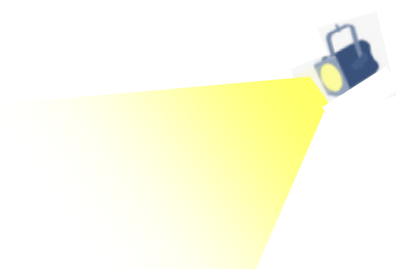
- ManageMan stellt das Grundkonzept der Performance vor, beschreibt Szenarien und stellt ggf. markante Schlüsselsätze zusammen, die als Basis für die Improvisation gesetzt sind.
- Optional: Vertreter der Auftraggeber besuchen eine abschließende Probe oder laden ein Testpublikum zu einer vorgezogenen Aufführung ein.

↓ Einarbeitung der Feedbacks

★ Performance mit der Originalzielgruppe



Preisberechnung und Konditionen



Der Honoraraufwand für die Performance bestimmt sich nach verschiedenen Einflussfaktoren:

- Aufwand für Konzeption und Texte in Abhängigkeit von Vielfalt und Spezifika aus dem Briefing
- Anzahl und geforderte Fähigkeiten der Darsteller (insbesondere: Business- und Moderationserfahrung, Sprachkenntnisse, Beherrschung von Musikinstrumenten),
- Dauer der Performance
- Reisezeiten

Beispiele für Honorarbeträge

- „Gängige“ Konzepte mit drei Schauspielern in deutscher Sprache ohne musikalische Begleitung, Dauer 45 – 60 Min. und Reiseaufwand nur für die Performance: ca. 3.500,- Euro.
- Spezielle Anforderungen, international besetztes größeres Darstellerteam, musikalische Elemente, Dauer 60 – 90 Min., Probeaufführung mit Testpublikum: ca. 8.000,- Euro.

Weitere Kosten

- Spesen: Reisekosten, und ggf. Auslagenersatz für Material, Bühnenausstattung und Requisiten (erfahrungsgemäß 20 – 35% der Honorarsumme je nach Produktionsaufwand)
- Abgaben: Künstlersozialabgabe und Umsatzsteuer

Sonstiges

- Freigabe von Fotos und Videoaufzeichnungen nach gesonderter Absprache.
- Autoren- und Verwertungsrechte der nicht auftraggeberspezifischen Parts bleiben bei ManageMan.



Referenzprojekte

Deutsche Börse AG; Vollversion der Wechselbäder als Abendprogramm im Rahmen einer IT-Bereichstagung (Dezember 2004)

Alumni-Verein Hochschule für Bankwirtschaft (HfB); Auszug Wechselbäder mit Fokus „Networking“ auf dem HfB Family Day (Juli 2005)

Dresdner Bank AG; Auszug Wechselbäder als Case Study mit dem Fokus „Führen und geführt werden“ als Abendprogramm bei einer Bereichsentwicklung (Juli 2007) bzw. als Unterhaltungsprogramm eines Unternehmensbereiches, der seinen Mitarbeitern einen besonderen Feierabend geboten hat (Oktober 2007)

Commerzbank AG; Auszug Wechselbäder als Case Study mit dem Fokus „Beratung“ als Eröffnung der 1. ICLM-Hausmesse für Firmenkundenberater (November 2007)

Dresdner Bank AG, Ausschnitte Machtspiele für die Vertriebssteams des Corporate Banking Region Stuttgart (November 2008)

Programme „InFusion“ und „Machtspiele“ für diverse Zuschauergruppen der **Dresdner Bank AG** und der **Commerzbank AG** (2009 und 2010)

Frankfurt School, „Machtspiele special“ für eine Tagung von Personalentwicklern (April 2009)

Alumni-Verein der Frankfurt School, „Machtspiele“ für die Teilnehmer des Family Day (Juli 2009)

In Kooperation mit **AmropHever/Delta Management Consultants:** „InFusion privatissime“ im Bismarckraum der Hanse Lounge, Hamburg

Commerzbank AG, „InFusion“: Start Zusammenführung Kreditcenter Private Kunden, Dortmund (Dezember 2009) und Group Audit (September 2010)

Commerzbank AG, Premiere „Das Projekt“ für Absolventen einer Projektmanagementqualifizierung (Juni 2010)

KTC Königstein GmbH, Spots „Meetingrituale“ im Rahmen der Präsentation auf dem DGFP-Kongress, Wiesbaden (Juni 2010)

Deutsche Bahn, individuell entwickelte Szenen mit interaktiver Neu-Inszenierung im Rahmen der Restrukturierung eines Vertriebsbereiches (August 2010)

Ikano Bank, Aufzeigen und Bearbeiten von Spannungsfeldern von Führung und Zusammenarbeit zur Orientierung in einem Kulturentwicklungsprozess (Sept. 2010)

Commerzbank AG, Staffing und Projektmanagement im Vorstandsauftrag für eine Aufführung zum Thema „Frauen in Führungspositionen“ (September 2010)

Commerzbank AG, Case Study Führung, Talent Mgmt. Teilnehmer Führungskräftequalifizierung; Führungskräfte und Projektleiter Group Organisation (2010 und 2011)

Continental AG, IT Automotive, Improvisationstheater für die IT Convention zum Thema Internationales Projektmanagement, Aufführung in Englisch (Februar 2011)



Dr. Michael Fliegner Kurzprofil und Kontakt

ManageMan® Businesstheater

Ihr Gesprächspartner: Dr. Michael Fliegner

Initiator und Inhaber von ManageMan
(Gründung: 2004), operativ tätig als
Produzent, Autor und Moderator

Jg. 1959, langjährige Verantwortung als Trainer und Coach
für Führungskräfte, als Leiter HR Development (operativ und
konzeptionell) und als Personalleiter.

Managementtrainer- und Berater (Dresdner Bank);
Führungswechselberater (Gruppe FischerGärtner, Hamburg);
Kommunikationsberater mit Abschlusszertifikat von
Prof. F. Schulz von Thun

Beratungs- und Moderationserfahrung in vielfältigen Change-
und Bereichsentwicklungsprojekten

Lehraufträge der Frankfurt School (Personal und Führung)
und der Hochschule Darmstadt (Arbeitsmethodik).

Referent/Trainer für Deutsche Gesellschaft für
Personalführung e.V., Düsseldorf

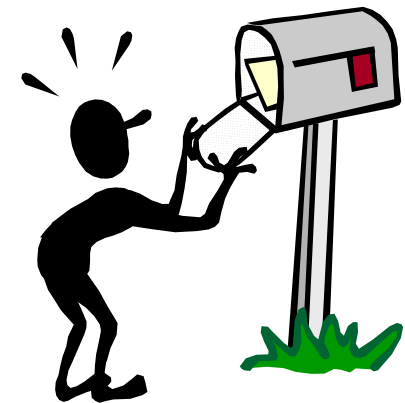
Kontakt

Post: Auf der Hochwiese 48
61267 Neu-Anspach

Tel: 0176-44668981

E-Mail: michael.fliegner@manageman.net
Website: www.manageman.net

Info-Download Businessangebote unter
<http://www.manageman.net/links.php>





Impro-Theater im Businessrahmen

- Konzeptionelle Grundausrichtung -

Back up 1

Grundgedanke Improvisationstheater

Das Improvisationstheater will das Publikum dadurch begeistern, dass die Ereignisse auf der Bühne im wesentlichen durch die Zuschauer getrieben werden. Die Schauspieler stellen dafür ihre Kreativität und darstellerischen Fähigkeiten in den Dienst der Publikumsimpulse. Diese werden zum einen bei der Anmoderation der Szene aus dem Publikum abgeholt (Charaktere, Situationen...) und zum anderen durch akustische Signale oder spontane Wortbeiträge von Zuschauern unmittelbar in den Verlauf der Szene eingebracht.

Vorgehen für Business-Zwecke

ManageMan setzt die Faszination des Improvisationstheaters gezielt in Businesskontexten ein: Aus dem Inhalt und den wesentlichen Botschaften der jeweiligen Veranstaltung werden Ausgangsszenarien und Themen entwickelt, die die Darsteller dann in den für Improvisation typischen Formaten mit dem Publikum live gestalten.

Wirkungen

- Perspektivenwechsel: vom „verstrickt sein“ zum „von außen draufschauen“
- Neue Möglichkeiten: vom „Erleiden“ zum „Gestalten“ von Ereignissen
- Entlastung: von der Arbeitssituation, in der Fehlverhalten negative Konsequenzen nach sich zieht, zum humorvoll übertreibenden Experimentierfeld

Das befreiende Lachen fördert dann die emotionale Verarbeitung von realen Erlebnissen:

- Eine innere Distanz entwickeln zu ansonsten belastenden Situationen.
- Ereignisse reflektieren und neu gestalten, denen man sich sonst ausgeliefert sieht.



Impro-Formate als Basis für spezifische Programme

Back up 2 

Formate neben der üblichen „Szene“ (Auswahl)

Arm-Reden-Diskussion: pro/contra Diskussion, wobei jede Position durch zwei Spieler dargestellt wird: einer spricht, ein anderer steht dahinter und liefert die Armbewegungen.

Synchro-Spieler: 2 Spieler sind auf der Bühne, 2 andere liefern deren Stimme vom Rand her.

Diavortrag: Vom Publikum wird ein Thema abgeholt, das als Standbild dargestellt und interpretiert wird.

Genre-Replay: eine kurze Szene wird gespielt und dann in vom Publikum vorgegebenen Genres wiederholt: Western, Horror, Oper, Krimi...

Gromolo: ein Darsteller spricht völlig Sinnloses in einer real klingenden „Sprache“ bedeutungsschwanger aus und wird von einem anderen übersetzt.

Zappen: an einem vom Publikum vorgegebenen Ort (Treppe, Küche, Damentoilette, Rummelplatz...) finden Szenen statt, die bis kurz vor einen Höhepunkt gespielt werden, dann wird zum nächsten Schauplatz gezappt. Beim Zurückzappen stellt sich heraus, dass die Story anders als erwartet weitergegangen ist.

Publikumsimpulse (Auswahl)

Moderator erfragt Alter, Charakter, persönliche Merkmale, Leidenschaften der Rolleninhaber.

Saalwette: die Darsteller wetten mit dem Publikum auf eine Mindestzahl erreichter Punkte. Eine Jury aus dem Kreis der Zuschauer bewertet die Performance dann durch Punktevergabe. Wetteinsatz: Die Verliererseite muss etwas tun, was die Gewinnerseite vorgibt.

Zettelspiel: Die Zuschauer schreiben Begriffe, Phrasen oder Ereignisse auf Zettel, die die Darsteller im Spiel unterbringen müssen.

Einzelne Zuschauer steuern durch Hupen bzw. Klingeln, ob ein Darsteller seine Rolleninterpretation ändern bzw. verstärken soll.

Gefühlsachterbahn: das Publikum nennt verschiedene positive und negative Gefühlslagen, die durch eine Stimme aus dem off dann einzelnen oder allen Spielern zugeordnet werden und sofort umgesetzt werden müssen

Stop & Go: Alle Zuschauer können Stop-Signale geben und den Darstellern Impulse zu rufen, die diese sofort umsetzen müssen.