

BEISPIEL FÜR EIN DREHBUCH

Aus der Praxis, anonymisiert

Zentrale Frage:

„Wie sollen wir unser Marketing verändern, um weiter wirksam zu sein?“

Ziele:

- Gemeinschaftswirklichkeit zwischen den TeilnehmerInnen herstellen
- Impulse bekommen
- Erste Ideen ableiten

Gruppe: 4 Workshop-TeilnehmerInnen + 2 ModeratorInnen

AGENDA

- Kurze Vorstellungsrunde, Ziele und Agenda
- Gemeinsame Zielklärung
- Impulsvortrag
- Brainstorming: Wie stellen wir uns die Zukunft unseres Marketings vor?
- KURZE PAUSE
- Priorisierung, Verdichtung und Konkretisierung der Brainstorming-Ergebnisse
- Abschlussrunde und Feedback

DREHBUCH

Min.	Agendapunkt/Methode	Ziele/Aktivität	Wer
5	<p>Kurze Vorstellungsrunde unter Beantwortung einer spezifischen Eingangsfrage, maximal zwei Sätze.</p> <p><u>Frage:</u> Welche drei Begriffe („Hashtags“) beschreiben am besten, was mich momentan im Kontext der Zukunft (unseres) Marketings bewegt?</p>	<p>Jede kennt jede oberflächlich. Erster gedanklicher Einstieg in den Workshop.</p> <p>SL schreibt die Hashtags auf ein Flipchart.</p>	Alle
10	<p>Rahmung für den Workshop: Agenda, Ziele, Ergebnisse, Vorgehen, Modusklärung, Verantwortungskklärung, Moderationsauthorisierung</p> <p>Haltungswunsch: Konstruktive Gestaltung, Fokussierung auf das Positive und Machbare. Nicht: „Geht nicht.“</p>	<p>Die Gruppe hat ein gemeinsames Verständnis über den Ablauf des Tages, die Rollen (Moderations- und Beitragsverantwortung) sowie den angestrebten Modus.</p>	Moderatorin 1
35	<p>Ortsbegehung: Interview mit Teilnehmerin 1 zum Workshop-Ziel</p> <p>Die ModeratorInnen interviewen Teilnehmerin 1. Die übrigen Workshop-TeilnehmerInnen hören schweigend zu und machen sich Notizen. Dafür sollen folgende Fragen helfen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Was habe ich verstanden? • Was ist mir unklar? • Was fehlt mir? • Was wäre mir für heute noch wichtig? <p><u>Vorgehen:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Moderatorin 1 interviewt Teilnehmerin 1 zum Ziel des Workshops (zehn Minuten). Die Ergebnisse werden an einem Whiteboard festgehalten. 2. Moderatorin 1 und 2 tauschen Plätze. Moderatorin 2 stellt Teilnehmerin 1 ergänzende oder konkretisierende Fragen auf Basis des bisher Gehörten (fünf Minuten). Die Ergebnisse werden an einem Whiteboard festgehalten. 3. Reflecting Team: TeilnehmerInnen 2–4 kommentieren das Gehörte unter Beantwortung der oben genannten Fragen (zwei Minuten pro Person). Teilnehmerin 1 hört zu. 4. Moderatorin 1 und Moderatorin 2 kommentieren das Gehörte. Alle TeilnehmerInnen hören zu. 	<p>Ziel ist die Herstellung einer Gemeinschaftswirklichkeit zu Zielen des Workshops und den zentralen Fragen, die in diesem Rahmen bearbeitet werden sollen.</p>	Alle

	<p>5. Ggf. KURZE Beantwortung/Bezugnahme von offenen Punkten durch Teilnehmerin 1 (alle anderen hören zu).</p>		
20	<p>IMPULSVORTRAG</p> <ul style="list-style-type: none"> Wie hat sich die Marktbearbeitung der Branche in Deutschland in den letzten fünf Jahren verändert? 	Die Workshop-Teilnehmerinnen bekommen vor dem Kreativteil Impulse und Ideen aus anderen Blickwinkeln zur Bearbeitung.	Moderatorin 2
40	<p>Brainstorming: Wie stellen wir uns die Zukunft unseres Marketings vor?</p> <p><u>Vorgehen:</u></p> <p>Die Teilnehmerinnen entwickeln eine Vision als Antwort auf die Frage: „Wie stellen wir uns die Zukunft unseres Marketings vor?“</p> <p>Eingesetzte Methode: LEGO® Serious Play®.</p> <ol style="list-style-type: none"> Moderatorin 1 gibt eine kurze Einführung in LEGO® Serious Play® und die Aufgabe (fünf Minuten). Die Teilnehmerinnen bauen ihre Vision als Antwort auf die Eingangsfrage (15 Minuten). Die Teilnehmerinnen stellen ihre Vision vor (je drei Minuten). Die nicht vorstellenden Teilnehmerinnen geben Feedback zum Gehörten (zwei Minuten): nur positive Aspekte (bitte auf Post-its notieren): <ol style="list-style-type: none"> Besonders angesprochen hat mich ... Besonders gefallen hat mir ... Diesen Aspekt sehe ich genauso ... Besonders großen Impact sehe ich in ... 	<p>Entwicklung von Ansätzen und Antworten auf die Frage aus unterschiedlichen Blickwinkeln. Fokussierung auf Chancen.</p> <p>Gemeinsame Verdichtung und Herausarbeitung von Chancenpotenzialen. Keine Killer-Argumente, freie Assoziation.</p>	Alle
10	PAUSE		
45	<p>Verdichtung der Brainstorming-Ergebnisse</p> <p><u>Vorgehen:</u></p> <ol style="list-style-type: none"> Gallery Walk: Alle Teilnehmerinnen sehen sich die Ergebnisse der Brainstorming-Session schweigend an und machen auf Post-its wichtige Ergänzungen oder Kommentare (fünf Minuten). Priorisierung: Aus den Ideen/Ansätzen werden maximal vier ausgewählt und für eine Verdichtung qualifiziert. Zur Priorisierung erhalten alle Teilnehmerinnen Klebepunkte (fünf Minuten). Wir teilen uns in zwei Zweiergruppen auf und konkretisieren die vier ausgewählten Ansätze (zwei x zehn Minuten). Methode: Die Ansätze werden über Mindmaps/Stichpunkte assoziativ konkretisiert und weiterentwickelt. In den ersten zehn Minuten bearbeiten die beiden Gruppen je zwei Ansätze. Danach wird getauscht und die Gruppen bearbeiten die anderen beiden Ansätze, greifen dabei auf die Arbeit der anderen Gruppe zu und verdichten weiter (Summe: 20 Minuten). Sichtung: Wir sichten die Ergebnisse der Verdichtung gemeinsam (fünf Minuten). 	Ziel: Die vielversprechendsten Ansätze werden weiter konkretisiert und aufgeladen.	Alle
15	<p>Abschlussrunde und Feedback</p> <p>Jeder gibt kurz Feedback zum Workshop unter Zuhilfenahme der folgenden Fragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Wurden die Ziele für heute aus meiner Sicht erreicht? Welches Thema nehme ich mir persönlich mit? Wen sollten wir als Nächstes einbinden? Waren wir produktiv? Wie haben sich die eingesetzten Methoden für mich angefühlt? Mit welcher Stimmung/welchen Gedanken verlasse ich heute diesen Workshop? 	Verantwortungsklärung über die nächsten Schritte, qualifiziertes Feedback zum Workshop.	Alle