

Open Space Technology – Freiraum und selbstorganisierter Marktplatz der Ideen

Kommunikationslotsen

„Auf strategischen Konferenzen oder Workshops finden die wichtigsten Gespräche immer in den Kaffeepausen statt!“ denken viele, so auch der Erfinder der Open Space Technologie, Harrison Owen. Tatsächlich hat der informelle Geist einer Kaffeepause eine kreative und unbeschwerte Kraft, die sich manche Manager immer in ihren Unternehmen wünschen würden.

1. Was heißt OPEN SPACE?

Die Übersetzung „Freiraum“-Methode weist darauf hin, dass man hier im Gegensatz zu bekannten Konferenzmodellen vor allem freien Raum vorfindet. Freien Raum, um sich gegenseitig zu treffen, um sich zu bewegen, dorthin zu gehen, wo man etwas erfahren oder beitragen kann. Freien Raum, um gemeinsam Lösungen zu finden, auf die ein Einzelner vielleicht nicht oder nur unter größten Mühen gekommen wäre. Freien Raum, um sich als Unwissender mit anderen Unwissenden oder Neugierigen einem Thema zu nähern, das für alle von Wichtigkeit ist.

2. Wann ist OPEN SPACE sinnvoll?

Open Space ist als universelle Konferenz-Methode immer dann sinnvoll, wenn sich Organisationen und andere Gruppen zu gemeinsamen Zielen, Innovationen und Durchbrüchen aufmachen.

Häufig wird die Erfahrung gemacht, dass die Teilnehmer im Open Space in der Lage sind, die richtigen Themen zum richtigen Zeitpunkt anzusprechen und passende Handlungsempfehlungen gleich mitzuliefern. Die Open Space-Technologie eignet sich daher für Gruppen und/oder Organisationen, die ihr gesamtes Wissen zu einem Thema – aus den eigenen Reihen – zusammenbringen und in konkrete Projektideen münden lassen wollen. Der Einsatz empfiehlt sich ... nach oder während dem Zusammenschluss zweier Organisationen oder Geschäftseinheiten, zum Beginn einer neuen Strategieplanungs-Phase, als Kick-off für ein neues Generalthema, als Forum für notwendige, themenorientierte Kommunikation, als interdisziplinäres Brainstorming zu Organisations-, Kommunikations- oder Strategiefragen uvm.



3. Wie funktioniert es?

Zehn bis 750 Personen sitzen in einem großen, runden Kreis. Alle Anwesenden kennen das Rahmenthema (wenn es eines gibt) und schauen auf eine große, leere Wand – die „Agenda“.

Nachdem der Moderator einige Erläuterungen zu Regeln und Leitgedanken der Methode gegeben hat, erklärt er, dass gleich alle Teilnehmer aufgerufen sind, ihr persönliches Thema auf ein Blatt zu schreiben, in die Mitte des Kreises zu gehen und allen anderen zu sagen:

„Ich heiße..., mein Thema ist...“

Bevor das Startzeichen dazu gegeben wird und während der Moderator noch einige Hinweise gibt, wird es immer stiller und stiller. Die Teilnehmer beschäftigen sich mit ihrem möglichen Top-Thema und wälzen erste Bedenken. Allmählich ahnen alle Teilnehmer, dass sie hier und jetzt selbst Verantwortung für ein Thema übernehmen können, und erste, mutige Initiatoren oder „Energieträger“ stellen ihr Thema vor.

Eine Stunde nach Konferenzbeginn ist die leere Agenda-Wand voll mit Themen und Ideen für Workshops und mit den Namen der Initiatoren. Die Stimmung gleicht einem agilen, kreativen Marktplatz, auf dem Themen und Ideen statt Waren ausgetauscht werden.

Alle Teilnehmer tragen sich namentlich in die Workshops ein, Initiatoren erläutern ggf. nochmal ihr Thema, zwei Gruppen erkennen ihr gleiches Anliegen und legen ihren Workshop zusammen, andere Workshops werden zeitlich eventuell verschoben, um anderen, die an zwei gleichzeitig stattfindenden Workshops teilnehmen möchten, den Besuch zu ermöglichen.

Der Marktplatz ist ein quirliges, wohltuendes Durcheinander. Ein Durcheinander, in dem nach kurzer Zeit die wohl interessanteste Agenda des Tages an einer großen Wand steht. Und eine Agenda, auf der hinter jedem Thema Menschen stehen, die sich für dieses Thema wirklich interessieren, die bereits einmal für dieses Thema aufgestanden sind.

4. Gibt es Regeln?

Der freie Raum benötigt nicht viele Regeln, doch um ein eisernes Gesetz kommt auch OPEN SPACE nicht herum. Es ist das „Gesetz der zwei Beine“: Gehe dorthin, wo es dich interessiert, wo Du etwas beitragen oder etwas lernen kannst. Bleibe in keinem Workshop, der dir uneffektiv erscheint.

Die Teilnehmer folgen ihrem eigenen Antrieb, ihrer eigenen Energie. Sie sind stark involviert und arbeiten gemeinschaftlich mit großem Engagement. Je nach Teilnehmerzahl arbeiten nun jeweils fünf, zehn oder zwanzig Personen konzentriert an insgesamt fünf, zehn oder zwanzig Themen.

5. Was kommt dabei heraus?

Am dritten Tag (bei 2-tägigen Konferenzen früher) erhalten alle Teilnehmer morgens „den Bericht“. Er enthält sämtliche Ergebnisse der Arbeit in den Workshops der letzten zwei Tage. Die Initiatoren oder Protokollanten hatten eine Zusammenfassung ihres Workshops in ein Formular geschrieben oder direkt in den PC getippt.

Nun lesen alle Teilnehmer höchstinteressiert innerhalb von eineinhalb Stunden, was sich in den letzten zwei Tagen abgespielt hat.

Danach wird priorisiert: Welches sind die wichtigsten Ergebnisse? Wohin sollten die Ressourcen der Organisation vorrangig fließen? Was verfolgen wir sofort und wofür gibt es einen besseren Zeitpunkt?

Das Konferenzergebnis steht. Alle Teilnehmer berichten zum Schluss von ihren Eindrücken und Erlebnissen. Positive Energie und echtes Commitment werden deutlich. Es ist beeindruckend, wieviel Potential frei wird, wenn Mitarbeiter, Partner und Mitdenker tatsächlich an den Themen arbeiten, die sie am meisten interessieren.

Kontakt

Kommunikationslotsen

Mucher Straße 29

53804 Much-Marienfeld

Tel: 0 22 45 / 91 28 00

Fax: 0 22 45 / 91 28 01

e-mail: info@kommunikationslotsen.de

www.kommunikationslotsen.de

