

Networking auf Executive-Niveau

Kundenbindung durch moderierten Erfahrungsaustausch

CampusTalk heisst die Abendveranstaltungsreihe der Fachhochschule Nordwestschweiz in Basel. Eingeladen werden Führungskräfte aus KMU und Grossunternehmen, die an der FH eine Weiterbildung (Seminar, Diplom- oder Masterstudium) besucht haben oder sich hierfür interessieren. Im Mittelpunkt des Abends stehen Erfahrungsaustausch und Networking mit anderen Führungskräften, Marktpartnern und Dozenten. Durch das neue Setting des Abends werden Fachinhalte vermittelt aber auch Problemstellungen aus dem eigenen Unternehmen reflektiert. Das Feedback ist beeindruckend!

Neu am CampusTalk ist, dass die Teilnehmenden im "World Café" aktiv mitdiskutieren und eigene Erfahrungen einbringen. Ein kurzes einleitendes Fachreferat gibt Impulse für die moderierten Gesprächsrunden. Jeder diskutiert mit jedem. Wichtige Erkenntnisse werden sofort auf der Tischdecke festgehalten.



Abbildung 1: Strukturiertes Networking am Stehtisch beim CampusTalk der FHNW in Basel

Executive-Frühstück, Roadshows, Business -Lunch all das sind Events, um Kundengruppen anzusprechen oder zu binden. Häufig ist es dann nicht mehr als eine One-Way-Kommunikation oder Verkaufs-Show. Für die Kunden bietet dies nur einen beschränkten Nutzen.



Vor anderthalb Jahren - bei dem Kongress der Vereinigung von Marketing- und Verkaufsexperten (Club 55) in Kreta - habe ich das erste Mal von der Grossgruppenmoderationmethode "World Cafe" gehört. Der Trainer Jochen Breuer(JPB) berichtete am Rande seines Workshops Deutsch-französischen Geschäftsbeziehungen von dieser neuen Methode, die ihn persönlich sehr begeistert hat.

Da hat es sofort "Klick" gemacht. Diskussionsrunden in denen sich alle in ungezwungener Atmosphäre einbringen können? Das ist es.

Zufall stand Pate

Entwickelt wurde das World-Café 1995 von Juanita Brown. Sie sollte eine Veranstaltung leiten, jedoch war der Seminarraum noch nicht fertig. Die eintreffenden Teilnehmer gesellten sich zu ihr an einen Tisch und man begann zu diskutieren. Da keine Tischdecken vorhanden waren legte sie Flipchartpapier auf den Tisch und hielt Ideen direkt darauf fest. Es kamen mehr Teilnehmer und es wurden neue Tische "eröffnet". Bis der Raum fertig war, waren bereits intensive Diskussionen entstanden.

Aus dieser Adhoc-Situationslösung wurde das Konzept: Das World Cafe. Kernelement ist das ungezwungene Gespräch in 4 bis 6er Gruppen. An jedem Tisch gibt es einen Gastgeber, der wichtige Elemente der Diskussion gerade auf der Tischdecke festhält. Nach einer gewissen Zeit (z.B. 10-15 Minuten) wechseln die Gesprächspartner zu anderen Tischen, möglichst so, dass es immer zu neuen Konstellationen kommt. Der Gastgeber bleibt am Tisch, empfängt die neuen Gäste und stellt kurz das bisherige Diskussionsergebnis vor. Auf dieser Basis wird dann weitergearbeitet. Zum Abschluss stellen die Gastgeber die Ergebnisse ihrer Tische dem Plenum vor.

Methoden Mix des CampusTalks

Im nächsten Schritt ging es darum das World Cafe in eine Kundenbindungskampagne einzubinden. Dazu wurde das Grundkonzept massgeschneidert auf die Bedürfnisse der Führungskräfte. Der CampusTalk besteht aus drei Elementen:

1. Ankommen

Im modernen Atrium wartet zunächst ein reichhaltiger Aperitif auf die Gäste. Im lockeren Gespräch und bei einem Glas Weisswein kann man vom Arbeitsalltag abschalten.

2. Wissensupdate

Aktuelle Themen, die in Wirtschaftsnachrichten und Managermagazinen vorne stehen, werden von Experten in knappen 30 Minuten auf den Punkt gebracht.

3. Diskussionsrunden am Bistrotisch

In kleinen Gruppen werden die Erfahrungen, Erwartungen und Probleme dieses Themas im World-Cafe-Stil diskutiert.

Herzstück des Abends ist die Diskussionsrunde am Bistrotisch. Dazu treffen sich die Teilnehmenden an Stehtischen in kleinen Gruppen (5-6 Personen) und diskutieren das Thema des Keynote-Referats weiter. Die Ergebnisse werden auf den Tischdecken (Flipchartpapier) festgehalten. Nach einer gewissen Zeit wechseln die Teilnehmenden fächerförmig zu anderen Tischen, und so formieren sich immer neue Gesprächsgruppen. Nur der

Tischmoderator, die Tischmoderatorin bleiben zurück. Er oder sie informieren dann die neuen Gäste über die bisherigen Diskussionsergebnisse am Tisch. Im Round up haben die Tischmoderatoren dann die Aufgabe, die wichtigsten drei Ideen und Erkenntnisse im Plenum vorzustellen.

Alles schon mal da gewesen? Ja, vielleicht. Aber es ist vielfach die neuartige Zusammenstellung, die ein Produkt oder eine Dienstleistung ausmacht! In der Internetwelt heissen solche neuen Mixturen "Mash-Up". Durch derartige Kreationen entstehen über Nacht neue Businessmodelle.



Abbildung 2: Praktisch: Dokumentation auf der Tischdecke

Was sagen die Teilnehmenden?

Egal wie gut ein Seminarconcept oder wie kreativ eine Moderationsmethode ist. Zum Schluss zählt die Akzeptanz der Kunden. Und die ist überwältigend. "Noch nie habe ich so viel inhaltlich von einem Abend mitnehmen können" war ein Kommentar. Oder: "Die Möglichkeit in kurzer Zeit viele Personen kennen zu lernen ist genial."

Ein ZEN-Spruchwort lautet: "Das Leichte ist richtig." Und so ist es beim World Café. Damit aber diese neue Methode geboren werden konnte, brauchte es Experience und Excellence im Umgang mit Grossgruppen. Erst dann kann man auch missliche Situationen souverän meistern und sogar neue Methoden entwickeln. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Spass beim weltumspannenden Kaffeetrinken!

Autorin:



Martina Dalla Vecchia

Links:

CampusTalk www.campustalk.ch

Fachhochschule Nordwestschweiz www.fhnw.ch/iwi/weiterbildung

BPX Fachverlag www.bpx.ch

Wikipedia <http://de.wikipedia.org/wiki/Knowledge-Caf%C3%A9>

Zeichen: 4917