

WIRKUNGSVOLLE LIVE-KOMMUNIKATION

oder

Liebe Deine Helden:
Dramaturgie und Inszenierung erfolgreicher Events!

Vorwort und Index

Erscheint bei Springer Gabler im Herbst 2013
ISBN 978-3-658-02548-9

© 2013
GAX Axel Gundlach

Liebe Deine Helden!

Hochgeschätzte Leser,

gut gestaltete Live-Kommunikation ist das direkteste und tiefgreifendste Instrument zur Durchsetzung qualitativer und emotionaler Kommunikationsziele in Ihren wichtigsten Zielgruppen. Auf Veranstaltungen zeigt unser Unternehmen seine vollständige Identität und somit auch seine wesentlichen Differenzierungen, prägt seine inhaltlichen und emotionalen Beziehungen zu all jenen Menschen, die letztlich über den Erfolg Ihres Unternehmens und seiner Marken entscheiden.

Livekommunikation ist ein sehr komplexes, interagierendes und darum hoch dramatisches Instrument. Gleichzeitigkeit, Vernetzung und Interaktion der vielen Medien und Wahrnehmungsebenen einer Veranstaltung sprengen schnell den Rahmen des üblichen Kommunikationsdesigns und stellen besondere Anforderungen an das Kulturverständnis eines Unternehmens. Vor allem weil im Rahmen jeder direkten, persönlichen Begegnung die Gefühle, Stimmungen und Meinungen aller Teilnehmer das Kommunikationsergebnis direkt beeinflussen, sollten die einzelnen Maßnahmen im Vorfeld nicht nur sehr gut durchdacht sondern auch „durchfühlt“ werden.

Das Buch ist grob in vier Themenblöcke unterteilt. In den Kapiteln selbst sind wichtige Prinzipien und Kriterien stets etwas eingerückt. Diese Passagen ergänzen die voranstehenden Kurzzusammenfassungen um theoretische Grundregeln und praktische Handlungsanweisungen.

Die ersten Kapitel dienen der funktionalen Einordnung der Livekommunikation, dem Verständnis der emotionalen Qualitäten von Kommunikation und der Definition wesentlicher Begriffe und Positionen.

Im vierten Kapitel werden die Grundzüge und Funktionen der Dramaturgie eingeführt und die Dramatische Denkweise sowohl als Betrachtungsweise als auch als methodische Ideenmaschine vorgestellt. Diese zeitgemäße Kommunikationsdramaturgie sowie die Erläuterungen zu Grundstrukturen und sollen Ihnen, trotz des theoretischen Unterbaus, vor allem als Leitfaden für die Praxis dienen.

Die nächsten Kapitel betrachten zunächst den Menschen als dramaturgische Figur mit seinen vielfältigen Fähigkeiten, Rollen und Aufgaben in der Inszenierung, bevor wir dann das gesamte Arsenal der technischen Medien sowie deren praktischen Einsatz in der Inszenierung unter die Lupe der Dramaturgie nehmen.

Im siebten Kapitel widmen wir uns der vielleicht direktesten Anwendungsform der Dramatischen Denkweise: wie man die Zielgruppe selbst durch Großgruppenmoderationen, Workshops und von der Kunst inspirierten Interaktionsformaten zum aktiven Teil der Inszenierung macht.

Das letzte Kapitel schließt dann den Kreis mit ein paar allgemeinen Anmerkungen zur Anwendung der Dramaturgie, zum Umgang mit den Beteiligten und zur inneren Haltung, die für eine erfolgreiche Livekommunikation förderlich sind.

Bitte sehen Sie mir nach, dass ich immer wieder auf Beispiele aus meiner eigenen Tätigkeit als Künstler, Dramaturg, Regisseur und Produzent zurückgreife; dies hat weniger mit beruflicher Eitelkeit zu tun als mit der Tatsache, dass ich bei den von uns entworfenen und umgesetzten Projekten die Ausgangssituation und die Gründe für die gefundenen Lösungsansätze besser kenne als bei Produktionen, an denen das *KaHouse für KunstKulturKommunikation* nicht beteiligt war.

Gleichzeitig durfte ich teils als zufälliger, teils als bestellter Beobachter viele Veranstaltungen miterleben, die aufgrund dramaturgischer oder handwerklicher Mängel gründlich schief gegangen sind. „*Die schönsten Fehler*“ sind meist bedenkliche Beispiele aus der Praxis und illustrieren dramaturgische Denkfehler für jene Leser, die über die Methode des negativen Ausschlusses leichter verstehen.

Da es sich bei der Betrachtung der Livekommunikation um eine vernetzte Denkaufgabe handelt, dem Leser aber trotzdem das Lesen in einzelnen Abschnitten oder Kapiteln ermöglicht werden soll, kommt es zu manchen Wiederholungen im Detail, die bitte aus dem Blickwinkel des jeweiligen Themas oder als wichtige Querverweise verstanden werden möchten.

Dieses Buch richtet sich vornehmlich an Entscheider und Verantwortliche von progressiven mittelständigen Konzernen bis zu multinationalen Unternehmen. Ihr Wille die hoch wirksamen Möglichkeiten der Livekommunikation bewusst einzusetzen und die dazu notwendige Fähigkeit, mit den Werten und weichen Faktoren der eigenen Kultur in gesteuerten Prozessen umzugehen, sind die wichtigsten Voraussetzungen für erfolgreiche Livekommunikation. Dazu gehört auf der einen Seite das Zusammenspiel mit allgemeinen gesellschaftlichen Entwicklungen zu verstehen, andererseits die unternehmenseigene Kommunikationskultur um die Interaktion mit der Identität, den Erwartungen und Gefühlen unserer Zielgruppen, also den eigentlichen Helden unseres Erfolges, zu erweitern.

Dazu gehört manchmal auch, die eigenen Vorlieben zurückzustellen um die Kommunikation mit der Zielgruppe sinnvoller zu gestalten. So war zum Beispiel „*Liebe Deine Helden!*“ der ursprünglich von mir geplante Titel und Sie werden diesem Dreiklang aus Emotion, Position und Funktion im Buch immer wieder begegnen. In der digitalen Welt der Archive und Suchmaschinen werden Bücher aber nach Ihrem Titel verschlagwortet, sodass der jetzt sachlichere Titel meiner Zielgruppe das Auffinden erleichtert – und so mich meinem Ziel näherbringt.

Möge Ihnen dieses Buch helfen eigene Kriterien, Denkweisen und Verfahrensmöglichkeiten für Ihr Unternehmen zu entwickeln und Ihre Sprachfähigkeit gegenüber den Spezialisten aufzuweiten, damit Sie das volle Potential der Livekommunikation ausnutzen und Ihre Ziele erreichen können.

GAX Axel Gundlach

INHALTSVERZEICHNIS

1. Einleitung

- 1.1 Heldengeschichten
- 1.2 Vom Bewusstsein zur Veränderung
- 1.3 Kommunikation mit dem Kult
- 1.4 Internet und Event: die Flügelzange der Zukunft
- 1.5 No Business without Entertainment

2. Keine Kommunikation ohne Emotion

- 2.1 Zwischen Befehl und Information
- 2.2 Keine Kommunikation ohne Emotion
- 2.3 Corporate Emotions: Unternehmen haben Gefühle
- 2.4 Die Gefühle der Anderen
- 2.5 Die Kunst der Livekommunikation: Referenz herstellen

3. Der Event - die komplexe Kommunikation

- 3.1 Life is live: Event ist überall
- 3.2 Eventmarketing und Eventkommunikation
- 3.3 Die komplexe Kommunikation
- 3.4 Kleine Veranstaltungsgeschichte
- 3.5 Event - Produkt oder Medium?
- 3.6 Ereignis und Erlebnis
- 3.7 Der Prozess und der Moment

4. Die Dramatische Denkweise

- 4.1 Erinnerungen an das Drama
- 4.2 Kommunikation und Dramaturgie
- 4.3 Die vier Dimensionen der dramatischen Denkweise
- 4.4 Die Geburt des Helden
- 4.5 Das Drama als Muster
- 4.6 Die Auswahl der Stilmittel
- 4.7 Das Medium als Gestaltungsmittel
- 4.8 Die Auswahl der geeigneten Medien
- 4.9 Das große Puzzlespiel der Inszenierung
- 4.10 Event Continuity: ein guter Event geht nie vorbei!
- 4.11 Das falsche Drama: die schönsten Fehler

5. Der Mensch als Medium

- 5.1 Von Menschen für Menschen
- 5.2 Der Mensch als Medium
- 5.3 Die Macht des Wortes und die Kunst der Rede
- 5.4 Die Rolle der Moderation
- 5.5 Alte Medien: die Bühnenkünste
- 5.6 Business Entertainment
- 5.7 Animationen mit Sinn
- 5.8 Der falsche Mann am falschen Ort: die schönsten Fehler

6. Das multimediale Handwerkszeug

- 6.1 Ein Event für alle Sinne
- 6.2 Die wunderbare Welt der Technik
- 6.3 Der erzählende Ort: Rauminszenierung
- 6.4 Es werde Licht!
- 6.5 Bildmedien: im Kampf gegen Hollywood
- 6.6 Das schöne Detail: die Ausstattung
- 6.7 Events als Stummfilme? - Das Geheimnis der Tonspur
- 6.8 SFX – das Wunder der Spezialeffekte
- 6.9 Kunst als Muster und Instrument
- 6.10 Spielend lernen
- 6.11 Wie man mit den eigenen Produkten unterhält
- 6.12 Essen und Trinken im Auftrag der Dramaturgie
- 6.13 Der richtige Mix: das Geheimnis des Crossovers
- 6.14 Der Mensch hinter der Maschine
- 6.15 Mit Spatzen auf Kanonen: die schönsten Fehler

7. Interaktive Inszenierungen

- 7.1 Gruppenarbeit und Schwarmarbeit
- 7.2 TeamArtWork: Workshops mit Kunst
- 7.3 Lautes Stilleben: Großgruppenfoto
- 7.4 Im Konzert: Workshops mit Musik
- 7.5 Auf Sendung: Corporate Radio Workshops
- 7.6 Und Action! Film & Video Workshops
- 7.7 Alles nur Theater: Workshops mit Schauspiel
- 7.8 Planspiel und Innovationsworkshops
- 7.9 Kreatives Chaos in der Küche
- 7.10 Seilgarten und Legoland
- 7.11 Die Welle im Papier: die schönsten Fehler

8. Resumee und Nachwort

- 8.1 Der notwendige Luxus
- 8.2 Anwendung und Nutzen
- 8.3 Gedanken zur Ethik