

## Sprechgesang kommt an: Die Kreativ-Methode Rap-Factory

Die Firma wächst, die Kollegen werden mehr / raufen wir uns zusammen, dann wird's nicht so schwer. So einfach lässt sich bisweilen ein Fusionsprozess auf den Punkt bringen. Zumindest, wenn im Workshop dazu gerade die Rap-Factory läuft.

„Rap eignet sich unheimlich gut, um neue Informationen zu vermitteln und auch zu verdauen“, so Mario Bottazzi, der Erfinder der kreativen Trainingsmethode. Denn der Ansatz lockert die Atmosphäre auf und setzt Emotionen frei, die Teilnehmer müssen nicht mal singen können. Und: „Beim Reimen und Rappen entstehen ganz neue Gedanken zu altbekannten Themen“, erklärt der Trainer und

Musiker, der auch Geschäftsführer der Unternehmensberatung Die SemiNarren, Wien, ist.

In der Praxis startet dieser Kreativprozess mit einem freien Brainstorming, bei dem die Teilnehmer, meist in Kleingruppen, auf einem Flipchart allerlei Assoziationen zum Thema sammeln. Anschließend ergänzen sie Begriffe, die sich auf die gesammelten Wörter reimen, und generieren daraus zunächst ganz unstrukturiert Verse. Erst

Reimen für die Firma: Mitarbeiter präsentieren ihren Rap.

dann wird tatsächlich gerappt: Die Reime werden zu passenden Zweizeilern und Strophen sortiert und durch einen Refrain - die so genannte Hookline - ergänzt. Gebieft mit Betonungs- und Performance-Tipps der Profis bringen die Gruppen ihre Sprechgesänge schließlich zur Aufführung.

Geeignet ist die Methode für 10 bis zu 500 Teilnehmer. Selbst bei Großgruppen dauert die Rap-Factory maximal drei Stunden. Besonders gut bietet sie sich deshalb laut Bottazzi „als überraschender Einstieg oder als zusammenfassender Ausklang einer Veranstaltung an“.

Mehr dazu im Internet unter [www.seminarren.eu](http://www.seminarren.eu). (lis)

## Changebarometer checkt das Betriebsklima in Veränderungsprozessen

Wenn ein Projekt gescheitert ist, haben das Ende in der Regel schon viele im Vorfeld kommen sehen. Nur gesagt hat das keiner - denn: „Es hat ja keiner gefragt“, so die häufigste Ausrede.

Einen Ausweg aus diesem Dilemma verspricht das Changebarometer, das Stefan Bald, Geschäftsführer der Unternehmensberatung Dr. Kraus & Partner, Bruchsal, speziell für den Einsatz in größeren Change-Prozessen entwickelt hat. Das Konzept ist einfach: Es besteht aus vier Fragen, die allen beteiligten Personen wiederholt während des Changeprozesses gestellt werden und so die Kommunikation im Unternehmen befeuern. Die Auswertung der Antworten ist ebenso simpel: „Das bekommt

jeder normale Excel-Anwender hin“, versichert Changemanager Bald. Diese Einfachheit ist vom Entwickler bewusst gewollt und unterscheidet sein Tool von vergleichbaren Change-Werkzeugen.

Gestellt werden die Fragen bei jeder Gelegenheit, etwa zum Abschluss von Projektmeetings oder Statussitungen, die regelmäßig stattfinden. Dann sind die Anwesenden - mündlich und öffentlich - gefordert, die folgenden Dimensionen kurz und knapp nach Schulnoten zu bewerten:

**1. Informationsfluss:** Wie gut fühle ich mich informiert?

**2. Engagement:** Inwieweit identifiziere ich mich mit den Zielen des Projekts und bin bereit, mich dafür zu engagieren?

**3. Dialog:** Wie beurteile ich die Möglichkeiten, eigene Ideen in den Prozess einzubringen?

**4. Handlungsunterstützung:** Erhalte ich die notwendige Unterstützung, um meinen Beitrag zur Zielerreichung zu leisten?

Der Moderator trägt die Antworten direkt in eine Excel-Tabelle ein und erhält so ein schnelles

Stimmungsbild: Positive Antworten werden grün, eine Häufung von mittelmäßigen bzw. schlechten Noten wird gelb bzw. rot markiert.

Der Nutzen: Über die farbigen Felder erhalten die Verantwortlichen Hinweise, wo sie aktiv werden müssen. Langfristig haben sie zudem im Blick, wie sich Meinungen ändern - vorausgesetzt natürlich, die Mitarbeiter antworten ehrlich. „Doch tun sie dies nicht, schaden sie sich nur selber“, zerstreut Bald solche Bedenken. Hinter der Ausrede, nicht gefragt worden zu sein, können sie sich jedenfalls nicht mehr verstecken.

Nähere Informationen unter [www.kraus-und-partner.de](http://www.kraus-und-partner.de). (lis)