

Wenn alles ganz schnell gehen muss

Expressberatung beim Deutschen Hörbuchpreis

Verena Gerner, Horst Rölz und Michael Carl

Neue Textnachricht

Deutscher Hörbuchpreis: «Liebe Beraterinnen, liebe Berater, wir brauchen Ihre Unterstützung. Wir, die Leitung des Vereins 'Deutscher Hörbuchpreis' möchten wissen, wie wir unsere Mitglieder stärker in unsere Arbeit einbinden können. Wir vermuten, dass wir auch über die Entwicklungsziele für den Hörbuchpreis neu nachdenken müssen. Wären Sie für einen Beratungseinsatz verfügbar? Ach ja, wir haben nur 2 Tage Zeit ... Wir freuen uns auf Ihre Antwort.» Grundig Akademie: «Unsere Beratergruppe unterstützt Sie gerne bei diesem Prozess.»

Mittwoch 13.00 Uhr. Kölner Innenstadt, Gebäude der WDR Mediagroup. Auftaktgespräch und erstes Kennenlernen. Geschäftsführerin Esther Roos und Henrike Wenschkewitz vom Deutschen Hörbuchpreis e.V. treffen auf ein Team aus fünf Beratern, die eine Ausbildung in Systemischer Organisationsentwicklung an der Grundig Akademie absolvieren.

Die Geschäftsführung des Deutschen Hörbuchpreises wünscht sich mehr Engagement von den Trägern des Vereins. Über die Jahre war die Anzahl der Mitglieder gewachsen, nun galt es, eine neue Gemeinsamkeit zwischen ihnen zu entwickeln. Die Berater sollen dabei unterstützen herauszufinden, wie der Deutsche Hörbuchpreis seine Träger zu mehr Aktivität ermuntern kann. Mit zwei Mitgliedervertretern hat die Geschäftsführung zu diesem Zweck auch schon Termine für ein telefonisches Interview ausgemacht. Die Ergebnisse sollen kurzfristig vorliegen, um bereits zur nächsten Saison umgesetzt werden zu können. Präsentation der Ergebnisse: Freitag vor 15.00 Uhr.

Auftragsklärung und Zielbildentwicklung

Erste Session, Auftragsklärung. Esther Roos und Henrike Wenschkewitz erläutern die Mitgliederstruktur, erste Skizzen zum Beziehungsgeflecht entstehen. Dabei wird deutlich: Bislang erfüllt jeder an seinem Platz seine Aufgabe, Zusagen werden eingehalten. Die Geschäftsführung verspürt aber eine Verunsicherung. Diese scheint sich darauf zu beziehen, welches Engagement seiner Vereinsmitglieder er sich überhaupt

wünscht und welche Entwicklung der Preis damit nehmen soll. Die Berater bilden die Hypothese, dass es dem Deutschen Hörbuchpreis nur mittelbar um die Träger und Stifter des Vereins geht. Das erste Zielbild entsteht: Der Deutsche Hörbuchpreis als antiker griechischer Tempel – erhaben auf stabilen

Der Deutsche Hörbuchpreis

Der Deutsche Hörbuchpreis wird alljährlich am Eröffnungsabend der lit. COLOGNE verliehen. Die Hörbuchgala wird live im Radio übertragen und für das Fernsehen aufgezeichnet.

Im Jahr 2014 wurden unter anderem die Schauspielerin und Sprecherin Laura Maire und der Schauspieler Boris Aljinovic ausgezeichnet. Laura Maire erhielt den Preis als Beste Interpretin für ihre Lesung des Thrillers «Schattengrund» von Elisabeth Herrmann, Boris Aljinovic für «Munkel Trogg – Der kleinste Riese der Welt» als bestes Kinderhörbuch 2014. Für ihr Lebenswerk als Sprecherin wurde Katharina Thalbach geehrt.

Der Preis wird vom Verein Deutscher Hörbuchpreis vergeben. Seine Träger sind der Börsenverein des Deutschen Buchhandels, die Wochenzeitung DIE ZEIT, das internationale Kölner Literaturfest lit.COLOGNE, der Hessische Rundfunk, der Norddeutsche Rundfunk, Studio Hamburg, der Westdeutsche Rundfunk und die WDR mediagroup.

Fundamenten ruhend, Interessierte von nah und fern zwischen den Säulen wandelnd und genießend, der Preis als gleichermaßen traditionsreich, attraktiv und lebendig. Diese Erkenntnis verändert den Beratungsauftrag. Die Auftraggeberinnen möchten ihre Ziele für Verein und Preis klarer sehen und eine Vorstellung von den passenden Schritten und Ansatzpunkten erhalten. Die Berater verabreden zwei Termine mit ihren Auftraggeberinnen. Noch 45 Stunden.

«Die Idee: Die Auftraggeberinnen gehen aktiv durch den Raum, müssen sich im eigentlichen Sinne einen Überblick verschaffen.»

Donnerstag, 8.30 Uhr. Ein Konferenzraum im Dachgeschoss eines Nebengebäudes. Blick über Altstadt und Dom. In der Ecke eine Vitrine mit einer Aktentasche. Der erste Geschäftsführer der Westdeutschen Werbefernsehen GmbH, der Vorgängerorganisation der WDR Mediagroup, hat in ihr die ersten Verträge des Hauses transportiert. Man hat die Dinge hier geregelt.

Die Beratergruppe plant die Schwerpunkte für die beiden Tage. Der Donnerstag soll Klarheit über die wichtigsten Ziele bringen, der Freitag Ideen und Anregungen, wie diese Ziele erreicht werden können. Um den Prozess zu beschleunigen,

entscheidet die Gruppe, mögliche Ziele bereits vorzuformulieren. Sie entstehen aus dem Zielbild des griechischen Tempels: «gut sichtbar», «klare Strukturen», «attraktiv», «hat Bestand», «wird von Mitgliedern getragen», «kulturell wertvoll» sind zentrale Begriffe, die den Deutschen Hörbuchpreis kennzeichnen sollen. Sie werden in Aussagen überführt und auf einzelnen Blättern auf dem Fußboden des Konferenzraums ausgelegt. Unter diese Aussagen mischen die Berater weitere Formulierungen, die in alternative Richtungen weisen, um die Beeinflussung der Auftraggeberinnen zu minimieren. Die Idee: Die Auftraggeberinnen gehen aktiv durch den Raum, müssen sich im eigentlichen Sinne einen Überblick verschaffen und einzelne Blätter aufheben, die aus ihrer Sicht wichtigen Blätter sortieren und damit auch inhaltlich zur Klärung beitragen.

Donnerstag 13.00 Uhr. Eine Stunde mit den Auftraggeberinnen. Sie gehen durch den Konferenzraum, wählen Zielformulierungen aus, die sie ansprechen, und sammeln sie an einer Wand. Andere bleiben liegen (vgl. Abbildung 1).

Sie wollen den Artikel gerne weiterlesen? Dann finden Sie [hier](#) den vollständigen Beitrag im Online-Archiv der OrganisationsEntwicklung.



Zusammenstellung der Zielformulierungen