Glossar

Ablaufdiagramm
Grafik, mit der die einzelnen Teile eines Produktions- oder Entscheidungsprozesses chronologisch und in ihrer jeweiligen Verknüpfung dargestellt werden.

Anagramm
Methode, die das Vorwissen der Teilnehmenden aktiviert und die Aufmerksamkeit für ein folgendes Thema erhöht. Teilnehmende notieren sich einen zentralen Begriff dessen, was folgt (z.B. ein Schlagwort aus einem Workshop-Titel) vertikal auf ein Blatt Papier und „durchkreuzen“ dieses mit Begriffen, die ihnen hierzu einfallen.

Anfangssituation
Beginn einer Tagung, bei der die Gruppe zum ersten Mal zusammenkommt. Hier stehen bei Veranstaltern und Teilnehmenden eine Reihe von Fragen und Erwartungen im Raum, nur wenige davon an der Oberfläche sicht- und hörbar (→ Eisberg zu Veranstaltungsbeginn).

Aufstehfragen
Wachmacher, der sich v.a. für den Beginn einer Veranstaltung eignet. Es werden Aussagen laut formuliert und diejenigen gebeten aufzustehen, auf die diese zutreffen. Teilnehmende lernen sich so besser kennen und können später daran anknüpfen.

BarCamp
Neue Form der Konferenz, auch *Un*konferenz genannt. Ablauf und Themen stehen zu Beginn der Tagung noch nicht fest, sondern werden von den Teilnehmenden im Verlauf entwickelt. Ziel ist v.a. ein selbstorganisierter, kritisch inhaltlicher Austausch, BarCamps können aber auch konkrete Ergebnisse liefern.

direkte Kosten
Kosten, die durch die Veranstaltung bedingt sind und ohne sie nicht anfallen würden (→ indirekte Kosten).

EduCamp
Begriff für ein → BarCamp im Bildungsbereich.

Eisberg zu Veranstaltungsbeginn

Fragen, Erwartungen und Ängste in der → Anfangssituation. Wie bei einem Eisberg ist hier das Geringste offensichtlich. Um dies zu berücksichtigen, sollte der Anfang bewusst gestaltet werden.

Fishbowl

Methode für die Gestaltung von Arbeitsgruppen mit maximal 40 Personen. Die Teilnehmenden sitzen in einem Innen- und einem Außenkreis. Im kleineren Innenkreis sitzen die derzeit Aktiven, im Außenkreis die Beobachter, wie um ein Goldfischglas herum.

Gruppendrehbuch

Methode für strukturierte Gruppenarbeiten von Ib Ravn, die sich für den Einsatz während Tagungen eignet. Gruppen bekommen schriftlich eine zeitlich strukturierte Aufgabe ausgehändigt, die sie gemeinsam erarbeiten und deren Ergebnisse sie im Anschluss ins Plenum bringen.

indirekte Kosten

Kosten, die anfallen, auch wenn die Veranstaltung nicht stattfindet, die aber notwendig sind, damit die Veranstaltung durchgeführt werden kann, zum Beispiel der „Overhead“, die Leitung der Veranstalterorganisation, oder die Verwaltungsabteilung derselben.

Keynote

Beitrag zu Beginn einer Tagung, im Plenum (mit allen Teilnehmenden), der das Folgende „aufschließt“ und Inhalt, Thema und Ziel der Tagung umreißt.

Kompetenz

Die Fähigkeit und das Wissen, welche die Teilnehmenden nach Ende der Tagung erworben haben (→ Outcome).

Logo

Die (grafische) Erkennungsmarke einer Organisation oder auch Veranstaltung, die auf allen Produkten etc. erscheint.

Methodenfeuerwerk

Überfrachtung einer Veranstaltung oder Veranstaltungseinheit, die es unbedingt zu vermeiden gilt. Methoden sollten nur eingesetzt werden, wo sie sinnvoll sind und einen Zweck erfüllen.

Murmelgruppe
Klassische Zwei-Personen-Diskussionsgruppe, in der in kurzen Einheiten während eines Plenums gesprochen wird. In kurzer Zeit werden eine Menge Ideen und Einwände generiert.

Outcome
Das Ergebnis eines Prozesses, im Lernprozess die erworbene Kompetenz, zu beschreiben als individuelle Fähigkeit („ich kann …“).

Podiumsdiskussion (im Englischen: panel)
Eine Runde, in der vor dem Plenum (Auditorium) Expertinnen und Experten oder Interessenvertreter über ein Thema oder eine Frage oder ein Problem diskutieren.

Projekt, Projektmanagement
Eine Tagung kann als Projekt bezeichnet werden, also ein einmaliges und zeitlich, finanziell, personell begrenztes Ereignis mit komplexen Inhalten und Aufgaben, dessen Ziel klar definiert ist und das gegenüber anderen Vorhaben abgegrenzt werden kann. Bei dessen Planung und Durchführung kann auf Instrumente aus dem Projektmanagement zurückgegriffen werden, die geeignet sind, eine solche komplexe Aufgabe strukturiert zu bewältigen.

Public Relations (PR)
Öffentlichkeitsarbeit, gewissermaßen der Hintergrund für jede Produktwerbung, allgemeine Werbung und Information für Organisationen etc., besonders relevant für Image und „Marke“.

Round Robin
Methode für Diskussionen, bei der Ideen durch ein strukturiertes Brainstorming generiert werden, an dem sich alle beteiligen. In Gruppen äußert der Reihe nach jede Person ihre Assoziationen zu einer Frage, die zuvor dem Plenum gestellt wurde. Zu dieser werden in kurzer Zeit einige Ideen generiert, da sich alle Teilnehmenden beteiligen und Gesagtes nicht durch Kommentare anderer im Voraus abgelehnt wird. Die gesammelten Punkte werden für den Einsatz im Plenum visualisiert.

Schlusssituation
Ende der Tagung. Hier wird der *Sack zugebunden* – inhaltlich und thematisch, organisatorisch und sozial.

Sozialformen
Die drei möglichen Konstellationen in Gruppen: alle, Teile, einzeln.

Spannungsbogen
Dramaturgisches Prozedere zum Erschließen, Ausdifferenzieren und Auflösen von Inhalten und Problemen.

Think-Pair-Share
Methode, die gestaffelt drei verschiedene Sozialformen verwendet, um die Partizipation der Teilnehmenden im Plenum zu erhöhen. Nachdem eine Diskussionsfrage ans Plenum gestellt wurde, sortieren und strukturieren die Teilnehmenden im ersten Schritt zunächst ihre eigenen Gedanken *(think)*, tauschen sie sich mit ihrem Sitznachbarn aus *(pair)* und bringen Statements ins Plenum ein *(share)*.

Visualisierung
Optische Rahmung einer Veranstaltung. Durch das Anschaulichmachen wird ein zweiter Kanal bedient, über das gesprochene Wort hinaus. Die Wahrscheinlichkeit, dass Informationen behalten werden, wird so erhöht.

World Café
Großgruppenmethode für bis zu über tausend Teilnehmende. In mehreren Runden diskutieren Teilnehmende zu einem Thema und halten die Ergebnisse fest. Zwischen den Runden werden die Tische gewechselt, Ergebnisse wieder in eine neue Gruppe eingebracht, die eigenen Ergebnisse erweitert usw. Am Ende werden die Gesamtergebnisse präsentiert. Das World Café ist eine simple Methode, mit der die Expertinnen und Experten im Raum vernetzt werden und das Wissen der Gesamtgruppe zu einem bestimmten Thema gesammelt wird. Durch die Vernetzung und den Austausch entstehen neue Facetten und kreative Ideen.

Ziele
Das A und O jeder Tätigkeit und jeder Veranstaltung. Wenn man nicht weiß, wohin man will, kann man auch nicht wissen, ob man auf dem richtigen Weg oder sogar bereits angekommen ist.