

UNTERNEHMENS-EVENTS

Tod nach Fusion

Tagungen der etwas anderen Art können der blutleeren Company-Kultur wieder Leben einhauchen. Dabei stirbt jedoch gelegentlich der Chef.

ABTEILUNGSLEITER MAILLOT wechselt die Farbe: Er wird erst blass, dann rot, stößt einen Schrei aus und sinkt zu Boden. Der herbeigeeilte Betriebsarzt kann nur noch den Tod feststellen. Die anderen Teilnehmer der Weinverköstigung, Mitarbeiter der Mineralölfirma Total Fina Elf, starren wie gelähmt auf den blutroten Inhalt ihrer Gläser. Der Sekretärin entfährt ein nervöses Lachen. Hat sie etwas mit dem Mord zu tun?

Vergiftete Direktoren, Schüsse auf den CEO, Kompromittierendes über den CIO: „Die Auftakter“ arrangieren alles. „Unser Job ist es, langweilige Tagungen aufzupeppen und komplexe Seminarinhalte mit Humor und Einfallsreichtum zu vermitteln“, sagt Anke Reitzenstein von der auf bisher so nicht gekannte Events spezialisierten Berliner Agentur. Ob Detewe, DG-Bank oder M-Technologies: Jeder Firma wird ein Spiel auf den Leib geschneidert.

Die inszenierte Fusion einer Weinfirma mit einer Brauerei sollte die Mitarbeiter von Total Fina Elf nach der eigenen Fusion einander spielerisch näher bringen. Jeder sollte eine Rolle spielen. „Wir kannten uns vorher nicht, und so fiel es nicht auf, dass der Chef und die Sekretärin eingeschleuste Schauspieler waren“, so ein Augenzeuge.

Gern gebucht werden auch so genannte Walk-Acts, bei denen Schauspieler, als Gäste getarnt, Impulse für Diskussionen geben. Firmenthemen sollen so auf unter-

haltsame Weise kommuniziert werden. „Peinlich wird es nur“, sagt Reitzenstein, die bei der Erinnerung an so einen Fall kichern muss, „wenn der Schauspieler besser über die Firma Bescheid weiß als der Chef.“

Ein Anlass, aus sich herauszugehen

„Bei einem Firmenkunden ging es um die Vermittlung der Konvergenz von Sprache und Daten“, sagt Sabine Winterfeld von der Event-Agentur Sur Real, die sich ebenfalls auf derartige Events spezialisiert hat. „Wir dachten uns ein Spiel aus, bei dem ein Teil der Anwesenden die Daten, der andere Teil die Sprache darstellen sollte.“ Besonders bei den häufig eher kopfgesteuerten Bankern und IT-Experten komme ihr Angebot gut an, freut sich Reitzenstein. „Die finden das toll, wenn sie einen Anlass haben, mal aus sich herauszugehen.“

Dass jeder Spaß seine Grenzen hat, zeigt der häufig geäußerte Wunsch der Unternehmen, der Mörder möge doch bitte nicht aus dem oberen Management kommen. Das könne später zu Akzeptanzproblemen führen.

Karolin Köcher [redaktion@cio.de]

Kontakt

www.cio.de

Suchbegriff