



„Da müssen wir rauf!“ Mit der Besteigung des Kilimandscharo im Frühjahr 2008 hat sich das Team von Forward2Business nicht nur die eigene Fitness bewiesen, sondern auch, dass eine neue Seminaridee funktioniert: ein Führungskräfte-seminar, bei dem Manager den Gipfel erklimmen und nebenbei Strategien entwickeln.

Afrikanisches Abenteuer

MANAGER-TRAINING AUF DEM KILIMANDSCHARO

■ „Herzlichen Glückwunsch: Sie sind am Uhuru Peak, Tansania, 5.895 Meter über dem Meeresspiegel.“ Wer diese, auf ein windschiefes Schild eingeritzten Zeilen liest, ist meist erledigt – aber auch glücklich. Das hölzerne Schild nämlich steht am höchsten Punkt Afrikas, auf dem Gipfel des Kilimandscharo, dem weltweit einzigen Berg dieser Höhe, der sich ohne technisches Equipment und Bergsteigererfahrung, wohl aber mit Wanderlust und Durchhaltevermögen bezwingen lässt. Als Sven Gábor Jánsky und seine Teamkollegen von der Forward2Business GmbH aus Halle an der Saale das Schild im April 2008 mit eigenen Augen sahen, hatten sie ihr Durchhaltevermögen nach einigen Tagen anstrengenden Aufstiegs hinreichend bewiesen. Und nicht nur das. Das Forward2Business-Team war nämlich nicht nur zum eigenen Vergnügen auf den Berg gestiegen, sondern vielmehr, um eine neue Trainingsidee auszuprobieren: ein einwöchiges Führungskräfte-seminar, bei dem ca. sechs bis zehn Mitglieder eines Führungs- (oder Innovations)teams den Gipfel des Kilimandscharo erklimmen und dabei neue Business-Strategien entwickeln. Kernstück des Ganzen ist das so genannte „Strategic War Game“. Die Teilnehmer schlüpfen dabei in verschiedene fiktive Rollen: CEOs von Konkurrenzfirmen, Kunden, Vertriebler, Marketingmitarbeiter, Politiker, die für Regulierung zuständig sind usw. „In diesen Rollen spielen sie dann in mehreren Phasen durch, was mit einer Zukunftsstrategie, einer Produktentwicklung oder einer neuen Dienstleistung unter verschiedenen Bedingungen passiert“, erklärt Jánsky. Der Probeaufstieg, sagt er, habe gezeigt, dass das Spiel in Kombination mit dem Wandern gut funktioniert.

Doch muss man wirklich Tausende Kilometer weit fliegen und in fast 6.000 Meter

Höhe aufsteigen, um strategische Zukunftsszenarien durchzuexerzieren? Jánsky beantwortet die Frage so: „Es geht uns darum, die Teilnehmer ganz aus ihrem Alltag herauszuholen und zwar so vollständig, dass sie auch nicht per Handy zu erreichen sind. Und wir wollen gewohnte Denkmuster im Kopf aufbrechen. Deshalb müssen wir die Teilnehmer in eine Umgebung bringen, in der sie sich auf ganz und gar Neues einstellen müssen.“ Die Situation in Afrika sei dafür wie geschaffen. „Schließlich ist dort alles fremd – von der Umgebung bis zur Sprache“, so der Forward2Business-Chef. Darüber hinaus zähle aber natürlich auch der Spaß an einem faszinierenden Naturerlebnis. Über mangelndes Interesse für das aufwendige und teure Training jedenfalls könne er sich bislang nicht beklagen. „Das Interesse an der Veranstaltung ist so groß, dass dieses Jahr wahrscheinlich sogar zwei Aufstiege stattfinden werden: einer im September 2008 und einer im Ende des Jahres“, freut sich Jánsky, der zudem überlegt, das Format demnächst auch als offene Offerte anzubieten. Manager aus verschiedenen Unternehmen sollen dann beim Bergaufstieg zwar keine Strategien entwickeln, aber an Innovations- und Kreativtechniken herangeführt werden. ► Infos unter www.forward2business.com.

jum ■