

Love it, leave it or change it!

17.03.2015, 18:32 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *spirit of event GmbH*



Kochaktion zur Teamstärkung (Foto: Spirit of Event)

Der Profi für Medizin- und Hygieneprodukte HARTMANN Deutschland veranstaltet jährlich eine Tagung für alle Vertriebsmitarbeiter. Doch in diesem Jahr sollte alles anders werden: Im Fokus stand die Erwartung echte Veränderungen in Gang zu setzen und 400 Mitarbeiter dazu anzuregen, bisherige Standpunkte grundsätzlich zu überdenken. HARTMANN Deutschland und die Nürtinger Eventagentur SPIRIT OF EVENT haben gemeinsam eine 3-tägige Konferenz auf die Beine gestellt, die für alle Beteiligten der Startschuss in eine neue Ära war.

Mit der Aufforderung „Love it, leave it or change it!“ drückt HARTMANN Deutschland die Erwartungshaltung an jeden einzelnen Mitarbeiter aus, die Geschicke des Unternehmens UND die eigenen Ziele motiviert anzupacken. Auf dieser Grundlage konzeptionierte SPIRIT OF EVENT einen Kongress, in dessen Verlauf sich jeder Teilnehmer bewusst auf kreative Prozesse einlassen musste. Diese Selbstverantwortung sollte das Fundament für Veränderungsprozesse in der Gesamtorganisation werden. Birgit Lukidis-Halama, Geschäftsführerin von Spirit of Event, konstatiert:

„Am Anfang stellten wir uns die Frage, wie wir Menschen für einen scheinbar unbequemen Weg motivieren können, den es sich aber lohnt zu gehen. Hierzu fanden wir eine Umsetzung, die diese Botschaft in Taten transportiert. Kern der Inszenierung war die Küche und das Kochen: unbequeme, aber notwendige Aufgaben, in time bleiben, Hand in Hand agieren, die nächsten Schritte abstimmen. Doch wie lässt sich das mit 400 Menschen realisieren? Eine logistische Herausforderung!“

Steven Anderson, Leiter von HARTMANN Deutschland, fügt hinzu:

„Spirit of Event hat unsere Intension sofort verstanden – und gab unserer langjährig durchgeführten Jahresauftaktveranstaltung ein neues Gesicht. Letztlich war es das Vertrauen in die professionelle Beratung, das uns dazu ermutigt hat etwas Neues zu wagen. Das Feedback der Teilnehmer war im Übrigen umwerfend.“

Birgit Lukidis-Halama:

„Unternehmen, die Veränderungen erreichen und Dinge aus einer anderen Perspektive betrachten möchten, müssen alte

Muster hinter sich lassen. Genau das hat HARTMANN Deutschland in die Tat umgesetzt.“

Tag 1 der Jahrestagung HARTMANN Deutschland:

Die Teilnehmer checkten am Vormittag im Maritim Stuttgart ein. Erwartungshaltung? Essen, Vorträge, Workshops und Netzwerken – „same procedure as every year“. Dann brachten Busse alle 400 Mitarbeiter in eine leere Halle. Irritation, fragende Blicke, Unsicherheit. Spätestens jetzt wurde klar: Alles kommt anders als erwartet. Eigeninitiative und Engagement waren gefragt.

Jetzt krempelten 400 Menschen die Ärmel hoch, packten mit an und organisierten den weiteren Verlauf Ihrer Tagung. Sie kochten sogar an 40 Stationen ihr Mittagessen selbst! Teamgeist wurde spürbar, jeder Handgriff wurde neu gedacht und vollbracht. Die Kraft eines Neubeginns machte sich breit.

Nach dem gemeinsamen Mittagessen hielt Steven Anderson eine Brandrede, die von großen Veränderungen konkret berichtete. Diese Rede war mit Erlebnissen, Beobachtungen und Analogien aus der gemeinsamen Kochaktion gespickt. Sie fiel auf den fruchtbaren Boden interessierter Zuhörer, die Protagonisten der Geschichte waren – und nicht nur Randfiguren, wie bei konventionellen Tagungen.

Tag 2 der Jahrestagung HARTMANN Deutschland:

Ging es am ersten Tag um des Teamerlebnis und einen Neubeginn, so stand der zweite Tag ganz im Zeichen konkreter Lösungen: Wie konnten die ausgerufenen Ziele erreicht werden? Die Ideen jedes Einzelnen waren gefragt! Und zwar nicht am Flipchart, sondern mit der Filmkamera in der Hand: 20 gemischte Teams drehten in 3 Stunden ihre Vision der Zukunft von HARTMANN Deutschland.

Je besser das Storyboard vorbereitet wurde, desto aussagekräftiger gelangen die Filme. Während der nachmittäglichen Tagung schnitten Filmprofis die Aufnahmen, reicherten sie mit Spezialeffekten an und entwickelten professionelle Spots. Davon konnten sich alle Teilnehmer im Rahmen des großen Abendevents überzeugen. Oscar-Stimmung kam auf und die besten 5 Teams durften ihren persönlichen Award mit nach Hause nehmen.

Tag 3 der Jahrestagung HARTMANN Deutschland:

Am dritten Tag erwartete die Teilnehmer eine emotionale Zusammenfassung der vergangenen Tage sowie Informationen über die Veränderungen bei HARTMANN Deutschland und ein energiegeladener Abschied. Auf diese Weise wurden die neuen Erkenntnisse, die Power und das Gemeinschaftsgefühl in den Alltag transportiert. Unterstützend zum Erlebnis der Jahrestagung entwickelte SPIRIT OF EVENT eine Nachfassaktion, die über das gesamte Geschäftsjahr bis zur nächsten Jahrestagung informativ, spannend und emotional an das gemeinsam Erlebte erinnert.

Weitere Informationen über Spirit of Event:

www.spiritofevent.de

Portrait

Die SPIRIT OF EVENT GmbH wurde im Jahr 2000 gegründet und ist eine inhabergeführte Agentur mit Sitz in Nürtingen bei Stuttgart. Birgit Lukidis-Halama führt das Unternehmen und feiert mit Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern große Erfolge in der Live-Kommunikation – unter anderem für Hewlett-Packard, Carrier, WISAG, Hartmann AG sowie für mittelständische Unternehmen in Baden-Württemberg und Deutschland. USP des Dienstleisters ist die ergebnisorientierte Verwirklichung von Events. Dabei spielt das Kommunikationsziel die Hauptrolle – flankiert von kreativer Konzeption und pragmatischer Planung.

News-ID: 844486 • Views: 142 (Stand: 06.06.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/844486/Love-it-leave-it-or-change-it.html>