

SYSTEMISCHES KONSENSIEREN IM KARNEVAL

MEINE LIEBLINGS-STORY-OF-SUCCESS MIT DEM SYSTEMISCHEN KONSENSIEREN

Wer wie ich in einer Region aufwuchs, in denen Karneval gefeiert wird – Ich meine hier die „Mainzer Saalfastnacht“ mit Büttenreden, „Prunksitzungen“ – der weiß wie ernst diese Angelegenheit ist. Ernst ist sie zumindest für die Personen, die eine Sitzung veranstalten.

In der Turngemeinde Biblis 1906 e.V. (TG Biblis) leitete ich von 2007 bis 2018 die Karnevalsabteilung. Seit 70 Jahren veranstalten die „Narren“ der Bibliser Turner ein bis drei Sitzungen zu denen jeweils bis zu 350 zahlende Gäste von um die 100 Akteur*innen unterhalten werden. Diese Sitzungen sind über den Ort hinaus bekannt, die Eintrittskarten begehrt, weil das Niveau der Reden, Tanz-, Gesangs und Slapstick Darbietungen recht hoch ist. Man achtet auf Details und Qualität.

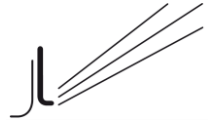
Jedes Jahr steht die „Kampagne“ unter einem Motto – Mal reist die TG per Flugzeug um die Welt, mal ist man in Hollywood oder bei den Rittern im Mittelalter. Dieses Motto wurde lange von einem Gremium bestimmt, dessen Legitimation niemand kannte. Genauso wenig war den vielen Mitwirkenden bewusst wer eigentlich dieses Motto bestimmte. Es waren in der Regel diejenigen, die das Bühnenbild und den „Orden“ gestalteten. Hier ein Beispiel:



Was nie wirklich gut abgestimmt war, das waren die Inhalte des Programms und das Motto. Jedes Jahr baten wir die Akteure, doch einen Bezug und Verweis herzustellen. Die Bitte fanden selten Beachtung.

Seit 2013/14 haben wir den Vorgang der Mottofindung verändert. Wir laden jetzt alle Beteiligten und interessierten Mitwirkenden an einem Samstag- oder Sonntagnachmittag zu einem Workshop zur Motto Findung ein. In mehreren Runden brainstormen wir mögliche Themen unter Verwendung passender Kreativ-Methoden. Jede(r) kommt zu Wort. In Stimmungsbildern spüren wir nach, welche Vorschläge sich als tragfähig zeigen. Wir befassen uns dann mit den Widerständen und optimieren die Vorschläge entsprechend. Je nach Dynamik der Gruppe wechseln wir zwischen offenen Diskussionen oder stiller Reflexion. Schließlich konsensieren wir die Vorschläge.

Seither sind die Kampagnen in allen Details – Ankündigungen, Plakate, Orden, Bühnenbild, Dekoration – abgestimmt und passend. Die Veranstaltungen selbst vom Empfang der Gäste über die Inhalte und Kostümierung bis hin zu den Schlußbildern und der Musikauswahl erscheinen aus „einem Guss“. Die Gäste selbst fragen schon sehr früh im Jahr, nach dem Motto weil sie entsprechende Kleidung, Kostüme auswählen. Das alles entsteht nun wie von selbst. die Akteur*innen tauschen sich aus und stimmen sich ab. Sie achten darauf, sich nicht in Musikauswahl und Inhalten zu überschneiden



Inzwischen wenden wir das Verfahren im 6. Jahr an. Durch die praktische Erfahrung geht das recht flüssig vonstatten. Anfängliche Widerstände gegen die Methode sind ganz verschwunden. Zwar höre ich immer die Stimmen einiger Beteiligter: „Da kommt der Jürgen wieder mit seinem neumodischen Zeug...“ Aber diese sind zunehmend freundlich und nicht mehr ernst gemeint. In diesem Jahr, trat ich vom Vorsitz der Abteilung zurück und überlies den Vorgang meinen Nachfolger*innen. Es erfüllte mich mit großer Freude, dass sie das Motto systemisch konsensierten. Ist es nicht wunderbar zu sehen, dass wir mit unserem Tun wirksam sind. Anlässlich der Eröffnung der jüngsten Kampagne am 11.11.2018 würdigte die Moderatorin ausdrücklich die Art wie das Motto gefunden wird mit den Worten: „Ich kann mir immer noch nicht merken, wie der Jürgen das nennt. Ich weiß nur das es funktioniert. Wir wenden das jetzt schon zuhause an. Letzten Sonntag haben die Kinder und wir Eltern per Widerstandsabfrage abgestimmt welchen Film wir uns anschauen. Dabei kam heraus, dass wir uns eigentlich lieber bewegen und zusammen etwas unternehmen wollen. So gingen wir alle ins Schwimmbad“