

TEAMPLAYER

Motivation, Teambuilding gepaart mit Spaß an Herausforderungen – das waren die Intentionen eines großen Kick-Off-Events zu der die Deutsche Telekom 3.500 Vertriebsmitarbeiter eingeladen hatte.

Emotion pur

Bei der Kick-Off-Veranstaltung 2009 der Deutschen Telekom unterstützte SwarmWorks die verantwortliche Generalagentur des Events mit einer Spezialaufgabe. Im Rahmen des Gesamtkonzepts sorgten die Schwarmintelligenzler für den interaktiven Part der Veranstaltung. Die Herausforderung in der Planungs- und Vorbereitungsphase bestand darin, das Motto der Veranstaltung auf die interaktiven Elemente zu adaptieren. Als Thema des gesamten Events hatten sich die veranstaltende Agentur und die Deutsche Telekom auf das Thema New York als Sinnbild für Internationalität und Weltoffenheit verständigt. Demnach hat die amerikanische Metropole mehr als einmal bewiesen, dass auch nach einschneidenden Ereignissen wie dem 11. September oder als Epizentrum der weltweiten Finanzkrise schnell wieder Optimismus und positives Denken über-

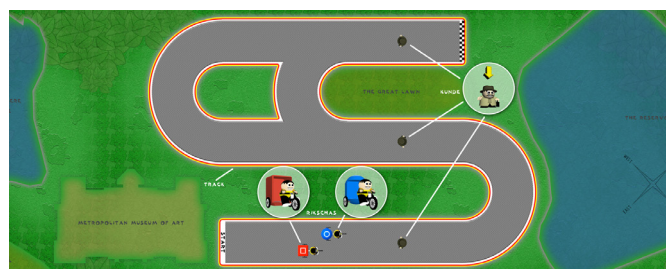
wiegen. Diese Metapher sollte die Klammer des Abends bilden, weil das Verständnis und die Leichtigkeit mit der die New Yorker mit den Herausforderungen des Lebens umgehen von den Verantwortlichen als durchaus positiv erachtet werden. Ziel der Kick-Off-Veranstaltung war es folglich, sogenannte Soft Skills zu entwickeln und der großen Gruppe der Vertriebsmitarbeiter einen kurzweiligen Abend zu bieten. Gleichzeitig sollte das Event einen maßgeblichen Beitrag dazu leisten, um den Teamgeist unter den Gästen auszuprägen. Als übergeordnete Botschaft – und auch hier stand das Thema New York als



FEEDBACK

„Es war unfassbar: Der unwahrscheinliche Fall, dass nach vier Levels und mehreren Spielen ein Gleichstand herrscht, ist ein tolles Zeichen an die Masse. Wir mussten handeln und spontan ein Entscheidungslevel angliedern.“

Klaus Pampuch
Geschäftsführer SwarmWorks



Virtueller Rikscha-Kurs im Central Park von New York: Wer ergattert die Kunden am Wegesrand?



Sinnbild Pate – sollten die im Vertrieb beschäftigten Telekom-Mitarbeiter

künftige Herausforderungen als Gestaltungsmöglichkeit auffassen und nicht als Belastung. Dieses komplexe und übergeordnete Anforderungsprofil nahm SwarmWorks im Lastenheft für die Entwicklung der individuellen, inhaltlichen und



interaktiven Module auf. Mit der Adaption der interaktiven Spiele Pong, Baseball und Taxi nahm SwarmWorks seinerseits die Herausforderung an. Optisch wurden die Spielstätten ins Herz von

Manhattan verlegt. So fand das beliebte Taxi-Game kurzerhand im Central Park statt. Weil in der grünen

Heißes Rennen um die Pole-Position

Lunge der Metropole das Autofahren verboten ist, lieferten sich beim virtuellen Rennen Rikschas ein heißes Rennen um die Pole-Position.

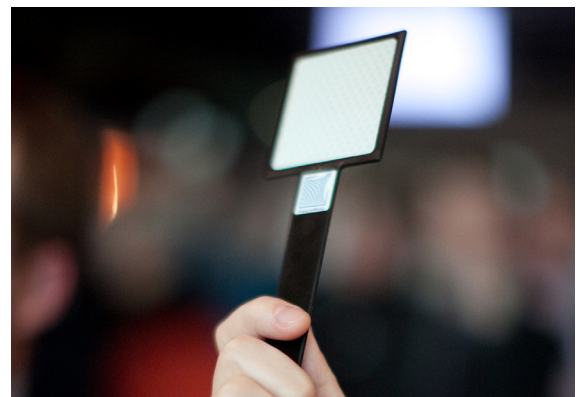
EINSTEIGEN UND ANSCHNALLEN

SwarmWorks hat die 3.500 Vertriebsmitarbeiter der Telekom bei der Kick-Off-Veranstaltung mithilfe eines virtuellen Flugs von Deutschland in die Weltmetropole New York transferiert. Nach der Überquerung des Atlantiks zeigte sich den Teilnehmern schnell die Skyline von Manhattan. Bei den eigentlichen interaktiven Elementen zeigte sich eine große Bereitschaft der Telekom-Mitarbeiter motiviert und mit Freude teilzunehmen. Höhepunkt war zweifelsohne das Rikscharennen durch den Central Park bei dem die Gäste in zwei Gruppen gegeneinander antraten. Die Aufgabe bestand darin, mit quietschenden und langsamen Rikschas am Wegesrand wartende Kunden einzusammeln. Die Steuerung der Rikschas hing vom effektiven Zusammenwirken der jeweiligen Mannschaften ab. Mit Reflexkellen ausgerüstet, konnten die Teams den Weg bestimmen. In Windeseile mutierte die Halle zu einem wahren Hexenkessel.

EINGESETZTE MODULE

Die Vertriebler-Veranstaltung der Deutschen Telekom ist ein Paradebeispiel für die bestehenden Möglichkeiten, die interaktiven SwarmWorks-Plattformen zu individualisieren und anhand der Vorstellungen der Auftraggeber anzupassen. Beim Vertriebs-Kick-Off der Deutschen Telekom im Jahr 2009 wurden neben SwarmPolling überwiegend Module aus dem Bereich SwarmGaming eingesetzt.

Die individuelle Adaption bei diesem Event bestand darin, das Thema des Abends in die Dramaturgie der Spiele zu implementieren. Paradebeispiel war zweifelsohne das Rikscharennen im Central-Park. Grundsätzlich sind die Gestaltungsmöglichkeiten bei individuellen Anpassungen riesig. Das Spektrum reicht dabei von der Adaption ganzer Städte wie im Fall von New York bis hin zum Branding mit dem jeweiligen Firmen-Signet.



Der Erfolg des virtuellen Wettstreits war enorm. Die Stimmung unter den Teilnehmern war großartig und ausgelassen. Die beiden Mannschaften, die miteinander spielten legten sich mächtig ins Zeug und erzielten am Ende einen Gleichstand. Ein Novum, denn: Das gab es bis dato noch nie – und SwarmWorks musste kurzerhand und spontan ein Entscheidungslevel angliedern.