



Was ist Haspa Out Of The Box? Wozu machen wir das?

Jede:r von uns hatte schon mal das Gefühl, festzustecken. Im Alltag, in Erwartungen, in Rollen. In der Familie, in der Nachbarschaft und vor allem: im Beruf.

Und wir alle kennen das Gefühl, auch von anderen in solche Schubladen gesteckt zu werden, weil wir das selbst auch machen. Jeden Tag. Ganz automatisch. Vorgefertigte Boxen. Vorurteile inklusive.

Und diese Boxen sind tatsächlich wichtig. Sie helfen uns, uns zu orientieren, zu sortieren. Nicht selten verhindern sie aber das Potenzial größerer Verbindungen.

Ziel dieses Formats ist es, diese Muster aufzubrechen. Menschen aus ihrer Box herauszuholen. Ein Gefühl besonderer Gemeinsamkeit zu erzeugen. Ähnlichkeiten, die man zuvor nicht vermutet hätte. Vielleicht verbindet uns viel mehr, als das, was uns trennt?

Inspiziert vom Dänemarkexperiment werden verschiedene Gruppen getrennten Boxen zugeordnet. Mittels Fragen werden persönliche, teils ganz intime Gemeinsamkeiten jenseits dieser Gruppen sichtbar. Gemeinsamkeiten, die Barrieren im beruflichen Alltag abbauen, die verbinden und so das Miteinander und die Zusammenarbeit fördern können.

Tipps und Hinweise

Zielgruppe: Ob die ganze Firma, einzelne Bereiche oder Teams – alles ist denkbar. Je nachdem, wer deine Zielgruppe ist, unterteilen sich auch die Boxen zum Beispiel nach Funktion, Abteilung, Hierarchiezugehörigkeit oder oder.

Zeitlicher Bedarf: Mind. 90 min + Ausklang. Ca. 60 Min. für das eigentliche Experiment.

Räumlichkeiten: Suche dir geeignete Räume in Abhängigkeit deiner Boxenanzahl bzw. der Anzahl der Teilnehmer:innen. Unsere Erfahrung: 5-15 Teilnehmer:innen pro Box. Boxen mit einer Größe von 8-10 qm sind für bis zu 20 Personen geeignet. Vergiss eine „Bühne“ oder ein Podest nicht.

Moderation: Die Moderation stellt die Fragen. Sofern die Teilnehmer:innen die Fragen mit „Ja“ beantworten können, werden sie gebeten, nach vorn aufs Podest/ Bühne zu kommen. Es obliegt der Moderation, wie sie mit den „Antworten“ umgeht, ob sie gezielt nachfragt oder den Moment ohne Worte wirken lässt.

Unsere Erfahrung: Die Moderation hat großen Einfluss darauf, welche emotionalen Momente, Dynamiken etc. sich entwickeln können. Daher sollte sie schnell Zugang zu Menschen finden und empathisch sein. Die Moderation sollte ein Gespür dafür haben, wann man z.B. nachfragen kann und wann lieber nicht. Zeitgleich sollte es ihr gelingen, die Aufmerksamkeit einer Gruppe dieser Größenordnung bei sich und dem Experiment zu halten.

Infos zum Thema:

Haspa - Bereich People & Culture

Karolin Walter (karolin.walter@haspa.de) und Stefan Sagau (stefan.sagau@haspa.de)



Folgende Fragen haben wir bei unserem Experiment gestellt.

1. Wer von euch war der Klassenclown?
2. Wer von euch lebt in einer Patchwork-Konstellation?
3. Wer von euch war schon mal auf dem Christopher Street Day?
4. Wer von euch wurde schon mal gemobbt?
5. Wer von euch hat ein Tattoo oder ein Piercing?
6. Wer von euch trieb Sport in den letzten 24 Stunden?
7. Wer von euch engagiert sich sozial bzw. bekleidet ein Ehrenamt?
8. Wer von euch ist schon mal in seinem Leben gescheitert?
9. Wer von euch hat schon mal einen Titel gewonnen?
10. Wer von euch hat keinen Fernseher zu Hause?
11. Wer von euch hatte in den letzten 10 Jahren mehr als 2 Arbeitgeberinnen?
12. Wer von euch glaubt, dass es außerhalb der Erde noch andere Lebewesen gibt?
13. Wer von euch gibt Überweisungen gelegentlich oder regelmäßig noch in Papierform ab?
14. Wer von euch hat jemanden (länger) gepflegt?
15. Wer von euch ist oder war schon mal in einen Kollegen/ eine Kollegin bei der Haspa verliebt?
16. Wer steckte schon mal in Lebensgefahr?
17. Wer kommt immer (zu) spät?
18. Wer hat schon mal ein Leben gerettet?
19. Wer hat bei seinem Alter schon mal geschummelt?
20. Wer wird bei Spielfilmen regelmäßig emotional und benötigt Taschentücher?
21. Wer von euch hat schon mal wegen eines Kunden/ einer Kundin geweint?
22. Wer von euch hat schon mal wegen eines Kollegen/ einer Kollegin geweint?
23. Wer von euch war zu Beginn des Experiments skeptisch? Wer von euch ist es immer noch?



Du bist so begeistert und möchtest das Experiment selbst ausprobieren?

Dann freuen wir uns, wenn du die Hamburger Sparkasse als Inspirationsquelle erwähnst oder uns verlinkst.

In diesem Sinn: Spread the word. 😊

Infos zum Thema:

Haspa - Bereich People & Culture –

Karolin Walter (karolin.walter@haspa.de) und Stefan Sagau (stefan.sagau@haspa.de)