

Trainer

Kontakt-Brief

www.trainertreffen.de

Nr. 67 Juli - September 2009

Trainertreffen Deutschland • Tel. 05036 - 92 47 90 • redaktion@trainertreffen.de • ISSN 1864-2519

Inhalt

- 2 Editorial
- 3 TT-News
- 6 **Trainer-Knigge:** Katrin Seifert
I – Image
- 7 **DVWO-News**
Renate Richter: Professionalitätsentwicklung
Helga Scholz: DVWO-Qualitätssiegel bereitet
auf Anerkennung nach AZWV für geförderte
Maßnahmen vor
- 7 **FWW-News:** Klaus Dannenberg
Der Berufskodex für die Weiterbildung - eine
Sternstunde für die Weiterbildung
- 8 **Pinwand:** Suche & Biete
- 9 **Impressum**
- 10 **Methoden:** Dieter Blum und Birger Koch
BUSINESS VARIÉTÉ: Manege frei für echte
Dream Teams und Change-Erfolgsstories
- 11 **Kooperation:** Iris Weidl: Vermarktungsunter-
stützung für offene Seminare
- 13 **Methoden:** Prof. Dr. Falko E. P. Wilms
Dialog ist nichts für Softies
- 14 **Methoden:** Christian Maier
Energie vor Tagesordnung –
Das „innere Spiel“ aus Trainersicht
- 15 **Werkzeuge:** S. Masemann, B. Messer
Inszeniert – Wissen merkwürdig vermittelt:
Das Museum
- 16 **Werkzeuge:** Harald Groß
Munterbrechungen® Aktivierende
Auflockerungen für die Seminarpraxis
- 17 **TT-Service-Partner-News**
- 18 **TT-Partner-Hotels**
- 21 **TRAINERversorgung:** Edit Frater
Rechtliche Fragen zum Trainerberuf klären
Vorbereitete AGB's für Trainer
- 22 **Methoden:** Dr. Margret Richter
Systemdenken: Mentale Modelle offenlegen
und organisationales Lernen fördern
- 23 **Trends:** Jürgen Graf
Weiterbildungsszene Deutschland 2009
Kein Coaching mit der Gießkanne
- 24 **Coaching:** Claudia Dehn
Sprechen, Probehandeln, verankern: Nach-
haltige Veränderungen durch Neuro-Coaching
- 25 **Test-Center:** Heinz Kraft
25 Top-Übungen für Konflikttrainings
- 26 **Qualität:** Michael Steig
Wie Qualität entsteht
- 27 **GABAL-Verlags-News**
Was ist ein Preis wert?
- 28 **Trainerliteratur**
- 30 **Forschung:** Ralf Besser
Konsequenzen aus der Gehirnforschung:
Regel- vor Faktenlernen
- 31 **Methodik:** Gert Schilling
Präsentieren mit Laptop und Beamer:
Weniger ist mehr
- 32 **EDV:** Werner Vetter
Outlook (4): Outlook als Assistenz
- 33 **Fortbildungs-Kalender für Weiterbildner**



Showbusiness im Business-Training

Anja Mýrdal

Auch in der Geschäftswelt spielen emotionale Faktoren eine große Rolle. In jeder Lernsituation sind Gefühle mit im Spiel. Sie tragen zum Erfolg eines Seminars oder eines Trainings bei, sie entscheiden, ob angebotenes Wissen tatsächlich nachhaltig erinnert, vertieft und in die Praxis umgesetzt wird.

Das führt dazu, dass Trainer sich zunehmend der Wirkung ihres Auftretens und ihrer Mittel vergewissern müssen, um ihre Seminarteilnehmer auch emotional zu berühren. Ziel ist es, eine emotionale Verbindung der Teilnehmer zum Lernstoff herzustellen.

Das Showbusiness und das Theater sind ein kreatives Feld, in dem kongruente Selbstpräsentation, persönliches Auftreten und eine ebenso spielerische wie glaubhafte Inhaltsvermittlung auf eine möglichst starke emotionale Wirkung hin ausgerichtet sind. Davon kann man lernen, mehr als nur effektive Showeffekte einzusetzen.

Warum gerade diese spezielle Mischung? Sollen die Weiterbildner in der Wirtschaft künftig einfach eine bessere Show veranstalten können, gar abgedroschene Gesten einstudieren oder etwa eine Rolle spielen? Nein! Es geht darum erlebnisorientiert, lösungsfokussiert und spielerisch Wissen und Können zu vermitteln. Sinn und Zweck ist, dass Trainings so wirkungsvoll und effektiv gestaltet werden, dass die Seminarteilnehmer möglichst viel in ihren (beruflichen) Alltag mitnehmen.

Wie Brigitte Biehl in „Business is Showbusiness“ feststellt, ist es im heutigen medialen Zeitalter nicht mehr möglich den Zuschauer mit bloßer Informationsweitergabe zu beeindrucken. Es genügt im Businesskontext nicht, dass der Trainer den Seminarablauf plant. Er ist heute oft gezwungen Mittel einzusetzen, welche früher eher im Theater zum Zuge kamen, um seine Seminarteilnehmer in den Bann zu ziehen.

Verhaltensänderungen haben oft mit der Verankerung von Gefühlen zu tun

Ich lernte Mitte der 80er Jahre im Rahmen meiner Führungstätigkeit das Neuro Linguistische

Programmieren, kurz NLP, kennen. Schon damals erkannte ich, dass Verhalten mit einem Gefühl gekoppelt ist und automatisch abläuft; dabei ist es gleich, ob diese Verhaltensweisen konstruktiv oder destruktiv sind. Das Muster ist oft dasselbe.

Verhalten oder Verhaltensänderung finden aus dieser Sicht betrachtet nicht allein durch kognitive Einsichten statt. Natürlich ist diese notwendig, jedoch bedeutet dies noch lange nicht, dass die Einsicht zu einer Verhaltensänderung führt. Vielmehr haben Verhaltensänderungen mit der Verankerung von Gefühlen zu tun.

Zum Beispiel führt die Einsicht, dass bestimmte Füllwörter den Redefluss ungemein stören, nicht automatisch dazu, diese Angewohnheit abzustellen, obwohl das Problem erkannt wurde. Ein anderes Beispiel: Ein Teilnehmer unserer Trainerausbildung hatte seine Schultern immer leicht hochgezogen und die Arme seitlich herunterfallen lassen. Dies hinterließ bei seinem „Publikum“ einen Eindruck von Unsicherheit. Er wusste das, konnte es jedoch kognitiv nicht abstellen. Erst mit dem erlebnisorientierten emotionalen Lernen verschwand dieses Verhalten.

Zugang zu sich finden

Um Verhaltensänderungen zu erreichen, können die Methoden des Showbusiness durchaus nützlich sein. Ziel für einen Trainer kann es z.B. sein, die eigene Verbindung mit der bewussten Wahrnehmung der eigenen Gefühlswelt und den Umgang damit im Trainingskontext zu trainieren. Die Natürlichkeit wird dadurch gestärkt. Er spielt keine „Rolle“, sondern ist er selbst.

Beispiel: Vielleicht kennen Sie das: der Fotoapparat ist auf Sie gerichtet und der Fotografierende sagt: „Bitte schön lächeln!“ und schon sind Sie in einem mehr oder weniger verkrampften

Zustand. Die entstandenen Fotos sehen un- natürlich aus. Man gruselt sich vor jedem Bild, das man da von sich selbst sieht. Ähnlich geht es jedem, der vor einem Publikum - ob als Trainer oder Geschäftsmann - eine Präsentation seiner Ideen vorstellen muss. Man steht auf einer Bühne, man wird angeschaut, man soll etwas darstellen: man soll lächeln, man will ja freundlich auf dem Bild rüberkommen, aber genau in diesem Moment, findet man den Zugang zur eigenen Freundlichkeit nur noch mühsam oder gar nicht.

Der „Als ob“ - Raum

Was tun? Ein bisschen Show? Nein! Es geht darum die Freundlichkeit in sich zu entdecken und sie für dieses Foto zuzulassen. Dazu muss man mit sich selbst spielerisch umgehen, sich selbst als jemanden begreifen, der genau im Moment, in dem der Fotograf den Auslöser betätigt, sich fühlt „als ob“ er sich in einem Zusammenhang befindet, in dem er Freundlichkeit sein kann oder gar freundlich ist. Das „Als Ob“ ist ein mentaler Raum, eine spielerische Wirklichkeit, die Wirklichkeit, die neben der Wirklichkeit existiert. Es ist eine Wirklichkeit, an die wir im Moment bereit sind zu glauben.

Persönliche Ausdruckskraft stärken

Durch die Anwendung von Showbusiness-Elementen und den Einsatz von Theater-Elementen werden die persönliche Ausdruckskraft und der spielerische Umgang mit Zuständen gestärkt. So ist ein professioneller Auftritt garantiert.

Ein zusätzlicher Effekt ist, dass es dem Trainer gelingt, seine Seminarteilnehmer beim erlebnisorientierten Lernen wie im Theater assoziiert in den Bann des Seminars zu ziehen. Der Spannungsbogen wird aufgebaut und die Seminarzeit vergeht wie im Fluge. Langweilige Trainings sind dadurch passé. Die Kunst besteht darin, dass die Teilnehmer spüren und aktiver Teil des Geschehens sind und dieses „miterleben“. Auch dies bewirkt, dass das Lernpensum spielerisch bewältigt wird. Die Teilnehmer sind mit Ihrer Aufmerksamkeit mitten im „Geschehen“. Denn es stellt sich ja immer wieder die Frage, wie viel vom Seminar wird in den Alltag transferiert.

Steigerung der Lerneffekte durch Emotionalisierung

Wie schon von Grewe-Partsch 1986 bei Kindern nachgewiesen, ist die längerdauernde Wirkung der Emotionen auf die wahrgenommenen Geschehnisse für den Lerneffekt nützlich. Über die erzeugte Emotionalisierung können Trainer den Lerneffekt bei Ihren Seminarteilnehmern aber noch einmal steigern.

Eine Fotosession macht klar: wir werden angesehen und sollen etwas Bestimmtes darstellen - nämlich einen freundlichen Menschen. Wie macht man das? Möglicherweise habe ich vor einer halben Stunde erfahren, dass mein Auto einen Motorschaden hat. Also jetzt lächeln? Der Fotograf hat gut reden.

Wann immer jemand vor eine Gruppe tritt, ob als Lehrer, als Trainer oder als Geschäftsmann, der eine Idee zu vertreten hat, entsteht eine grundsätzliche theatralische Situation. Der, der

vor einer Gruppe steht, wird angeschaut und es ergibt sich die Frage für die, die ihn sehen: wen sehen wir da und was will der in uns auslösen? Was will der von uns?

Im Trainingszusammenhang ist die Antwort einfach: Er will den Teilnehmern etwas nahe bringen, was sie bislang noch nicht wussten, er möchte neues Wissen vermitteln, er möchte die Teilnehmer als erwachsene Menschen dazu bringen etwas zu lernen. Das heißt also, er möchte, dass sie etwas Neues annehmen und damit auf eine neue Weise umgehen. Er möchte also prinzipiell, dass seine Teilnehmer nach dem Training etwas anders machen, als sie es vorher getan haben und er möchte, dass sie den Inhalt des Trainings als ein zu vertiefendes Wissen mitnehmen und in die ureigenste Praxis umsetzen.

Aber niemand verändert sich und das was er tut, ohne dass er sich nachhaltig kognitiv und emotional angesprochen fühlt. Man möchte als Teilnehmer persönlich angesprochen, ja - man möchte emotional berührt und kognitiv angeregt sein. Was auch immer der Wissenswert ist, er muss irgendwie eine Wirkung ausüben. Je größer die Wirkung, desto nachhaltiger ist die Verankerung des Lernstoffes.



Wir können nicht ohne Gefühle sein. Jeder Gedanke, jede Entscheidung, die wir treffen - und wir treffen Entscheidungen in jedem Moment unseres Lebens - ist von Gefühlen begleitet. Die neuesten Forschungen der Neurologie bestätigen, dass wir kognitive Entscheidungen auf der Basis emotionaler Zustände treffen. Es gilt also beim Lernen lernbereite Gefühle zu erzeugen, Gefühle wie Freude, Lust, Neugierde. Gefühle, die uns zum Lernen verführen.

Wir alle spielen Theater

Bereits in den 60er Jahren behauptete der einflussreiche Soziologe Erwin Goffman: „Wir alle spielen Theater.“ Damit versuchte er kenntlich zu machen, dass wir uns ständig auf einer Bühne bewegen: Wir werden von anderen angeschaut und wir schauen andere an. Wir präsentieren uns, wir spielen eine Rolle - und die eigentliche Frage ist nicht, ob wir das wollen oder nicht - sondern, ob wir das gut tun oder nicht.

Jeder Trainer bewegt sich auf einer Bühne und nimmt dort die Rolle des Trainers ein, und es gibt Teilnehmer, die ihre Rolle als Teilnehmer spielen. Er eröffnet das „Spiel“, wenn er seine Teilnehmer

begrüßt und sein Thema vorstellt. Er kennt seinen Text, wenn er gut vorbereitet ist und es gilt, einen möglichst glaubhaften und überzeugenden Eindruck zu hinterlassen, damit er von den Teilnehmern auch in seiner Rolle akzeptiert wird.

Zum Lernen verführen durch Veränderung der Wahrnehmung des Lernstoffes

Das Theater ist nicht nur Show im Sinne großer unterhaltsamer Effekte, sondern es ist ein Ort, an dem Menschen sich berührt fühlen und über das nachdenken, was sie berührt. Es ist ein Ort möglicher Wahrnehmungsveränderung.

Das bedeutet, dass wir vom Theater lernen können, wie wir unsere Trainingsziele noch besser erreichen. Jeder Trainer sollte - wie jeder Schauspieler - ein „Verführer“ sein, wenn er erreichen will, dass seine Teilnehmer das vermittelte Know-how noch besser vom Kurzzeitgedächtnis ins Langzeitgedächtnis transferieren. Das geschieht besonders, wenn das Vermittelte in irgendeiner Form emotional bedeutsam für das Individuum ist. Zum Lernen verführen bedeutet hier also, die Wahrnehmung auf den Lernstoff zu verändern.

Anja Myrdal, (Jg. 59) Versicherungsfachwirtin, verheiratet, 3 erwachsene Kinder. Seit 1998 Leiterin des Institutes Anja Myrdal & Team, arbeitet als Lehr-Trainee und Lehr-Coach für den BDVT e.V. + DVNLP e.V. Anja Myrdal arbeitet mit einem Team von Trainern aus dem Theaterbusiness zusammen. Ihr Wahlspruch: „Nicht ob es geht ist die Frage, sondern wie es geht“.

Myrdal & Team

Anja Myrdal

Ahlsdorfer Weg 8, D-27383 Scheeßel
Tel. 04263-984848, Tel. 0171-7875712
Fax 04263-94198
info@anjamyrdal.de, www.anjamyrdal.de

Auf der Klaviatur der Emotionen spielen lernen

In der immer anspruchsvolleren und sich ständig wandelnden (Geschäfts-) Welt, ist der innovative moderne Trainer gefordert. Wenn Sie auf der „Klaviatur der Emotionen“ spielen wollen, bieten wir Ihnen eine BDVT geprüfte Trainerausbildung an. Um dieses Ziel zu erreichen, arbeite ich mit einem Team von speziell ausgebildeten Trainern zusammen, welche aus den Bereichen Regie, Schauspiel, Dramaturgie oder darstellende Kunst kommen. Mehr Informationen finden Sie unter www.anjamyrdal.de oder Tel. 04263 - 98 48 48.

Literaturhinweise & Quellenverzeichnis:

- Katharina Schmid-Wiedersheim: Die Bedeutung des Spiels im Erwachsenenalter, Diplomarbeit an der katholischen Universität Eichstätt, Diplomatica Verlag Juni 1997
- Brigitte Biehl: Business is Showbusiness, Campus Verlag Frankfurt / Main 2007
- Marianne Grewe-Partsch, Hertha Sturm, Christian Doelker, in: Der Gestresste Zuschauer: Folgerungen für eine rezipientenorientierte Dramaturgie, Klett-Cotta Verlag 1986
- Hans Vaihinger und Esther von Krosigk, Die Philosophie des Als-ob, Vdm Verlag Dr. Müller Juni 2007
- Dr. Wolfgang Eberling, Dr. Manfred Vogt-Hillmann, Kurzgefasst: Zum Stand der lösungsorientierten Praxis in Europa, borgmann publishing Dortmund 1998