

Theatergruppe gewinnt »Deutschen Trainingspreis«

BDVT. Der Internationale Deutsche Trainingspreis 2002 des Berufsverbands Deutscher Verkaufsförderer und Trainer (BDVT) geht an »vitamin T«, einem Spezialanbieter aus dem Bereich des Unternehmenstheaters. Der Preis wurde Anfang Oktober im Rahmen des BDVT-Kongresses »ProSales« auf der Zeche Zollverein in Essen verliehen. *Von Katrin Nauber*

Um in die Endausscheidung um den Internationalen Deutschen Trainingspreis zu gelangen, musste man sich zuvor in einer der Kategorien »Personalentwicklung«, »Organisationsentwicklung«, »Coaching«, »E-learning« und »Vertrieb« als das beste Trainingskonzept durchgesetzt haben. Dafür gab es von der BDVT-Jury jeweils den »Trainingspreis in Gold«. Das Publikum der ProSales wählte dann aus den Gold-Preisen »den« Internationalen Deutschen Trainingspreis.

Unter den 90 Teilnehmern wurden diesmal nur vier Goldpreise verteilt. Da keines der Coachingkonzepte als herausragend erachtet wurde, gab es in dieser Kategorie keinen Gold-Preis. Zu-

sätzlich wurden in fast allen Kategorien noch Silber- und Bronze-Preise vergeben. Den Gold-Preisen lagen im Einzelnen folgende Konzepte zugrunde:

Siegerkonzept »Vertrieb«

1999 entwickelte »vitamin T« ein »SeminarTheater«-Konzept für die Ibis Hotels der Accor Gruppe in Deutschland. Innerhalb von zwei Jahren wurden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in insgesamt 60 Ibis Hotels trainiert. »Unser Ziel war es, ein einheitlich hohes Servicenniveau zu etablieren, ohne dabei Routinen einzuschleifen«, so Agostino Cisco, Trainingsmanager bei Accor. Das vitamin T-

Team passte seine Methode speziell an den Seminarkontext an. In handlungsorientierten Übungen aus dem Theater erarbeiten sich die Teilnehmer zuerst selbstständig Erfolgsfaktoren für Kundenorientierung, Teamfähigkeit, Führungsverhalten, authentisches Auftreten und Kreativität.

Diese Erfolgsfaktoren wenden sie dann in Rollenspielen an, wobei ein vitamin T-Trainer mit Schauspielausbildung einen Part übernimmt. Dadurch wird das Spiel lebensnah, schwierige Charaktere werden authentisch dargestellt und Hemmungen der Teilnehmer abgebaut. Lerninhalte können so spielerisch und alltagsnah erarbeitet werden. Mal spielen



Strahlende Sieger (von links): Karlhermann Heizmann (Ibis-Hotels) und die »vitamin T«-Truppe Elisabeth Ostermann, Markus Berg, Tiziana Bruno und Peter Flume freuen sich im Kreise der Mitbewerber über den »Internationalen Deutschen Trainingspreis 2002«.

die Hotelmitarbeiter ihre eigene Rolle, mal die des Gastes. So erleben sie, wie ihr persönliches Auftreten auf andere wirkt. Unmittelbar nach der Theatersequenz findet die Reflexion zwischen den verschiedenen Rollen-Inhabern statt. Beim Transfer-Theater unterbricht das Publikum die Szene und gibt Tipps, die sofort umgesetzt werden. Rollenwechsel und Feedback aus unterschiedlichen Blickwinkeln sorgen für Bewusstseinswandel und Veränderungsprozesse bei den Mitarbeitern. »Dabei war es für die Teilnehmer zunächst ungewohnt, zuerst und ohne Vorkenntnisse in die Praxis einzusteigen«, erklärt Markus Berg, »doch die Theorie ergibt sich aus der Praxis. Wir halten den Mitarbeitern den Spiegel vor.« Für die Zukunft ist geplant, die Rollenspiele in authentischen Arbeitssituationen vor echten Gästen zu inszenieren.

Markus Berg ist zusammen mit Tiziana Bruno, Elisabeth Ostermann und Peter Flume Gesellschafter von vitamin T – Die Bühne für Veränderung. Alle vier Gesellschafter zeichnet je eine Doppelkompetenz aus Business, Training und Schauspiel aus. Damit bieten sie ihren Kunden einen Mehrwert, der zugleich ihr Profil ausmacht – das Theaterelement. Im Laufe der Jahre hat das Quartett, das sich auch mit Fachpublikationen einen Namen gemacht hat, seine Methode immer weiter verfeinert und systematisiert, um Theaterelemente bei der Einführung neuer Leitbilder, Strategien, Organisationsstrukturen, Informationstechnologien oder Managementsysteme in allen Hierarchieebenen einzusetzen. »Mit unserem Seminar-Theater zeigen wir, dass man Unternehmenstheater sowohl einmalig zur Sensibilisierung von Großgruppen als auch zur Entwicklung von Kompetenzen einsetzen kann. Damit können Unternehmen ganze Veränderungsprozesse mit Unternehmens-Theater gestalten«, betonte Markus Berg anlässlich der Preisverleihung.

Siegerkonzept »Organisationsentwicklung«

Für DaimlerChrysler erarbeitete topoi Consulting GmbH das Projekt Teamentwicklung in der Produktion. Ziel des Trainings war die Verbesserung der Teamarbeit, die Optimierung der Prozesse sowie

die Optimierung der Schnittstellen. Im Einzelnen sollten im Werk Bad Cannstatt Gruppenarbeit eingeführt, das Arbeitsklima und die Zusammenarbeit innerhalb der Arbeitsgruppen sowie die Zusammenarbeit zwischen Führungskräften und Mitarbeitern gefördert werden. Zwei Besonderheiten stellte Sven Betz und sein Team dabei vor Herausforderungen: Erstens gab es bereits Teams aus »Alt-Bereichen«, die Gruppenarbeit bereits kannten, zweitens waren aus Produktionsgründen nur kurze Maßnahmen außerhalb des Arbeitsumfelds möglich.

Holzhäuser für Kindergärten

Gelöst wurde diese Problematik durch externe Seminare und einen Betreuungsbaukasten vor Ort im Betrieb, dazu erhielt das praktische Teamtraining produktiven Charakter, konnte gruppenübergreifend durchgeführt werden und lieferte das von DaimlerChrysler gewünschte messbare, praktische Ergebnis. Konkret erhielten 450 Mitarbeiter die Aufgabe, in vier Monaten 13 mannhohe Holzspielhäuser für Kindergärten zu bauen. An der Konzeption des Teamtrainings wurden Mitarbeiter aller Hierarchieebenen beteiligt. Über den gesamten Entwicklungsprozess wurden die Häuser geplant, konstruiert, gefertigt und montiert.

Dabei gab es definierte Schnittstellen, an denen der aktuelle Produktionsstand an die nächste Gruppe übergeben werden musste. Am Ende stand die TÜV-Abnahme und die Übergabe der Häuser an Kindergärten. Um der sehr differenzierten Zusammensetzung der Gesamtgruppe von 450 Teilnehmern mit unterschiedlichem Kenntnisstand und unterschiedlicher Qualifikation gerecht zu werden, setzte topoi Consulting ein gemischtes Team aus 20 Trainern ebenso unterschiedlicher Ausbildung ein.

Dazu gehörten Wirtschaftsingenieure, Kaufleute, Handwerker, Sozialpädagogen sowie Theologen mit jeweils qualifizierter Beratersausbildung in systemischem Training, NLP, Transaktionsanalyse. Die Trainer begleiteten den gesamten Produktionsprozess mit Sequenzen, die entweder die ganze Gruppe betrafen oder in denen einzelne Schlüsselpersonen (Produktionsteamleiter, Gruppensprecher) betreut wurden. Zusätzlich



Wollen Sie ...

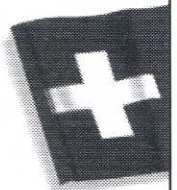
- ... das Online-Working Ihrer Teams optimieren?
- ... keine Zeit vertun und in Echtzeit konferieren?
- ... unabhängig von Online-Moderatoren sein?
- ... Mitarbeiter, Kunden oder Partner beteiligen?
- ... Motivation, Lernen und Engagement fördern?

Besuchen Sie uns im Internet!

www.OpenSpace-Online.com

PROMOTION

Wir anerkennen
Ihr erworbenes
Wissen und
Ihre beruflichen
Fähigkeiten!



Dr. rer. oec. MBA oder Professur

Freie Universität Teufen

CH-9053 Teufen

P.O.Box 213

Telefon ++ 41 71 787 43 44

Telefax ++ 41 71 787 43 77

info@universitaet.ch

www.universitaet.ch



Fullservice für Ihr Seminar

Weiterbildung
von Anfang bis danach!
Einfach logistisch!

www.caps.de

Sonderpreis Reinhold Würth

AUTHENTIZITÄT. Den »Award of Excellence in Communication« des BDVT erhielt der Unternehmer Reinhold Würth. Maßgeblich für die Verleihung war die Unternehmenskultur der Würth-Gruppe (Großhandel mit Schrauben und Muttern), die geprägt ist von der Delegation von Verantwortung sowie einer hohen Qualität der Kommunikation und Partizipation. »Reinhold Würth ist die authentische Verkörperung seiner Vision. Vor anderen stellte er Mitarbeitermotivation in den Mittelpunkt seines Handelns, prägte eine weltweit funktionierende Kommunikationsstrategie lange bevor Corporate Identity Marketinggrundsatz wurde«, begründete BDVT-Ehrenpräsident Hans A. Hey in seiner Laudatio die Entscheidung des BDVT. Die Würth-Gruppe beschäftigt weltweit 39.000 Menschen in 80 Ländern und befindet sich im Aufwind: In



Foto: Sabine Pracht

Reinhold Würth – vom BDVT für sein Lebenswerk geehrt

2002 stieg die Zahl der Außendienstler weltweit um 12,2 Prozent.

→ gab es für alle eine Telefon-Hotline sowie die Möglichkeit des Onlinecoachings. Zum Abschluss der Maßnahme wurden die Häuser im Werk ausgestellt. Nur eines überstand die TÜV-Abnahme nicht.

Siegerkonzept »Personalentwicklung«

Für das Großhandelsunternehmen Lütliche Getränke GmbH entwickelte der Trainer Volker Rockstroh das vierstufige Trainingskonzept »Der Kunde = unser Arbeitgeber«. Ziel war die Motivation der Mitarbeiter, die optimale Kundenorientierung zum Maßstab aller Tätigkeiten zu machen. Dazu gehört die des Lagerarbeiters ebenso wie die des Chefs. Im ersten Schritt wurde eine Anzeigenkampagne in der Tagespresse gestartet, bei der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus allen Bereichen des Unternehmens mit ihrem Foto präsentiert wurden.

Diese Kampagne diente dazu, die Leistungen und das Serviceversprechen des Unternehmens nach außen zu publizieren. Schritt zwei bestand darin, die Unternehmensgrundsätze gemeinsam zu erarbeiten. In einem Projektteam mit Mitarbeitern des gesamten Unternehmensverbunds wurde das Unternehmensleitbild geschaffen, das sowohl Mitarbeitern, Führungskräften als auch der Geschäftsleitung als Zielorientierung und Leistungsversprechen dem Kunden

gegenüber zu dienen hat. Parallel dazu fanden für alle Seminare unter dem Motto: der Kunde – unser Arbeitgeber statt. Hier wurden die Erwartungen der Kunden, die Realisierbarkeit der Wünsche und die Zusammenarbeit in Team und Unternehmen erörtert. Ein Foto eines unsauberen Führerhauses des Auslieferungsfahrers beispielsweise reichte aus, um die Fahrer zu sensibilisieren, dass auch dies mit Kundenorientierung zu tun hat. Alle Mitarbeiter konnten sich aktiv beteiligen, Optimierungsvorschläge wurden realisiert. Dabei heraus kamen zum Beispiel ein Telefonverzeichnis für Kunden, das der Außendienstmitarbeiter beim Erstkontakt übergibt, ein sechssprachiger Begrüßungstext für Außendienstler, die Kontakt zu ausländischen Kunden haben, sowie die Grüne Spur =

freie Fahrt für Kunden, die ihre Getränke selbst abholen. Schritt vier bildete dann die anschließende Kundenbefragung und der Abgleich der Leistungsbausteine. Allein die hohe Rücklaufquote von 27 Prozent machte deutlich, dass das Training erfolgreich war. 87,1 Prozent der Kunden zeigten sich mit der Kundenorientierung des Unternehmens zufrieden.

Siegerkonzept »E-learning«

Rund 3.500 Außendienstmitarbeiter der BHW Bausparkasse arbeiten mit dem von Dr. Reinhard Semkowsky entwickelten E-learning-System »ELSY«, dem easy learning system. Mit ELSY lassen sich Verbesserungspotenziale erkennen, Gruppentrainingsprogramme ausarbeiten und ein Bildungscontrollingsystem installieren. Damit deckt es den kompletten Schulungsbedarf eines Unternehmens ab. Nachdem mit den ELSY Diagnose-Tools der Trainingsbedarf ermittelt war, wurden die Mitarbeiter im Umgang mit dem Multimedia-Trainingspaket geschult.

Es folgte das Präsenztraining mit ELSYtrain und schließlich die Praxisarbeit. Darauf folgte eine Nachbereitung wiederum mit ELSY Multimedia. Bei der Konzeption des Systems wurde vor allem auf einfache Benutzerführung geachtet, so dass es auch von Menschen angenommen wird, die im Umgang mit dem PC unsicher sind. »Wer eine Maus bedienen kann, kommt mit ELSY zurecht«, erklärt Dr. Reinhard Semkowsky die Vorzüge. Innerhalb des Programms lassen sich teilnehmerspezifische Trainingsprogramme maßgeschneidern.

Katrin Nauber

Überblick Internationaler Deutscher Trainingspreis

- **Gesamtsieger:** »vitamin T« Theater und Training für Veränderung Gbr, München, Markus Berg, Tiziana Bruno, Peter Flume, Elisabeth Osterman (www.vitaminT4change.de)
- **Gewinner Kategorie Personalentwicklung:** Volker Rockstroh, Training & Trainer, Waldkappel, (www.vr-partner.com)
- **Gewinner Kategorie Vertrieb:** vitamin T Theater und Training für Veränderung Gbr,

München, Markus Berg, Tiziana Bruno, Peter Flume, Elisabeth Ostermann (www.vitaminT4change.de)

- **Gewinner Kategorie Organisationsentwicklung:** Sven Betz, topoi Consulting GmbH, Schorndorf (www.topoi-consulting.de)
- **Gewinner Kategorie E-learning:** Dr. Reinhard Semkowsky, NFM Marketing Management, Pinneberg (www.nfm-world.de)