

Europa in acht Tagen oder Praxiserfahrungen: Was geht in einem Tag?



Vor kurzem wurde ich als Beraterin angefragt, im Rahmen einer firmeninternen Nachwuchsakademie mit 30 Teilnehmern einen Tag zum Thema „Kommunikation“ zu gestalten.

Ziel sollte eine Auseinandersetzung der angehenden Schlüsselkräfte mit diesem Thema sein. Der Titel stand schon fest: „Das Einmaleins der Kommunikation“. Die Rahmenbedingungen waren ebenfalls definiert: Mehr als ein Tag war für die Zielgruppe und aus Sicht der Geschäftsleitung nicht möglich. Bisher gab es überhaupt nur fachliche Schulungen.

Keine ungewöhnliche Anfrage heutzutage. Aber eine Anfrage, zu der viele Trainer zuerst kopfschüttelnd sagen: „Geht nicht, weil...“

- ... um halbwegs einen Einblick in das Thema zwischenmenschlicher Kommunikation zu geben und Lerneffekte zu erzeugen, braucht man zwei bis drei Tage.
- ... mit 30 Teilnehmern geht nur ein Vortrag, und da sitzen die Teilnehmer wie Besucher im Kino, ohne sich selbst einzubringen.
- ... auch das Einmaleins lernt man nur mit Üben. Wie soll das bei solch einem Setting gehen?“

Auch meine ersten Gedanken waren hauptsächlich zweifelnd.

Doch dann akzeptierte ich innerlich die Rahmenbedingungen und überlegte lösungsorientiert. Dabei stellte ich mir folgende Fragen:

- Was geht bei diesen Rahmenbedingungen?
- Welche Ressourcen können wir nützen, um diesen Tag möglichst sinnvoll zu gestalten?
- Was wollen wir mit diesem Tag als Minimum erreichen?

In den Vorgesprächen hörte ich dazu mehrere Ziele:

- Die Teilnehmer sollten einen ersten Einblick in die Themen der Kommunikation erhalten.
- Sie sollten durch diesen Tag vor allem „Lust auf mehr“ bekommen und erkennen, dass sie neben ihrem fachlichen Wissen noch einiges im Bereich der „Social skills“ lernen können.
- Übungssituationen waren daher durchaus gewünscht, es sollte nicht nur „Musik von vorne“ gespielt werden.

Dann erhielt ich interne Unterstützung: Zwei Vertreter der Personalabteilung boten an,

die Betreuung von Trainings-Sequenzen in Kleingruppen zu übernehmen. Somit hatten wir zwei interne und zwei externe Trainer zur Verfügung. Damit konnten wir einen abwechslungsreichen „Fahrplan“ gestalten:

Kurze Inputs wechselten mit Kleingruppenarbeiten, in denen Üben und Integrieren der Inhalte ermöglicht wurden. Der Rhythmus bestand aus 15 Minuten Impulsreferat und jeweils ca. 45 Minuten Übungen in Kleingruppen. Wir verzichteten auf aufwändige Videoanalysen und regten dafür die Teilnehmer immer wieder zu gegenseitigem Feedback an. Das ausführliche Skriptum mit Fragebögen zur Selbstdiagnose diente als „Nachlese“.

Die Veranstaltung verlief so, wie sie verlaufen musste: Viel zu wenig Zeit, um in die einzelnen Themen genauer einzusteigen. Die Bedeutung von Körpersprache mit ein paar Übungen erproben – schon ging es zu inneren und äußeren Rahmenbedingungen für gelungene Kommunikation, weiter zu klaren Ich-Botschaften, aktivem Zuhören ...

Bei mir entstand das Bild von Reisen, wie wir sie von asiatischen Besuchern kennen: „Europa in 8 Tagen“: Paris mit Versailles – Hafenbesichtigung in Hamburg – Brandenburger Tor in Berlin – München mit Hofbräuhaus – Getreidegasse in Salzburg – Ringstraße und Heurigenbesuch in Wien – Florenz und ...

Ein kurzer Einblick in alles – und weiter. Doch auch bei Rundreisen gibt es ja den Effekt, dass man denkt: DIESEN Ort möchte ich einmal näher kennenlernen. Und im Jahr darauf bucht man vielleicht eine Woche Paris.

Die Teilnehmer haben alle Eindrücke interessiert aufgenommen.

Zum Abschluss war der Tenor: „Dazu wollen wir mehr! Bitte das nächste Mal länger und noch mehr Übungen ...“

Scheinbar unmöglichen Anfragen muss man eben mit innovativen Strukturen begegnen, um Wirkung zu erzielen!

Eine kurze Veranstaltung kann als Impuls wirken. Als Berater sind wir gefordert, wirkungsvolle Impulse zu setzen.

Marianne Grobner