

Businessstheater

Starke Auftritte

Statt herkömmlicher Seminare setzen immer mehr Unternehmen bei der Personalentwicklung auf Schulungen, in denen das Theater eine wichtige Rolle spielt. Verschiedene Hamburger Businessstheater entwickeln hierfür individuelle Konzepte.



Wenn ein Getränkehersteller seine Preise erhöht, sind die Außendienstmitarbeiter oft gar nicht froh darüber. Denn sie sind es, die die neuen Preise gegenüber den Händlern rechtfertigen müssen. Ängste vor rückläufigen Verkaufszahlen sind die Folge. Hier setzt das Businessstheater „Steife Brise“ an: Es erarbeitet gemeinsam mit der Belegschaft Argumentationshilfen. Dies geschieht jedoch nicht dozierend im Frontalunterricht, sondern ganz spielerisch in spontanen Theaterszenen. So bittet das Ensemble um die „Steife Brise“-Geschäftsführer Torsten Voller und Thorsten Brand die Mitarbeiter des Getränkeherstellers beispielsweise darum, ihre Fragen rund um die neue Preispolitik anonym auf Zettel zu schreiben, die dann in Theaterszenen eingebaut werden.

Ähnliches geschieht, wenn zum Beispiel aus drei Abteilungen plötzlich eine wird. Kollegen, die sich zuvor als Konkurrenten gefühlt haben, sollen nun zusammenarbeiten. „Die Sorgen müssen erst einmal raus“, sagt Torsten Voller, der seit 15 Jahren dabei ist und unter anderem Konzepte zur Teamentwicklung sowie für Verkaufs- und Präsenztrainings erarbeitet. „Bevor offene Fragen nicht geklärt sind, sind auch keine Veränderungen möglich – als Schauspieler dürfen wir da auch mal frech nachbohren.“ Über den spielerischen Zugang gelingt es der „Steifen Brise“, eine Atmosphäre zu schaffen, die es den Teilnehmern erleichtert, sich mit anstehenden Veränderungen im Unternehmen auseinanderzusetzen. „Die Inhalte“, so Voller, „werden besser verinnerlicht, weil sie auf humorvolle Art und Weise vermittelt werden, das schafft emotionale Anker.“

Positive Erfahrungen mit der Kombination von Theater Techniken und Rhetorikmethoden hat auch Marc O'Polo gemacht. Mit dem Ziel, seine Mitarbeiter in sicherem Auftreten und überzeugendem Präsentieren zu schulen, hat das Unternehmen die „Steife Brise“ vergangenes Jahr ins Trainingsprogramm aufgenommen. „Vor allem schätzen wir die lebendige Seminargestaltung, das direkte Feedback der Trainer sowie die Ausrichtung der Übungen auf unsere Bedürfnisse“, sagt Petra Tramp, Director Human Resources Marc O'Polo. Für Thomas Fehr, Geschäftsführer des ABK



Illustrationen: Heid

Einkaufsverbandes der Bettenfachgeschäfte, kommt es darauf an, dass die Kunden die Verkäufer positiv wahrnehmen. „Und das“, sagt er, „gelingt nicht allein durch fachliche Argumente, sondern dazu gehören auch Körpersprache und Ausstrahlung. Durch Interaktion und Improvisation und indem sie die Verhaltensweisen der Verkäufer reflektiert, erzielt die ‚Steife Brise‘ Veränderungen, die im Kundenkontakt viel bewirken.“

Seit 1985 agiert das „Scharlatan Theater“ zur Unterstützung von Veränderungsprozessen in der Personalentwicklung und hat insofern Pionierarbeit geleistet. Inzwischen ist das „Theater für Veränderung“ auch auf internationalen Bühnen präsent, um mit gezielt eingesetzter Komik neue Leitbilder zu verankern, Fusionen zu unterstützen und Vertriebsmitarbeitern neue Verkaufsstrategien zu vermitteln. „Wenn der Mensch lacht, ist er entspannt und offen für neue Impulse, die Veränderungen in Gang setzen, auch wenn diese ein Konfliktthema berühren“, so „Scharlatan“-Gründer und Geschäftsführer Ali Wichmann.

Mit Klassikern wie „Orchesterprobe“ oder „Bandprobe“ werden Themen rund um Führung, Kultur und Werte inszeniert, und während die Zuschauer noch glauben, einen ernsthaften Musikbeitrag serviert zu bekommen, erkennen sie im nächsten Moment die firmen-

eigenen Strukturen wieder. Wenn der „Dirigent“ mit der „Ersten Geige“ diskutiert, weil die Harmonie des Zusammenspiels fehlt, werden genau die Themen angesprochen, die auch im realen Unternehmensalltag von Bedeutung sind. Wichmann: „Wir holen heikle Themen aus der Tabuzone, und dadurch entsteht Bewegung.“ Das gilt auch für die Programme zur Nachfolgeregelung innerhalb von Unternehmen und zur Burn-out-Prophylaxe, die aktuell stark nachgefragt sind.

Stefan Tewes, Verkaufshausleiter der Johannes J. Matthies GmbH & Co. KG, engagiert das „Scharlatan Theater“ als Maßnahme zur Mitarbeitermotivation. Der Lieferant von Autoteilen und Werkzeugen lud seine 70 Mitarbeiter ein zu einem Essen mit ungewöhnlichem Servicepersonal. In „Der Kollege kommt gleich“ mischen sich die „Scharlatane“ als Kellner getarnt in die Gespräche der Mitarbeiter ein. Am Ende entsteht eine eingeschlossene Gemeinschaft, die sich über die merkwürdige Kellnercrew austauscht, sich dabei näher kennenlernt und obendrein viel Spaß hat. Stefan Tewes ist überzeugt: „So ein gemeinsames Erlebnis ist nachhaltiger als ein Tankgutschein.“

Petra Schreiber
redaktion@hamburger-wirtschaft.de
Telefon 36138-305

Internet

- www.scharlatan.de
- www.steife-brise.de