

HERO MAGAZINE

UNDERCOVER

SALES TRAINING

Andreas Schnug | 40

DEN STEIN INS
ROLLEN BRINGEN

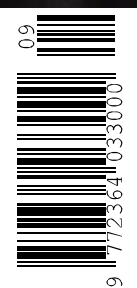
Gabriele Heinrich | 6

TRAINIEREN
WIE ECHE HELEDN

Guido Baues | 44

DER WEG IST DAS SPIEL!

**Tarek Abouelela &
Wolfgang R. Marschall**
Seite 18



DER WEG IST DAS SPIEL!

Mit unserem **Weiterbildungsangeboten und Trainings** befähigen wir unsere Teilnehmer, messbar **wirkzamere Ergebnisse im Job** zu erzielen. **30% mehr Umsatz** und eine **signifikant gesenkte Fluktuation** sind unter anderem **Resultate**, an denen sich unsere **Kunden*** erfreuen. Teilnehmer verlassen unsere Trainings **inspiriert**, erleben **mehr Passion** für ihren Beruf und übernehmen **Verantwortung** für sich und ihre **Ergebnisse**. **Von Trainingsmüdigkeit keine Spur.**

Das klingt wie der Text eines Werbers, dem der Kuli durchgegangen ist? Auf der anderen Seite wäre es ja klasse, wenn das möglich wäre. Ist es! Lesen Sie hier, wie solche Ergebnisse spielend leicht möglich werden.

** LUDOKI wirkt in folgenden Branchen: Vertriebsorganisationen, Versicherungen, Direktvertrieb, Mittelständische Unternehmen, Unternehmensberatungen, Consultants, Unternehmer, Trainer & Coaches*



DER WEG ist das Spiel

Spielend leicht oder besser spielend erfolgreich ist das Stichwort. Seminare dürfen heutzutage nicht mehr reine Frontalbeschallung sein, die Infotainmentverhalten fördert und nur wenig Raum für echte Inspiration und Potenzialentfaltung lässt. Das ist keine Neuigkeit und Ihnen ganz sicher bekannt. Plötzlich sind alle Seminare agil, es werden ganze Workshopreihen aufgesetzt, um die nächste Generation besser zu verstehen – hervorragend. Neue Produkte und Ideen entstehen in Design Thinking Workshops – großartig! Was ist mit Verhaltenstrainings – also wenn es um Führen, Verkaufen, Kommunizieren, erfolgreich Projekte managen und vieles mehr geht?

Hier ist schnell das Ende der Fahnenstange erreicht. Es wird theoretisches Wissen vermittelt. Sinnfreie Gruppenarbeiten oder Theoretiker, die ihr Wissen im besten Fall aus einem guten Buch haben, dreschen Phrasen und vermitteln krude Theorien, wie man beispielsweise im Vertrieb Weiterempfehlungen generiert. Nämlich indem man dem Kunden mehrere Visitenkarte überreicht ... echt jetzt?!

Auf der anderen Seite werden unglaubliche Budgets für Digitalisierung ausgegeben und wir schaffen es noch nicht einmal in das Smartphone unserer Kunden, wo es dann so leicht wäre, unseren Kontakt an Freunde weiterzuleiten. Nein, die Empfehlung zur Empfehlungsnahme ist nach wie vor 1970. Solche Wissensinhalte und diese unglaubwürdige Art der Wissensvermittlung erzeugt wenig Lust und Inspiration, neue Dinge auszuprobieren und in den eigenen Alltag zu integrieren. Insbesondere dann nicht, wenn es um wirklich etwas geht.

Menschen brauchen Können ihres Fachs

Die Teilnehmenden wünschen sich als Trainer echte glaubhafte Vorbilder – Können ihres Fachs, die sie inspirieren, über sich selbst hinaus zu wachsen. Warum sollte denn jemand von einem Trainer etwas lernen wollen, der weder für sein Thema brennt noch glaubhaft vermitteln kann, dass er in den trainierten Inhalten ein echter Meister seines Fachs ist? Schon Augustinus wusste: „Was du in anderen entfachen möchtest, muss in dir selbst brennen.“

Der ein oder andere Kritiker wird jetzt anmerken, dass ein Trainer – befließigt man sich des Sports als Beispiel – nicht besser spielt als »seine Stars«. Richtig, sonst würde er ja auf dem Platz stehen. Wenn Ronaldo einen Vortrag über Fußball oder wie man sich selbst an seine Grenzen bringt und darüber hinauswächst, halten würde, dann sind wir uns ziemlich sicher, dass er Stadien füllen würde. Jetzt weiß natürlich nicht jeder »Ronaldo«, wie man sein Kön-

nen vermittelt oder hat auch vielleicht gar nicht die Passion, sein Wissen und Können weiterzugeben. Dafür gibt es Trainer, die dies meisterlich beherrschen. Die Mindestanforderung bleibt, dass der Trainer für sein Thema lebt und brennt.

Unsere Teilnehmer jagen ihr besseres Selbst

In unseren Seminaren wird im wahrsten Sinne des Wortes gespielt. Die Seminarräume sind bunt, einen Beamer sucht man vergebens. Teilnehmer sitzen in kleinen Gruppen zusammen und jagen ihr besseres Selbst – ganz natürlich, wie es auch Kinder im Spiel tun. Kinder lernen fast alles, was sie lernen, im Spiel. Spiel lässt Raum für kreative Ansätze. Hier ist Scheitern erlaubt, ja sogar erwünscht. Die Frustrationstoleranz wird trainiert. Die Kids proben für den Ernstfall. Stundenlang wird der Ball immer wieder gegen die Wand getreten und eines Tages tritt der junge Mann den Ball in einem Endspiel ins Netz.

Sir Ken Robinson* schüttet mit seinen Forschungsergebnissen Wasser auf unsere Mühlen: 98% aller dreijährigen Kinder gelten als kreativ hochbegabt. Mit zehn Jahren sind es noch 30%, nach der Schule noch zehn und mit über 25 sind nur noch durchschnittlich zwei Prozent der Kreativität verfügbar, die in jedem von uns als Potenzial steckt. In jedem von uns. Mit nur zwei Prozent der potenziellen Kreativität versuchen wir, die kleinen und großen Probleme der Welt und des Alltags zu lösen. Das ist so effektiv, wie mit einem Löffel eine Badewanne zu leeren. Also lassen Sie uns den Prozess umdrehen und wieder mehr spielen.

Im Spiel gehen wir in den Wettbewerb. Wir gehen sogar das Risiko ein zu scheitern und lernen, dafür die Verantwortung zu übernehmen.

Geübt wird im Training – nicht am Kunden

In einem geschützten Raum probieren sich bei uns die Teilnehmer aus. Bereiten sich darauf vor, dann Spitzenleistung zu bringen, wenn es darauf ankommt. So wie dies ein Sportler eben auch tut. Kein Sportler der Welt würde auf die Idee kommen, erst im Wettkampf mit dem Training anzufangen. Diese Art von Timing kostet ganz sicher eines: den Sieg! Somit dürfte alles klar sein, wenn es um das Training im Business-Alltag geht. Weit gefehlt. Hier wird munter am Kunden, Mitarbeiter oder im Projekt trainiert. Es wird mehr Zeit dafür aufgewendet, eine ausgefeilte PowerPoint für den nächsten Pitch beim Kunden auszuarbeiten, als eben diesen in einem geschützten Raum zu testen. Das wäre so, als wenn ein Profisportler mehr Zeit auf die Erstellung seines Trainingsplans verwendet als für das eigentliche Training.

*sirkenrobinson.com/about/

Wir Businessathleten verwechseln oftmals Erfahrung sammeln mit dem eigentlichen Training. Im Wettkampf sammelt man Erfahrung, da wird nicht trainiert! Oder reagieren Sie bei einem Mitarbeitergespräch, das ein wenig in eine merkwürdige Richtung läuft, dahingehend, dass Sie aufstehen und sagen: „Gehen Sie noch einmal raus und kommen Sie wieder rein und wir starten noch einmal. Ich habe den Einstieg versaut.“ Zugegeben, in der Rubrik »paradoxe Intervention« sicher mal ein Highlight. Für den Alltag als Standardrepertoire eher ungeeignet.

Viele Herausforderungen in unserem Businessalltag wiederholen sich

Feedbackgespräche mit Mitarbeitern, Projektbriefings oder auch Einwände von Kunden: In den meisten Branchen kann man 80% der Einwände auf sechs Einwände subsummieren. Keine große Aufgabe, mag man meinen. In den letzten 4500 Jahren seit die Menschheit Handel betreibt, haben sich die Einwände nicht so wirklich weiterentwickelt – ist ja auch nicht nötig, da die Interventionen meist aus wenig eloquenten Sprüchen und unglaublicher Überraschung darüber bestehen, dass jemand doch tatsächlich schon eine Quelle für sein Druckerpapier hat. Es wäre ein Leichtes, mit ein wenig Training auf die sechs häufigsten Einwände mindestens drei Interventionen so zu trainieren, dass diese sicher und überzeugend dabei helfen, den Kunden doch noch für die eigene Dienstleistung oder das angebotene Produkt zu begeistern.

Warum drei Interventionen, wenn man doch eine gute hat? Weil wir keine Fans von Mythen und Märchen sind. Oft wünschen sich Teilnehmende Zaubersprüche, mit denen der Kunde sofort kauft, der Mitarbeiter liebend gerne die Extrameile geht, ein Change-Prozess mit Freude und ohne Ängste und Vorbehalte abläuft, Projekte einfach so durchlaufen und das Budget noch weit untertroffen wird. Wir hoffen, es enttäuscht Sie nicht allzu sehr, wenn Sie das erfahren: Es gibt keine Zaubersprüche. Es geht darum, die wirksame Handlungsflexibilität zu erhöhen. Das gelingt nur durch Training. Ganz sicher nicht mal eben mit einem Training. Regelmäßig unter Wettkampfbedingungen. Gerade ein »spielerischer« Ansatz mit anderen Teilnehmern bietet dazu die ideale Umgebung. Der Ehrgeiz, der sich im Spiel entwickelt, ist unbestritten. Selbst eine Runde Monopoly an Weihnachten im Kreise der Familie kann sehr sportlich werden.

Spielen – der ideale Lernzustand

Spielen bringt uns in einen sehr günstigen Lernzustand. In vielen Trainings – und gerade, wenn es darum geht, ein günstigeres respektive wirksames Verhalten zu trainieren – bedeutet das immer ein Verlassen der eigenen Komfortzone. Das ist nicht immer



vergnügungssteuerepflichtig – wir kennen das vom Sport. Schwächen ausmerzen macht nicht so viel Spaß, wie weiter an den großen Stärken trainieren. Wir scheitern nun mal eher an unseren kleinen Stärken als an unseren großen Stärken. Aus diesem Grund ergibt es durchaus Sinn, den Schritt aus der Komfortzone zu wagen.

Und bitte: wirklich nur Schrittlänge! Bewegt sich jemand nämlich zu sehr aus der Komfortzone heraus, ist das Stresslevel zu hoch, dann meldet sich schnell die Amygdala und macht dem gesamten, wenn auch gut gemeinten, Lernvorhaben einen Strich durch die Rechnung. Für manch' einen reicht es schon aus, den Grenzzaun seiner Komfortzone am Horizont zu sehen, um in den Widerstand zu gehen. So ist eine Haltung mit dem Fokus auf Probleme und Schwierigkeiten vorprogrammiert.

Schon werden in einem Training die ersten Nebelbomben gezündet und das große Jammern beginnt. Die Komfortzone wird mit allen zur Verfügung stehenden subtilen und weniger subtilen Mitteln verteidigt. Das ist menschlich und oftmals ein bewährtes Verhalten, um unliebsame Veränderungen doch noch abzuwenden und abzuwarten bis die »nächste Sau« durchs Dorf getrieben wird. Teilnehmer verfallen in ein Infotainmentverhalten und werden zu passiven Konsumenten. Die Haltung bleibt dann eben auch genauso passiv. Nach dem Motto: „Mal sehen, was es zum Mittagessen gibt.“ Unter dem Vorwand, es müsse ja auch zu einem selbst passen und authentisch sein, werden allzu häufig Techniken – bevor diese überhaupt einmal nur getestet wurden – bereits wieder verworfen. Welch irrwitziger Gedanke, dass etwas, das man ggf. das allererste Mal macht, gleich authentisch sein muss. Auf diese Idee kommt niemand, der zum ersten Mal ein Musikinstrument in der Hand hält. Oder erinnern Sie sich an Ihre erste Fahrstunde, was sich sicher auch alles andere als authentisch angefühlt hat. Ein Fahrstil entwickelt sich eben erst nach einer gewissen Zeit und wenn wir schon bei diesem schönen Bild sind ... authentisch heißt

im Hinblick auf den Fahrstil nicht, dass dies ein guter oder sicherer Fahrstil ist. Wer daran zweifelt – ab auf die Straße. In diesem Fall ist eine Selbsterfahrung ganz sicher heilend.

Der persönliche Touch kommt von ganz allein

Das Paradoxe an diesem vielfach geäußerten Wunsch ist, dass Teilnehmer sich darüber am allerwenigsten Sorgen machen müssen. Der authentische Stil entwickelt sich nämlich mit der Zeit ganz von selbst. Das Schöne an unserer Spezies ist: Wir können uns in unserer Persönlichkeit weiterentwickeln. Was mit 20 noch sehr stimmig und authentisch wirkte, erscheint mit 35 möglicherweise merkwürdig. Mit 50 hat sich der ein oder andere dann wieder ein Stückchen weiterentwickelt und etwas, das sich vor 10 Jahren noch merkwürdig und »hakelig« angefühlt hat, geht jetzt ganz selbstverständlich – und hat eine individuelle persönliche Note erhalten. Weil die Zeiten eher schnelllebig geworden sind und wir uns schnell auf neue Umstände einstellen und adaptieren müssen, braucht es Methoden, die schnell und gleich auf mehreren Ebenen wirken.

Eine sehr wirkungsvolle Methode ist, die Teilnehmer in einen spielerischen Zustand zu versetzen, dann ist dieser nahezu immer lösungsorientiert. Oder haben Sie schon einmal Kinder gesehen, die problemorientiert spielen? Das schaffen selbst wir Erwachsenen nur schwer.

Leistung durch Einstellung & Haltung

In einer lösungsorientierten Haltung wird das kreative Potenzial Ihrer Mitarbeitenden angezapft und in wirkungsvollen Handlungsalternativen verwertet. Spielerisches Lernen setzt also an der

Haltung an und das ist auch richtig und wichtig. Stimmt die Haltung der Lernenden nicht, läuft jede Maßnahme ins Leere. Geschulte Methoden wirken seelenlos und entfalten nicht die gewünschte Wirkung. Sie kennen das von der Tankstelle: Sie spüren sehr deutlich, ob die Frage, ob es denn noch ein Kaffee und oder etwas zum Essen sein darf, wirklich aus einer proaktiven Haltung gegenüber Ihnen als Kunde kommt oder ob es einfach nur eine Floskel ist, die gesagt werden muss und der Blick schon sagt: „Der Nächste bitte“. Aus diesem Grund muss ein Training, das Wirkung entfalten soll, unbedingt auf der Ebene der Einstellung und Haltung ansetzen. LUDOKI setzt genau auf dieser Ebene an. So wird aus Müssen Wollen. Aus dem Wollen wird Machen. Aus Machen wird Leistung.

Warum?

Nur Erlebnis bringt Ergebnis

Stellen sich die ersten Erfolge ein – und das reicht schon in dem geschützten Lernumfeld – zahlen diese günstig auf unser Set aus Glaubenssätzen ein. Unser Gehirn macht nämlich wenig bis keinen Unterschied, ob wir die Erfahrung wirklich oder in einer Simulation gemacht haben. Aus diesem Grund wird auch in der Ausbildung von Piloten auf gute Simulatoren gesetzt. Hier kommt dem Trainer, der den Rahmen für eine solche Simulation setzt, eine bedeutende Rolle zu.

Zu oft beobachten wir absolut praxisferne Rollenspiele. Es werden häufig alle schwierigen Mitarbeitergespräche, die je erlebt wurden, in eine Person aggregiert und diese tritt mir dann im Rollenspiel als Level 12 Endgegner entgegen. Ein solches Vorgehen in Rollenspielen erzeugt nur Frustration und wirkt sich ungünstig auf die Glaubenssätze aus und damit auch auf die Einstellung und Haltung des Teilnehmenden. Was bleibt, ist das Gefühl, egal wie sehr ich mich anstrengte: „Es bringt ja sowieso nicht den gewünschten Erfolg“. Im Sport findet ein solcher Unfug nicht statt. Niemand kommt auf die Idee, in seinem ersten Training alle Gewichte auf die Hantelstange zu laden, die er finden kann. Jedem ist klar, wie das enden muss: mit verletzter Eitelkeit und im schlimmsten Fall mit einem Muskelfaserriss. Von einem Trainingseffekt kann man hier sicher nicht sprechen.

Stattdessen steigert man sich besser langsam, wird mutiger. Das Zutrauen steigt mit den immer besser werdenden Fähigkeiten und bald kann man es kaum noch erwarten, die neuen Fähigkeiten in seinem Businessalltag anzuwenden. Die Wahrscheinlichkeit von einem positiven Ergebnis ist hoch – und die Freude auf das nächste Training, das mich zu mehr Wirkung und Erfolg bringt, eben auch. So macht die Jagd nach seinem besseren Selbst Spaß und erzeugt eine echte Sogwirkung.

Das Spiel ist der Weg!



LUDOKI

Spielend erfolgreich

LUDOKI steht für Weiterentwicklung auf einem völlig neuen Level. Als Mentoren und Berater zeigen sie Unternehmen, wie sie das volle Potenzial ihrer Mitarbeiter abholen, entfalten und nutzen können. Messbar wirksamere Ergebnisse, 30 Prozent mehr Umsatz und weniger Fluktuation sind nur ein paar der Resultate, die LUDOKI spielend leicht Realität werden lässt. Unter den Geschäftsführenden Gesellschaftern Wolfgang Marschall und Tarek Abouelela bietet LUDOKI Beratung, Aus- und Weiterbildung sowie fertige Tools an. Ihr Credo: Spielend erfolgreich.

www.ludoki.com

