



Die sieben Stellhebel

Mehr Energie für Lern- und Change-Prozesse

© Dr. Hermann Will, WUP WILL UND PARTNER

Ohne „Energie“ geht nichts in Lern- und Veränderungsprozessen! Aber woher kommt sie? Steht sie konstant zur Verfügung? Verpufft sie nach einem Anfangshoch? Wie überträgt sie sich von kleinen Initiativgruppen auf die übrigen Mitarbeiter im Unternehmen? Welchen Stellenwert haben dabei Trainings, Workshops und Events? Erhöht „Inszenierung“ Wirkung und Wirksamkeit von Veranstaltungen? Und was davon bringt Gewinn für die Lern- und Changeszene?

Veranstaltungs- und Prozess-Energie

Unsere „sieben Stellhebel für mehr Energie“ für Personen, Veranstaltungen und Prozessen spielen mit der Energie-Metaphorik. Strenge Physiker treibt das vermutlich zur Verzweiflung. Aber als Trainer, Organisationsentwickler, Change-Manager oder Moderator „weiß“ man um Energiequellen, Energiefresser und Blockierung, um kritische Zündtemperaturen, um „kalte“ Events und Prozesse, die nie mehr zum Laufen kommen, um Temperaturen, bei denen Themen und Prozesse „heiß“ werden und Teilnehmer Feuer fangen. Und manchmal explodiert alles.

Stellhebel 1: Heiße & ehrliche Themen

Workshops, Klausuren und Events kreisen um Themen. Schlimm, wenn die kalt lassen oder für die Betroffenen bestenfalls lauwarm bleiben. Da wird man alle anderen Hebel in Bewegung setzen, um das zu ändern – oder man lässt's gleich sein.

Ablenkung durch Themen zweiter Wahl?

Wenn beispielsweise bei der großen Jahresauftaktveranstaltung des Vertriebs die Unzufriedenheit mit Vergütungsregelung und Führung sowie abgestürzte Projekte ausgeklammert werden, dann schwelen diese Themen während des Events unkontrolliert vor sich hin. Themen zweiter Wahl („Wir sind ein Team“) oder attraktive Aktionen (Lichtshows und gemeinsame Malaktion mit allen 400 Teilnehmern in weißen Overalls) können davon ablenken – aber das spüren alle. Man muss alte ungelöste Themen nicht immer wieder breitwalzen, aber ein Ventil für tabuisierte Explosiv-Energie braucht es.

Um Aufmerksamkeit für Themen werben

Manchmal ist die Hitze der Themen nicht allen Beteiligten in gleicher Weise deutlich: Manches brennt der Geschäftsleitung oder Personalentwicklung auf den Nägeln, aber die Mitarbeiter sehen gar keine Brisanz – und umgekehrt. Deshalb dienen Veranstaltungen (auch) dazu, die Bedeutung der anstehenden Themen gemeinsam wahrzunehmen und werben so um Aufmerksamkeit.

Wer braucht „Betroffenheit“?

Klassische OE-, Change- und Workshop-Vertreter gewinnen Prozess- und Event-Energie bevorzugt aus Problemen und ungelösten Dilemmata. Sie brauchen „Ehrlichkeit“, „Betroffene“ und Themen, die unter die Haut gehen. „Inszenierung“ ist ihnen eher suspekt. Vertreter der Event-Kultur heizen weniger heiße Themen durch Inszenierung und Effekte an – Lichtshows, Zauberkünstler, Feuerwerke, schwebende Jungfrauen, Beide Ansätze bringen Energie und können große Gruppen arbeitsfähig und zufrieden machen. Aber was schafft ausreichend Energiereserven für den ganzen Workshop und die anschließenden Folgeaktivitäten?

Stellhebel 2: Klare Visionen, Ziele und Wege

Von Hänsel und Gretel weiß man, dass es gefährlich ist, sich im Wald zu verlaufen. Den Weg zu verlieren ist schlimm, das Ziel zu verlieren noch schlimmer.

Energie durch klare Richtung

Klare und attraktive Ziele schaffen Perspektiven und energetisieren Personen, Prozesse und Veranstaltungen. Ideal, wenn solche Ziele verständlich, präzise und ohne sichtbare Brüche und Widersprüche sind! Dazu dient „Zielarbeit“. In Krisensituationen energetisieren manchmal auch irrationale Ziele – wenn sie nur einfach und klar sind.

Energie durch stimulierende Visionen

Als Kolumbus seine Mannschaft für die große Reise anheuerte, war das Ziel klar: „Indien“. Aber hinter diesem Ziel stand mehr: Die Hoffnung auf Reichtum, Gold und Gewürze, Ehre, Ruhm und Abenteuer. Ziele setzen vor allem dann Energien frei, wenn hinter ihnen attraktive längerfristige „Visionen“ stehen. Die wecken Hoffnungen, stillen Sehnsüchte und versprechen die Erfüllung von Wünschen.

Energie durch sichtbare Wege

Weniger gläubiges (oder „vorgeschiedigtes“) Publikum will mehr als schöne Ziele und Visionen. Zumindest die Spur eines möglichen Weges und eine Chance auf Erfolg will man sehen. Das macht Mut und energetisiert – selbst wenn der Weg steinig ist.

Ziele altern!

Jedes Butterpäckchen hat ein Verfallsdatum aufgedruckt. Das sollte auch für Ziele üblich werden. Dann gehören sie entweder entsorgt, neu justiert oder neu komponiert – und auch das wieder mit Verfallsdatum. Wer alte Ziele nicht auf Frische prüft, bekommt keine Energie für Prozesse und Veranstaltungen!

Stellhebel 3: Mit Partizipation

Mitmischen können reizt: Wenn sich jemand aus der Firmenleitung die Mühe macht, auch das Fußvolk zu informieren, wenn man ernsthaft gehört und gefragt wird, man vielleicht sogar Einfluss nehmen kann, dann setzt das Energie frei. Das kippt ins Negative, wenn alles nach Alibi oder Ablenkmanöver riecht.

Wer / wie viele werden beteiligt?

„Das ganze System in einem Raum“: Alle sind einbezogen und zur Teilnahme eingeladen. Daher der Trend zu großen Gruppen. Wenn „alle“ zu viele sind oder nicht alle gleichzeitig verfügbar sind, dann delegieren Abteilungen „Betroffene“, dann wird

ausgewählt, auserwählt oder gelost. Oder jeder kann sich selbst einladen oder bewerben.

Nicht immer ist das Prinzip „das ganze System!“ der beste Ansatz: Große Gruppen können sich blockieren oder heiß laufen. Ihre Dynamik überrollt die Unternehmensleitung und der kühle Kopf und das „Einmal darüber schlafen“ sind in Gefahr. Transparenz und Fairness des Auswahlverfahrens sind wichtige Faktoren für Energie.

Vorher – während – nachher: Drei Zeitpunkte der Beteiligung

Viele wollen schon im Vorfeld einbezogen sein. Wer erst im Event gefragt wird oder sich dort nur als Stimmvieh bzw. lebende Klatsch-Kulisse erlebt, ist sauer. Und wer erst nach der Veranstaltung bzw. bei der Umsetzung mitwirken darf, hat keine Lust mehr oder kommt nicht mehr auf Touren. Ein Problem liegt im unterschiedlichen Zeitempfinden: Das „normale“ Volk will rasche Konsequenzen und Aktionen. Im Gegensatz dazu gehen systematische Change-Projektleiter gründlich vor, werten aus, koppeln Informationen und Ergebnisse an Gremien zurück, Das dauert und die Betroffenen verlieren den Anschluss. Ihre Energie sinkt. Da sind dann Zwischenstands-Workshops sinnvoll, damit man wieder einsteigen kann.

Reichweiten der Partizipation

Wie viel Beteiligung ist drin? Die Palette reicht vom Informiert sein, ausführlich informiert werden, übers Mitreden, Mitdenken, Mitentscheiden bis zum Entscheiden. Und dann macht es noch einen Energie-Unterschied, ob man bei der Umsetzung selber Hand anlegen kann und Verantwortung und Ressourcen-Zugriff hat.

Stellhebel 4: Den Gesamt-Prozess mitdenken

Wer nur auf die Veranstaltung schaut und nur sie optimiert, greift zu kurz, denn dann entstehen berauschende Feuerwerke, und danach ist Schluss. Die Energiequelle der dahinter liegenden Prozesse bleibt ungenutzt. Schade drum!

Von der Achse her planen!

Wir unterscheiden punktuelle „Veranstaltungen“ von den ihnen zugrunde liegenden mittel- bis längerfristigen „Projekten“ (auch wenn die formal oft nicht „Projekt“ heißen). Das Projekt ist die „Achse“ – Veranstaltungen sind die „Punkte“ auf dieser Achse. Wenn also beispielsweise für 200 Mitarbeiter eines Versicherungs-Rechenzentrums eine große Info- und Austauschveranstaltung „Reise in die client-server-Welt“ konzipiert und inszeniert wird, dann lohnt sich der Aufwand nur, wenn das Auftakt ist für eine Reihe nachfolgender Qualifizierungs-Workshops bzw. Folgeseminare und für verstärkten Infofluss im Unternehmen. Dieses „Projekt“ muss vor dem Event stehen. Als Planer wissen Sie das. Aber haben Sie ausreichend langen Atem, das durchzustehen? Weiß das auch Ihr Auftraggeber? Und was ist, wenn im Unternehmen die Zuständigkeiten gesplittet sind und alle Gruppen eigene Vorstellungen von Prozess und Aufgaben haben: die Chefs, die Organisations- und Personalentwicklung, die

Trainingsabteilung und eventuell noch die Event-, Messe- oder Veranstaltungsabteilung?

Prozess-Qualität bringt Energie

Die Qualität des Hintergrundprozesses muss stimmen. Die beginnt mit der Prozess-Transparenz, mit geregelterm Info-Fluss, mit klaren Schritten und Beschlüssen und mit Beteiligung. Dazu kommt zweitens Flexibilität, Offenheit und Improvisation, denn zu viel Festlegung macht Prozesse tot. Da hilft flexible Fachwerk-Planung und flankierendes Prozess-Monitoring. Drittens geht es um die Prozess-Historie: Planer sollten mitbekommen, wenn schon wieder die gleiche Sau durchs Dorf getrieben werden soll, wenn wieder gleiches Design oder gleiche Methodik auf dem Programm zu stehen drohen.

Stellhebel 5: Umfeld & Management einbinden

Ist das Potenzial des gesamten Unternehmens Energie-Quelle für die Veranstaltung? Das Management spielt dabei eine zentrale Rolle und die Dynamik der Mikro-Politik.

Energiefeld Mikro-Politik & Psychodynamik

Verwirrende Rollen und Spiele aus den Tiefen des Gesamtsystems können Prozesse und Events blockieren, aber auch kräftig voranbringen. „Plötzlich“ sind sie auf offener Bühne: Ankläger, Opfer, Rächer, Henker, Helfer, weiße Ritter, Kassandras. Gespielt wird Intrige, Liebe, Nibelungentreue, Verrat, Kampf, Sühne, Haifischbecken, Und das ganze vermischt sich mit Erfahrungswerten und Glaubenssätzen. Bekannt sind die „Bayrischen Verwaltungsregeln“: „Ja, eahm schau oh!“, „Des ham ma oiwei scho so g'macht!“, „Wo kamad ma da hi?“. Aber die gibt es auch jenseits des Weisswurst-Äquators. Sie fressen Energie, schützen aber auch vor Macht und Interesse und dem Übereifer neuer Besen.

Steht das Management dahinter?

Veranstaltungen in Unternehmen, die das Management nicht will, sind die Ausnahme. Jedoch haben gut und edel klingende Vorhaben zwar oft den Segen der Geschäftsführung, wenn es aber zum Schwur kommt oder die Umsetzung Ressourcen fordert, dann hebt niemand die Hand. Ein Initiator war dafür, der Rest der Geschäftsführung war nicht dafür, aber auch nicht wirklich dagegen. Vor allem wollte niemand widersprechen. Weil das unterschwellig alle Teilnehmer wissen, steht kaum jemand mit voller Kraft dahinter. Solche Projekte und Veranstaltungen sind von Haus aus kranke Kinder.

Management zum Anfassen

Unternehmens-Events bieten für viele Mitarbeiter die seltene Gelegenheit, „die da oben“ hautnah zu erleben: Die Unternehmensleitung live in der Manege! Direkter

Dialog, Rede und Antwort stehen! Ein Beispiel: Bei der 160-Mitarbeiter-Klausur präsentiert der Sprecher der Geschäftsführung vor dem Abendessen seine sieben persönlichen Thesen zur Unternehmenszukunft. „Express-Fragen“ aus dem Publikum bekommen schnelle „Express-Antworten“ des Vortragenden – der Moderator sorgt so für Verständnisklärung. Am Folgetag diskutiert die komplette Geschäftsführung (mitten im Raum) die Vorabend-Thesen mit allen – straff moderiert und wieder unter dem Aspekt „meine persönliche Meinung“. Anschließend bilden Mitarbeiter Themengruppen. Die entwickeln Vorschläge und Angebote für die Geschäftsleitung, stimmen sie gegenseitig ab (Umschluss-Präsentationen) und machen sich mit Storyboarding®-Bilder startklar für die nun folgende Präsentation vor der Leitung.

Klar, ehrlich, entscheidungsbereit

Mitarbeiter wollen, dass ihr Management in Veranstaltungen klar und authentisch „rüberkommt“ – weder nassforsch noch schwabbelig. Und sie wollen klare Entscheidungen vor Ort. Das konkurriert mit komplexen Beschlussprozeduren in Großunternehmen und darf bedächtiges Entscheiden nicht aushebeln. Beim Beispiel der 160 Mitarbeiter war für die Präsentation der Gruppenergebnisse folgender Reaktionsmodus vereinbart: Die Geschäftsführung antwortet wahlweise sofort mit „Ja, greifen wir auf, weil!“ oder „Nein! Wollen wir nicht, weil“. Und wenn es noch Klärung braucht, dann kommt „Arbeiten Sie das bitte als Projektvorlage aus – möglichst bis zum!“ oder „Das wollen wir noch innerhalb der Geschäftsführung diskutieren. Unsere Stellungnahme steht ab im Intranet“. Solche Einbindung des Managements braucht Briefing vorab, damit die Dynamik die Chefs nicht überrollt.

Rauchopfer für „Nichtdabeis“

Naturvölker glauben an Geister. Auch in Veranstaltungen tut man gut daran, den „Nichtdabeis“ Rauchopfer zu bringen, damit sie der Veranstaltung und dem Prozess wohlgesonnen bleiben oder werden. Nur indirekt anwesend sind nicht-eingeladene, nicht direkt zur engen Zielgruppe zugehörige, Nachbarabteilungen, Kranke, Urlauber, Verweigerer, und oft auch interne oder externe Kunden. Aber im Raum sind sie doch irgendwie. Wer keine Räucherstäbchen opfern will, wird wenigstens vorab versuchen, ausgewählte Nichtdabeis zu interviewen bzw. zu informieren, um sie einzubinden. Und in der Veranstaltung wird man Info-Fluss und Sprachregelung für nachher und außen abstimmen.

Stellhebel 6: Mit Makro-Inszenierung

„Inszenierung“ ist all das, was man absichtsvoll tut, um mehr Wirkung und damit mehr Wirksamkeit und Nachhaltigkeit zu erzielen. Beginnen wir mit der Inszenierung höherer Ordnung.

Kontakt schafft Energie

Energiequellen: Mit Menschen aus anderen Arbeitsfeldern in wechselnden Konstellationen zusammen arbeiten, mehr Wahlmöglichkeiten der Kooperation haben als sonst. Für Veranstaltungen heißt das z.B. unübliche Rekrutierung und

Zusammensetzung der Teilnehmer, zusätzlich eingeladene Gäste aus anderen Bereichen (eventuell nur zeitweise), Arbeit mit größeren Gruppen und dabei häufig systematischer Mix der Teilnehmer (verschiedene Formen der Gruppenbildung). Wenn möglich, beginnt der Kontakt bereits im Vorfeld der Veranstaltung, dann sind Teilnehmer schon „vorgeglüht“.

An Konkretem arbeiten

Aktions-, Geschäfts- oder Unternehmensziele statt „Lernziele“! Raum geben für Fragestellungen der Teilnehmer – die wissen in der Regel, welche Themen für sie heiß sind, welche sie wie anpacken wollen. Trainings, Workshops oder Incentiv-Events entwickeln sich zu konkreten Aktionen und Projekten. Die Veranstaltung schafft den Rahmen, gibt Support und unterstützt die Folgeschritte. Das setzt Energie frei und erhöht die Durchschlagskraft. Aus Spielraum wird „Ernstraum“. Manchmal geht es darum, die heißen Themen erst noch aus dem Wust der vielen anderen Themen klar heraus zu arbeiten und sei es mit der Frage „Wofür ist unser Unternehmen im Moment noch nicht reif?“.

Von uns – für uns!

Professionelle Moderatoren und Referenten machen es (vielleicht) besser als die Mitarbeiter des eigenen Unternehmens. Aber die Organisation lernt in Bezug auf Veranstaltungs- und Präsentations-Know-how nichts dazu, wenn sie auf Externe setzt. Denen fehlt der Stallgeruch und energetisch bringen „Von-uns-für-uns“-Veranstaltungen mehr. Also „Do it yourself!“ und „Live on stage!“: Beim Beispiel des client-server-Tags fürs Rechenzentrum präsentierten und moderierten Mitarbeiter statt externer Software-Profis. Sie wurden für ihre Auftritte gründlich gecoacht, damit sie vor 200 Zuhörern sicher auftreten und mehr bieten als reine PowerPoint-Show. „Do it yourself“ läuft nicht immer glatt. Aber es hat den Charme der Improvisation – hochgestylte Events gibt’s genug!

Räume als Energiebremsen und Energiequellen

Viele Besprechungsräume, Tagungshotels und Kongresszentren sind steril und austauschbar – Raum-Junkfood. Wie soll dort Neues entstehen, Aufbruch und Innovation? Also suchen wir andere Arbeitsorte: Museen, Zelte, Werkstätten, Werkshallen, Klöster, Burgen, Und weil das nicht immer geht, verlassen wir wenigsten zwischendurch die sterilen Räume und schicken die Teilnehmer ins Freie, ins Kaufhaus, ins Museum, in die Fußgängerzone – natürlich mit klaren Zeitlimits und Aufgaben.

Metaphorik, Mythen & Rituale als Energiequelle

Feuer, Hölle, Himmel, Prozession, Wallfahrt, Blocksberg, Aussaat, Ernte, Ei, Hochzeit, Expedition, Wüste, Dschungel, Berg, Turnier, Duell, Gral, Begräbnis als Abschied, Geister, Ahnen, Eine Metapher passt für Ihren Prozess und wird dann konsequent umgesetzt – mit Logo, Rahmenhandlung, Aktion, Kulisse, Musik, „Bühnenbild“, bei der Einladung, Ortswahl und Raumgestaltung.

Stärken machen stark!

Stärken- statt Mängelzentrierung: Dass Menschen aus Fehlern klug werden, ist bekannt. Aber mit viel mehr Lust und Energie lernen und arbeiten sie, wenn sie auf ihre Stärken, Kenntnisse und guten Erfahrungen aufsatteln können. Also kreisen nicht alle Workshops, Trainings und Events um die traurigen Defizite, sondern gehen (auch) von den Stärken aus. Also statt: „Wie bekommen wir unsere 5 % Fehlerquote weg?“ – „Wie haben wir 95% Erfolgsquote geschafft?“. Und wenn das klar ist, dann kann man fragen „Was können wir tun, um mehr als 95% Perfektion zu produzieren?“.

Stellhebel 7: Mit Mikro-Inszenierung

Ohne heißes Thema, ohne attraktive Ziele, ohne Beteiligung, ohne Flankenschutz aus dem Gesamt-Prozess und dem System haben die folgenden „kleinen“ Inszenierungen wenig Kraft. Aber wenn die Voraussetzungen stimmen, dann aktiviert man mit diesen einfachen Mitteln überraschend viel Energie für Veranstaltung und Prozess. Theater, Show und Event nutzen diese Inszenierungs-Energiequellen seit langem (vielleicht zu exzessiv. In Info-, Lern- und Change-Veranstaltungen erobern sie sich im Moment erst ihren Platz.

Bewegung und Bühnenwechsel

Körperliche Bewegung bringt den Geist auf Trab. „Festsitzen“, „stehenbleiben“, „stecken-bleiben“ signalisieren schon sprachlich, dass längeres Sitzen (besonders an großen Tisch-Us) Energie frisst. Also Teilnehmer möglichst oft auch körperlich in Bewegung bringen: Man versammelt sie vor Pinwänden oder Wandplakaten, geht – im wahrsten Sinn des Wortes – ein Thema entlang mehrerer Wandposter „durch“ oder arbeitet mit Poster-Session. Gruppenergebnisse werden in den Räumen präsentiert, in denen sie entstanden sind – selbst wenn dort große Gruppen eng wie Sardinen stehen. „Wechselnde Bühnen“ unterstützen das: Die Beamer-Präsentation leuchtet an der Stirnwand, Diskussion und Pinwände haben ihren Platz dagegen im rückwärtigen Teil des Raums (ggf. im Sitzkreis). Prozess-Ablaufschritte liegen großflächig auf dem Boden und man geht von Milestone zu Milestone. Gegenthesen bzw. „bisheriger Zustand“ und „neue Lösungsansätze“ hängen auf großen Plakaten an zwei gegenüber liegenden Seiten im Raum und die Gruppe steht wirklich „dazwischen“, um die beste Lösung zu finden.

Show- und Bühnenzitate

Die großen Events greifen voll in die Show-Trickkiste. In Schulungen, Workshops und Tagungen bringen bereits kleine Inszenierungs-„Spuren“ Wirkung – wie bei der Homöopathie. Also keine riesigen Scheinwerfer, Drehbühnen, Zirkuselefanten oder echte Kunden. Ein kleiner Scheinwerfer aus dem Baumarkt, ein großes schwarzes Tuch über zwei Pinwänden als Bühnenkulisse, ein paar Takte Show- oder Zirkusmusik, ein Prolog, ein running gag, eine kurz angespielte Szene, Applaus, ein als „Kunde“ maskierter Teilnehmer (natürlich nicht alles auf einmal) – den Rest erzeugt die Anmoderation und die Fantasie im Kopf.

Kreative Methodenvielfalt

Vortrag und PowerPoint-Präsentation sind auf Dauer Energiefresser – von brillanten Ausnahmen abgesehen. Also nutzt man all das, was sich in anderen Arbeitsfeldern als nützlich und mächtig erwiesen hat: Erlebnislernen und Rollenspiele, Lernzirkel, Parcours und Wettkämpfe, Workshop- & Kreativ-Methoden, Theater-Elemente, Cartoon- & Videoproduktion, Storydealing, Auch medial gibt es mehr als kalorienarme Folienkost plus Pinwandkärtchen. Also: Poster, Poster-Sessions, Infostände, Banner, Bodeninstallationen, Barfuß-Videos, schnelle Flipchart-Handskizzen, Modelle und Knobelaufgaben, etwas fürs Ohr, für die Nase, Dinge zum Begreifen, Und wenn schon Folien, dann mehr als brav-naive Layoutvorlagen des Typs „Bulletpoints an Überschrift“. Für viele Veranstaltungen sind diese Methoden Energiebringer. Aber vorher recherchieren, ob die Teilnehmer davon früher vielleicht schon eine Überdosis abbekommen haben. Dann wird man anderes wählen.

Inszenierte Präsentations-Inputs

Eigentlich ist das eine Untergruppe der Methoden. Aber weil Präsentationen so häufig sind und vielfach so schauerlich energiezehrend, hier ein paar kleine Inszenierungshilfen: Beginn mit einer Start-Story oder mit einem Start-Abfrage-Dialog. Geführte Präsentationen („Vernissage“), Interviews bzw. Tandem- oder Antagonisten-Präsentation (zu zweit), Frage-Antwort-Runde und zumindest zwischendurch „Express-Fragen mit Express-Antworten“. Oder vielleicht gleich eine Expertenbefragung.

„Du hast keine Chance – nutze sie!“

Natürlich haben Sie Recht: Man kann sich zu Tode amüsieren mit Erlebnisorientierung, Inszenierung, Event und Show. Zentrales soll ernst sein – nicht verspielt. Manchmal müssen Lernen und Change weh tun. Inszenierung darf nicht Selbstzweck sein! Aber Gott sei Dank gibt es sieben Energie-Stellhebel für Veranstaltungen und Prozesse. Die wird man klugerweise alle nutzen, den einen mehr, den andern weniger – so wie’s passt. Das gibt Energie, nützt, reizt, wirkt und bringt Prozesse und Events, Themen und Unternehmen voran. Unsere „Stellhebel“ suggerieren, dass diese Prozesse steuerbar sind. Aus Erfahrung wissen wir allerdings auch, dass manche Hebel schwer zu bedienen sind und dass manchmal die Hebel die Maschinisten steuern. Herbert Achternbusch wird der Satz zugeschrieben: „Du hast keine Chance – nutze sie!“. Also versuchen wir bei jedem neuen Lern- und Changeprozess das spezielle Hebel- und Stellwerk zu erkunden, zu verstehen und zu nutzen.

Was macht WUP WILL UND PARTNER?

Auf unsere breite Themenpalette sind wir stolz: Eigenwillige Trainer-Trainings. Inszenierte Workshops und Veranstaltungen, Info-, Lern- und Change-Events. Präsentations- und Auftritts-Coaching. Entwicklung, Transformation und Change. Kreativität und Innovation im Unternehmen. Da beraten, begleiten, schulen oder moderieren wir – „anders als üblich“. Sie können uns buchen, unsere Bücher kaufen oder Sie laden uns als Impuls-Geber zu einer interaktiven „Lesereise“ ein – auch für großes Auditorium.

30-5-2017_Will