



Heinz Kraft
Leiter AG Deeskalationstrainings

Akquise einmal anders...

Das Thema Akquise ist in der Trainerszene ein Dauerbrenner. Welche Möglichkeiten bestehen für Anbieter in der Fort- und Weiterbildung über die üblichen Wege hinaus, auf sich, auf sich aufmerksam zu machen? Die folgenden Beispiele lassen sich auf andere Bereiche übertragen.

Überregionale Veranstaltungen und Aktionen haben den Vorteil, dass sie professionelle Werbeunterstützung bieten und vielfach Anregungen und Informations- und Werbematerial für die Teilnehmer bereitstellen, das sich leicht ans eigene Design anpassen lässt.

Internationale Wochen gegen Rassismus

(12.-25.3.2012)

Die Internationalen Wochen gegen Rassismus werden vom Interkulturellen Rat in Deutschland initiiert und gefördert. Ziel der Aktionswochen ist, Zeichen gegen Rassismus setzen. Möglichkeiten zur Teilnahme sind Aktionen aller Art. Für die Trainerszene kommen vor allem Vorträge, Workshops und Seminare, die Themen um Rassismus und Rechtsextremismus zum Inhalt haben, in Betracht.

Dt. Präventionstag (16. / 17.4.2012 München)

Thematisiert werden - neben der Kriminalprävention - auch Suchtprävention, Verkehrsprävention und verschiedene Präventionsbereiche im Gesundheitswesen. Dazu zählen auch Burnout- und Stressprophylaxe.

Für 2012 gilt: Neben Themen aus dem gesamten Arbeitsfeld befasst sich der 17. Deutsche Präventionstag schwerpunktmäßig mit dem Thema „Sicher leben in Stadt und Land“. Die Möglichkeiten zur Teilnahme sind vielfältig:

- Ausstellung mit Infostand, Infomobil, Sonderausstellung, Posterpräsentation
- Vortrag/Projektpot
- Werkstatt mit Film oder Bühne

Das Programm, die Teilnehmer und Themen werden bundesweit veröffentlicht.

Aktionstage politische Bildung (5.-23.05.2012)

Die „Aktionstage politische Bildung“ werden federführend von der Bundeszentrale für politische Bildung betreut. Ziel: Veranstaltungen mit Bezug zur politischen Bildung initiieren und bundesweit bekannt machen. Möglichkeit für die Trainerszene: Vorträge, Seminare, Workshops und sonstige Aktionen, die im weitesten Sinne mit „politischer Bildung“ zu tun haben, bundesweit ankündigen.

Ich verbinde diese Übersicht mit einem Angebot an die Mitglieder des TTD zum Netzwerk: vielleicht lassen sich mit einigen Anbietern gemeinsame Aktionen planen.

Heinz Kraft



Marion Lockert
Leiterin FK Spiritualität im Business

Archetypen-Experimente

Der Forschungskreis „Archetypen im Business“ trifft sich seit 1,5 Jahren regelmäßig alle acht Wochen. Uns verbindet die Kenntnis der „Archetypen der Seele“® nach Hasselmann & Schmolke, deren Modell ich an anderer Stelle zu erläutern begonnen habe. Verbinden tut uns auch, dass wir als mehrheitlich Trainer und Coaches großes Interesse daran haben, deren Inspirationen in die Wirtschaftswelt zu integrieren.

Unser letztes Treffen stand wieder im Zeichen des Experimentierens. Dass die Haltung und die „Landkarte“ des Coaches - selbst unausgesprochen - einen Einfluss auf einen Coaching, erst recht auf einen Beratungsprozess hat, erschien uns allen evident. In der Regel gilt ja, die persönliche Art des Coaches möglichst „außen vor“ zu lassen. Dieses Mal wollten wir diese Regel ins Gegenteil verkehren, also die Landkarte bewusst nutzen!

Bestandteil des Archetypen-Modells sind die sieben universalen Energien, die sich in sieben Seelen-Rollen verdeutlichen. Wie wäre es nun, sich zu einer Fragestellung nicht von einem „normalen“ Coach, sondern von einem Künstler, einer Kriegerin und einer Priesterin beraten zu lassen? Ähnlich der Kreativitätstechnik der „Denkhüte“ von De Bono setzten einige sich nun „Rollenhüte“ auf - tatsächlich waren wir mit geeigneten Requisiten ausgestattet, die das Einnehmen dieser Rollen erleichterten.

Die Versuchsperson: Ich! Mein Anliegen: Die Veränderung meiner Institutsstruktur. Sie können sich sicher vorstellen, dass die Fragestellungen, Kommentare und die Arbeitsweise meiner drei Rollencoaches sich stark unterschieden. Ging von der Kriegerin vor allem Aktionsorientiertes aus, war die Priesterin eher an Stärkung und Tröstung orientiert.

Und wie coacht ein Künstler, der den „Hofnarren“ hervorkehrt? Er begann, um meinen Stuhl herumzulaufen und mich zu provozieren, meine Aussagen in Frage zu stellen und vor allem Unerwartetes aus dem Ärmel zu schütteln. Und das rüttelte mich ganz schön durch - konstruktiv! Ich jedenfalls fühlte starke Beteiligung und einige Aha-Erlebnisse!

Fazit: Das bewusste Einnehmen von anderen (Seelen-)Rollen: Eine große Bereicherung für Coach und Coachee!

Mit herzlichen Grüßen
Marion Lockert

Kleiner Trainer-Knigge



Katrin Seifert
Trainerin für Persönlichkeit und Image

„Nach deinem Aussehen wirst du empfangen,
nach deinem Auftreten verabschiedet.“

Frei nach einem Chinesischen Sprichwort

Q – Qualität spürt man

Ich weiß nicht, ob mir das nur so geht, aber wenn ich eine Visitenkarte in der Hand halte, fahre ich schon fast unbewusst mit den Fingern erstmal die Kanten ab: perforiert oder glatt? Dann prüfe ich das Gewicht und den Druck: Tintenstrahldruck? Verwischbar? Dünner Karton? Aha, der Mensch steht erst am Anfang seiner Karriere oder er hat kein Geld - Zack - und schon wieder ist eine Schublade bedient worden...

Visitenkarten sind heutzutage so günstig im Internet zu produzieren. Es sind wirklich nur noch Cent-Artikel. Das gilt natürlich auch für Ihren anderen Auftritt. Ein Geschenk wirkt kostbar, wenn es statt in Zeitungspapier in Goldfolie eingepackt wird. So geht es auch uns Trainern und Coaches. Betrachten Sie einmal Ihren Auftritt von außen:

- Findet sich eine gemeinsame Linie (Corporate Identity)?
- Besticht Ihre Visitenkarte?
- Bestätigen Sie einen telefonisch erhaltenen Termin schriftlich?
- Wie sieht Ihr Briefpapier aus?
- Wie präsentieren Sie Ihr Angebot?
 - o Sie-Perspektive
 - o Situationsbeschreibung
 - o Problemdefinition
 - o Lösungsmanagement
 - o Zeitplan
 - o Investitionsaufkommen
 - o Empfehlung
- Schreiben Sie Ihr Angebot auf festem, mind. 90g-Papier?
- Gönnen Sie sich einen Laserdruck?
- Auch Druckereien sind inzwischen stark in den Preisen gesunken.
- Wie sehen Ihre Teilnehmerunterlagen aus?
 - o Macht es Spaß, in ihnen zu blättern?
 - o Werden sie als qualitativ hochwertig empfunden?
 - o Gibt es z.B. auch Farbdruck?
 - o Oder erkennt man schon die Kopie der Kopie?
 - o Haben Sie für die Teilnehmer eigene Mappen, die das Ganze noch mehr aufwerten?
 - o Gibt es zum Abschluss ein Memorie-Geschenk, mit dem Sie gut in Erinnerung bleiben?

Fazit: Kleine Aufmerksamkeiten erhalten die Freundschaft. Indem ich mich ordentlich kleide zeige ich dem anderen, dass er mir wichtig ist. Zu meinem „Kleid“ gehören auch Visitenkarten, Angebote und Co.

Katrin Seifert, Dipl.-Soziologin, ImageTrainerin und Coach, Inhaberin von kimages Training + Beratung, berät Firmen und Einzelpersonen hinsichtlich des Images / Auftretens. Dabei widmet sie sich insbesondere den Themen Knigge und Farbpsychologie, wie auch dem internen Miteinander. Mehr zum Thema in "Image gestalten", Heragon-Verlag 2011

Anregungen oder Wünsche zu dieser Serie an:
Katrin Seifert- kimages Training + Beratung
info@kimages.de - www.kimages.de