

# Edutainment-Angebote sind bei Incentives gefragt

Edutainment-Angebote werden immer beliebter. Sie motivieren und fördern den Teamgeist. Gleichzeitig erhöhen sie den Wirkungsgrad des Lernens und fördern individuelle Entwicklungen bei den Mitarbeitern.

Für Vertriebsmitarbeiter gibt es ein klares Anforderungsprofil: Sie sollen innerlich „brennen“, also hoch motiviert sein. Sie sollen Kompetenz und Persönlichkeit ausstrahlen, um die Kunden zu überzeugen. Und sie sind auch als gute Teamplayer gefordert, um mit den Kollegen an einem Strang zu ziehen und ihr Unternehmen gemeinsam nach vorn zu bringen. Events, Incentives und Trainings gehören daher seit jeher als Motivationshilfen zum Alltag im Investment- und Versicherungsvertrieb.

Chef des Verbunds der „Exzellenten Tagungshotels“. Defizite auf und können den durchseminarisierten Vertrieblern oftmals nur noch ein gelangweiltes Gähnen abringen.

Gewinner, das zeigen die gefüllten Auftragsbücher der Anbieter, sind eindeutig Edutainment-Angebote, deren entscheidendes Plus es ist, dass sie den Wirkungsgrad des Lernens erhöhen. „Diese Formate entsprechen den Prinzipien des erlebnisorientierten Lernens, so dass neue Verhaltensmuster schneller und

tern also nicht nur die plastische Darstellung von Methoden, sondern vor allem das aktive Engagement der Teilnehmer selber.

## ► Spielerisches Lernen

Wenn etwa die Bezirksdirektoren eines Versicherungskonzerns mit ihren Teams im sogenannten „Hades“, das ist ein 100 Quadratmeter großes unterirdisches Labyrinth des Tagungszentrums Ellernhofs, auf Schatzsuche gehen, oder dort die spektakulären Outdoor-Tools nutzen, die so exo-

nieren des erlebten Team-, Führungs-, Kommunikations- und Informationsverhaltens. „Auf spielerische Weise ermöglichen die interaktiven Trainings, dass sich beispielsweise das Verhältnis zwischen Innen- und Außendienst verbessert oder Vertriebsmitarbeiter lernen, kundenorientierter und kooperativer zu handeln“, erklärt Ellernhof-Chef Peter Timmermann.

Als Vorteile der unkonventionellen Szenerie wertet die Ammerthaler Persönlichkeitstrainerin Christine Lehner, dass das sofortige Tun und weniger die Theorie im Vordergrund steht. Außerdem sprechen ihres Erachtens derartige Formate den ganzen Menschen an, die Bürorolle wird ergänzt durch neue Blickwinkel im Miteinander.

## ► Geeignete Trainer

Auch Christine Lehner setzt daher auf eine ungewöhnliche Umgebung – eine uralte Grotte in der Oberpfalz –, um beispielsweise Fondsmaklern zu vermitteln, wie sie ihre Selbstmanagementkompetenz verbessern und alte Gewohnheiten durch konstruktivere Handlungsmuster ersetzen können. Spannung und Abenteuergefühl sind dabei programmiert, ebenso aber auch handfeste Qualifizierungsmaßnahmen. „Schließlich gilt es, die Leistungspotenziale der Teilnehmer zu erhöhen und für das Unternehmen nutzbar zu machen“, formuliert Trainerin Christine Lehner ihren Anspruch.

Damit Unterhaltung und Weiterbildung tatsächlich zusammenpassen, bedarf es allerdings nicht zuletzt kompetenter Trainer. „Der Trainer sollte über ein reichhaltiges Methodenrepertoire verfügen, er braucht Erfahrung und Gespür für Situationen und die Personen“, erläutert Expertin Rudi Neuland. Außerdem müsse der Coach die Abläufe des Events minutiös planen und strukturieren, die für die Gruppe passenden Tools und Methoden einsetzen. Nur so sei garantiert, dass das Ergebnis weit über das reine Outdoor-Erleben hinausgeht und die Teilnehmer mit nachhaltigen Erkenntnissen und neuen Verhaltensweisen in das Unternehmen zurückkehren.



## Events vor historischer Kulisse werden immer beliebter: Viele Hotels stellen sich auf die neue Klientel ein

Immer mehr Hotels, zum Beispiel die Mitgliederhäuser des Verbunds der „Exzellenten Tagungshotels“, unterstützen die Dramaturgie von Events und Incentives, indem sie nicht nur ideale Rahmenbedingungen stellen und Servicequalität garantieren, sondern zusätzlich den Prozess der Lernförderung aktiv mitgestalten. „Damit eine opti-

handen sie: „Das ist besser, als sich nur auf – oftmals geschönte – Prospekte und Werbeaussagen zu verlassen.“ Inzwischen ist es vielfach üblich, Interessierten sogar einen Testaufenthalt in den Häusern anzubieten. Schließlich entscheidet die Auswahl des richtigen Ortes über den späteren Veranstaltungserfolg. Ein Beispiel ist das Schloss

## Was es bei Events zu beachten gilt

1. Prüfen Sie im Vorfeld sorgfältig die Kompetenz des Anbieters.
2. Erfragen Sie Referenzkunden des Anbieters.
3. Achten Sie darauf, dass die Ziele, die Sie mit dieser Maßnahme verfolgen, durch das Vorgehen des Anbieters erreicht werden.
4. Informieren Sie sich über die Qualifikation des Trainers /der Trainer, beispielsweise hinsichtlich ihrer Erfahrung mit erlebnisorientiertem Lernen.
5. Stellen Sie sicher, dass nicht nur Fun angesagt ist, sondern auch Lernen.
6. Fragen Sie nach, wie die Wissensvermittlung erfolgt.
7. Ermitteln die Leistungsfähigkeit des Hotels vor Ort.
8. Erkundigen Sie sich, wie die lernziel fördernden Rahmenbedingungen des Hotels sind und ob das Personal entsprechend qualifiziert ist.

male Betreuung gewährleistet ist, sollte jeder im Hotelteam die Ziele, Erwartungen, Wünsche und Aufgaben des Veranstalters genauestens kennen“, erklärt der Berater Rudi Neuland.

## ► Aktivitäten fördern

Der Leistungsvielfalt seiner Mitgliedshotels, was Events und Incentives betrifft, scheinen keine Grenzen gesetzt: Der Waldknechtshof in Biersbrunn etwa organisiert den echten „Schwarzwälder Mehrkampf“, bei dem lustige und spannende Aufgaben im Team gelöst werden müssen. Ähnlich spektakulär sind Merlin's Pfad-Challenge im Essener Mintrops Land Hotel, Burghotel, Ritterturniere des Schlosshotel & Villa Rheinfels oder vom Schloss Schweinsburg Rallies auf dem Sachsenering.

Rudi Neuland rät Interessenten dabei, im Vorfeld Anbieter und Hotel auf Herz und Nieren zu prüfen. Entscheidend sei nämlich, welche Leistungsfähigkeit tatsächlich vor-

Marbach am Bodensee. Geboten werden dort Lifestyle-Events, zu denen Unternehmen ihren besten Kunden oder Mitarbeiter einladen können. Als Teil des Programms vermitteln Referenten wie der „Lust-auf-Leistung“-Autor Dr. Michael Despegel-Schöne wie Männer mehr Power, mehr Lebensqualität, mehr Erfolg erreichen sowie Körper, Geist und Seele als unendliche Kraftquelle pflegen. Als zusätzliches Highlight erleben die Teilnehmer eine Show der Luxusmarken Ferrari, Maserati und MV Agusta, während die Begleiterinnen an einem Wellness- und Beauty-Programm teilnehmen können.

• Michael Gestmann

## Veranstalter im Internet

www.ellernhof.de  
www.chlehner.de  
www.waldknechtshof.de  
www.despegel-partner.de  
www.exzellente-tagungshotels.de



Fotos: Leszek Skurski

## Ob Abenteuer-Erlebnisse in der Natur oder Gruppen-Erlebnisse in neuer Umgebung: Die Kombination von Spaß und Trainingsituation schweiß Mitarbeiter zusammen

Neuerdings stark im Trend sind Edutainment-Angebote, die einerseits die Motivation, aber zugleich auch die Lerneffekte der Teilnehmer erhöhen sollen. Denn reine Events, etwa Feuerläufe, Wilderness-Expeditionen oder Survival-Formate, sind nicht nur kostspielig, sondern erinnern viele mitunter an einen auf das Management angepassten Klon der TV-Sendung „Ich bin ein Star – holt mich hier raus“ mit zweifelhaftem Nutzwert. Doch auch konventionelle Klassenraumseminare weisen nach Ansicht des Weiterbildungsexperten Rudi Neuland,

nachhaltiger verankert werden“, erklärt Psychologieprofessor Egon Stephan vom Ineko-Institut der Universität zu Köln. Wirkfaktor sei vor allem das intensive Erleben realer Situationen. „Die Teilnehmer begreifen durch eigenes Tun“, so der Professor. Eine Erkenntnis, die sich auf English griffig formulieren lässt: „Tell me and I will forget. Show me and I will remember. Involve me and I will understand.“ Mit anderen Worten: Die altergebrachten Methoden des Frontalunterrichts haben ausgedient. Gefragt sind bei der Weiterbildung von Mitarbei-



tische Namen wie „Grizzly Tower“, „Flying Eagle“ oder „Wild Wozy“ tragen, garantiert das nicht nur Fun und Adrenalin. Die gemeinsamen Aktivitäten stärken zudem den Teamgeist, motivieren die Crew und fördern individuelle Entwicklungen, resultierend aus den neuen Erkennt-