

Eine außergewöhnliche Motivationsgeschichte

das Business Zeichnen hält Einzug in Meetings und Verkauf



Mehr Lebendigkeit, Kreativität und Freude auch für Ihr Unternehmen?



© andreas-holzinger.de



Über das Business Zeichnen zu effektiveren Meetings

"... gut, dann haben wir alles besprochen. Ich freue mich auf kommende Woche!" Das **Grundseminar für interaktives Business Zeichnen** in der innovatio AG* (*Name geändert) kann starten.

Die innovatio AG hat den Weg über das Grundseminar gewählt, um wirklich an der Basis anzusetzen: Beim Erlernen der Werkzeuge für das interaktive Business Zeichnen. Übergeordnete Ziele des Unternehmens: „Wir wollen mit dieser Maßnahme:

- die **Aufmerksamkeit** in Meetings fokussieren,
- die Meetings **lebendiger** gestalten,
- die Meetingzeit **verkürzen**,
- das gegenseitige **aufeinander Eingehen** fördern und
- **kreative** Prozesse in Gang bringen!“

Die angehenden Business Zeichner sollen **nach** den **zwei Tagen** einerseits in der Lage sein, Meetings visuell vorzubereiten, d.h. einen **visuellen roten Faden** für das Meeting zu schaffen, und sich auch das **interaktive live Zeichnen** zutrauen. Hierin liegt das wahre kreative Potenzial des Business Zeichnens.

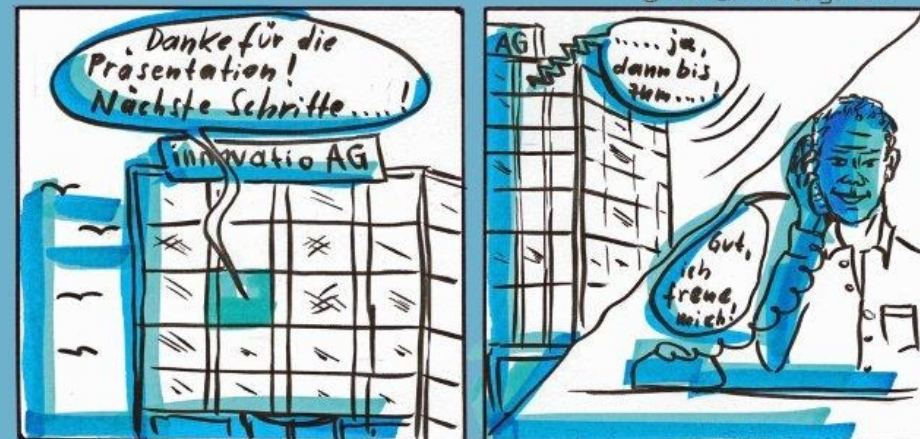
Soweit das Konzept und der Anspruch an das Grundseminar. Und dieser Anspruch wird von den Teilnehmern mehr als erfüllt. Die Teilnehmer entwickeln viele **neue Ideen**, wie sie das Gelernte in den Arbeitsalltag übertragen können. Erste konkrete Maßnahmen zur **zeitnahen Umsetzung** sind getroffen.

In den zwei Seminartagen ist auch das Bedürfnis gewachsen, das Business Zeichnen in weitere kommunikative Prozesse im Unternehmen einzubauen.

„Der erwünschte kreative Prozess ist angelaufen!“



© andreas-holzinger.de



Transfer des Business Zeichnens in den Meeting-Alltag

Eine Abteilungsleiterin berichtet:

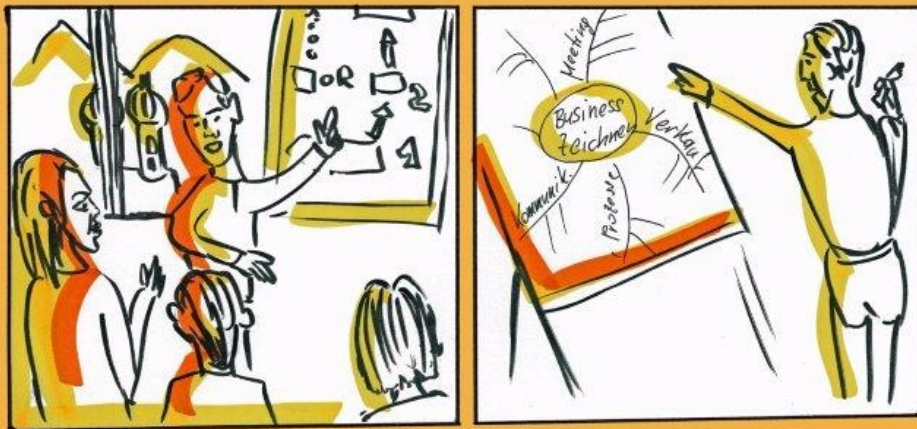
„Als ich nach den beiden Seminartagen wieder in die Abteilung kam, merkte ich eine große **Neugier** in meiner Mannschaft. Was bringt die Chefin uns da wieder mit? Ich hatte für das erste Abteilungs-Meeting nach dem Grundseminar ein paar visuelle Elemente vorbereitet. Ich hab´ mich einfach getraut und gleich losgelegt, so wie wir es in der Maßnahmenplanung festgelegt hatten. Neben der Neugier konnte ich auch eine gehörige Portion **Skepsis** wahrnehmen. Diese verwandelte sich dann sehr schnell in Erstaunen, ja zunehmend in mehr und mehr **Begeisterung**. Hatte ich da gerade begonnen, schlummernde Potenziale ans Tageslicht zu fördern?“

So, wie gerade beschrieben, werden in allen teilnehmenden Abteilungen die Werkzeuge des Business Zeichnens engagiert eingesetzt und führen zu unterschiedlichen Praxis-Erfahrungen. In einigen Abteilungen ist ein vorsichtiges **Herantasten und Ausprobieren** zu beobachten.

Durch andere Abteilungen geht ein regelrechter **kreativer Ruck**, dessen Folgen in dieser Phase noch gar nicht absehbar sind. Die Mitarbeiter fühlen sich **wertgeschätzt**, weil ihre Beiträge und Ideen „sichtlich“ ernst genommen werden. Einige Kollegen erweisen sich als echte Zeichentalente und setzen diese Fähigkeit nun verstärkt im Berufsalltag ein. Da und dort tauchen die ersten Zeichnungen in der „Öffentlichkeit“ des Unternehmens auf und rufen Bewunderung und **Freude** hervor.

Das Business Zeichnen ist im Unternehmen angekommen, wenn auch (noch) nicht flächendeckend. Diese Entwicklungen finden als **Erfolgsmeldungen** bald ihren Weg in die Geschäftsleitung. Die Abteilung Personalentwicklung erhält den Auftrag, die Erfahrungen mit dem Business Zeichnen zusammen zu fassen und Vorschläge für die nächsten Schritte zu erarbeiten.

Einige Wochen später erhalten wir die Einladung, einen Workshop zu moderieren, dessen Ziel es ist, Klarheit über den weiteren Einsatz des Business Zeichnens im Unternehmen zu erlangen.



© andreas-holzinger.de



Eine gemeinsame visuelle Sprache als Prozess-Motor

Im Evaluierungs-Workshop wird der bisherige Einsatz des Business Zeichnens im Unternehmen kritisch betrachtet und diskutiert. Dabei werden die zahlreichen Aktivitäten in den Abteilungen als sehr förderlich für den erwünschten kreativen Prozess wahrgenommen.

Folgender **IST-Zustand** wird festgestellt:

Die im Grundseminar erlernten Werkzeuge finden in den Meetings der Abteilungen eine sehr unterschiedliche, weil individuelle Anwendung. In der Zwischenzeit haben sich kleine kreative „Subkulturen“ entwickelt, die als kostbares Wissen für das gesamte Unternehmen genutzt werden sollten. Da kommt der Workshop gerade zur rechten Zeit.

Folgende Fragen stellen sich: Wie **nutzen** wir den **Erfahrungsschatz** aus den Abteilungen optimal **im gesamten Unternehmen**? Welche effektiven Werkzeuge brauchen wir noch?

Folgende **Antworten** werden erarbeitet:

Zum Einen besteht ein großes Bedürfnis nach einer „**gemeinsamen visuellen Sprache**“ im Unternehmen. Nach den ersten Erfahrungen mit den gezeichneten Bildern und Symbolen in den Meetings, beziehen sich die Meetingteilnehmer immer wieder auf diese visuellen Elemente. Die Bilder können kreative Prozesse sowohl einleiten als auch nachhaltig begleiten. Wünschenswert ist daher eine Bildersprache, die im gesamten Unternehmen gesprochen und verstanden werden kann.

Zum Anderen wollen sich die Teilnehmer über die Grundwerkzeuge des Business Zeichnens hinaus weitere Fertigkeiten für die Durchführung von Workshops aneignen. Das heißt, es besteht auch der Wunsch, das Repertoire an **Moderationswerkzeugen** zu erweitern.

Beiden Forderungen wird nachgekommen, indem die Entwicklung eines **eigenen Symbolkataloges** beschlossen wird.

Es steht noch die Frage zur Diskussion, zu welchem Themenfeld der Symbolkatalog entwickelt werden soll. Zur Wahl stellen sich die Felder: Meeting, Verkauf, Prozesse allgemein und Kommunikation.

Die Wahl fällt auf das schon begonnene Feld „Meeting“. Dieses soll nun mit der Erarbeitung der Symbole ergänzend behandelt werden.

Die folgenden "**Lern-Workshops**" erfüllen gleichzeitig den Zweck, weitere Moderationswerkzeuge zu erlernen, bzw. weitere Fertigkeiten zur Durchführung von Workshops zu erlangen.



Ein unternehmensspezifischer Symbolkatalog entsteht

Die Idee, einen **Katalog mit Symbolen** zu erarbeiten, um unternehmensweit eine gemeinsame visuelle Sprache für Meetings installieren zu können, wird durch die Bildung einer **Projektgruppe** weiter verfolgt.

Ein Kreativworkshop leitet die Arbeit ein. Als roter Faden dient dabei der strukturierte Ablauf eines Meetings. Von der Planung über die Vorbereitung, die Einladung, die Durchführung mit verschiedenen Workshopinstrumenten ... bis hin zur Maßnahmenplanung, zum Abschluss und zur Nachbereitung.

Es entstehen einfache, sehr **aussagekräftige Symbole**. Die wachsende Symbolsammlung soll verschiedene Wirkungen erzielen: Einzelne **Figuren** oder **Figurengruppen** dienen als Struktur- oder Organisationsdarstellungen. Sie drücken Beziehungen aus und können zur Standortbestimmung, als Feedback oder als Anregung für Veränderung dienen. Sie eignen sich hervorragend, um Arbeitsschritte zu bezeichnen und einzuleiten.

Gesichter drücken Stimmungen aus und können bei Abfragen eingesetzt werden oder um ein bestimmtes Thema mit mehr Emotion zu versehen. Außerdem erzeugen sie oft Spaß und können in zäh verlaufende Meetings neue Energie bringen.

Symbole wie eine **Spinne** für: „Vorschläge machen mit Mindmapping“ oder ein einfach **skizziertes Gehirn** für: „Lösungen erarbeiten mit Brainstorming“ oder ein **Smart** für: „Aktivitätenliste nach der SMART-Methode erstellen“ entwickeln sich zu geflügelten Bildern im Unternehmen.

Ob **Berg**, **Brücke** oder **Zielscheibe**, beim Thema Visionen und Ziele gibt es eine Menge Symbole, die Prozesse veranschaulichen und damit nachhaltig unterstützen können. Vor allem, wenn alle im Unternehmen wissen, wie was gemeint ist.

Die Einsatzmöglichkeiten von Symbolen sind nahezu unbegrenzt. Die Anzahl der eingesetzten Symbole pendelt sich zunächst bei ca. 80 ein. Mittelfristig nach oben offen.

Ein mutiges und **motivierendes Projekt** nimmt seinen kreativen Lauf. Wir können noch gar nicht wissen, wohin es uns führt und welche neuen Felder sich noch vor uns ausbreiten.



© andreas-holzinger.de



Symbole halten Einzug in den Unternehmensalltag

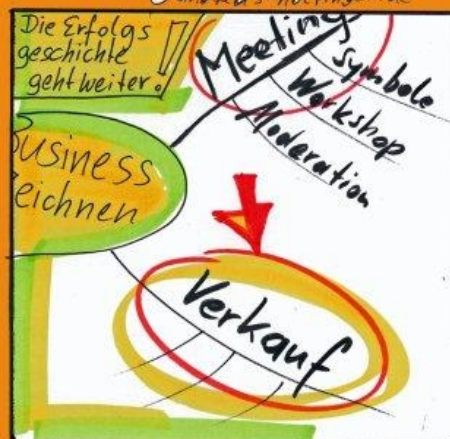
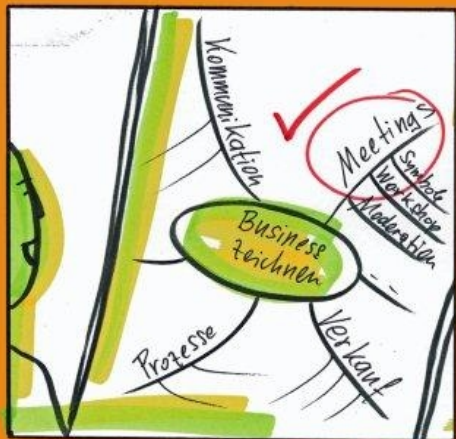
Nun wird es richtig spannend. Es geht in die Breite und in die Tiefe. Jede Abteilung wird mit der entwickelten Grundausstattung an Symbolen versorgt. Sowohl in der klassischen **Katalogform in Papier** als auch digital über das **Intranet** und teilweise auf **Symbolkarten**. Die ersten Berührungen für eine größere Anzahl von Mitarbeitern finden in den unterschiedlichsten Meetings statt. In dieser Phase begleiten wir durch **'Training on the Job'** und bei Bedarf eingestreute **Lern-Workshops**. So sind wir beides, Mitgestalter und Zeugen eines dynamischen Prozesses.

Freude und **Kreativität** verbreiten sich auf vollkommen natürliche Weise. Durch die digitale Verfügbarkeit treten die Symbole bald auf vielen Bildschirmen in Erscheinung. Die Aufgabe der Symbole wird mit jedem Einsatz in den Meetings klarer. Ob als Mittel zur **Strukturierung**, als Erzeuger von **Aufmerksamkeit** oder als kreative „**Prozessauslöser**“, die Botschaft kommt an. Richtig eingesetzt sind sie die Würze jedes Meetings. Sie ergänzen und komplettieren die Abläufe und sprechen jenen kreativen Teil in uns an, den das gesprochene und geschriebene Wort nur unzureichend aktivieren kann.

An einem **konkreten Beispiel** lässt sich der Nutzen des Symboleinsatzes gut verfolgen: In der Vorbereitung zu einem Meeting werden Symbole bei der Erstellung der Agenda verwendet. Prioritäten werden mit Symbolen wie einer **Stoppuhr** für „rasch bearbeiten“ oder einem **Sumo-Ringer** für „Schwergewichtsthema“ dargestellt. Gute Laune von Beginn an und eine hohe Verbindlichkeit und Zeitdisziplin sind die Folge. Im Verlauf des Meetings kommen vorbereitete Flipcharts mit Symbolen für Gruppenarbeiten zum Einsatz. Die Spinne fordert zum Mindmapping auf, die **Zielscheibe** führt den Anspruch auf eine Entscheidung vor Augen. So werden „fast nebenbei“ über die Symbole **Arbeitsmethoden** und **Moderationswerkzeuge neu eingeführt** oder wiederbelebt.

Ergänzt wird dieser statische Symboleinsatz durch **live gezeichnete Elemente**, die aus der Interaktion im Meeting entstehen. Hier fungieren wir als Berater und Initiatoren, manchmal als Mutgeber. Erfolge stellen sich rasch ein. Das Feedback aus den Abteilungen fällt messbar positiv aus: Die Meetings weisen **fast keine Leerläufe** mehr auf. Die **Meetingzeiten** sind bei gleichzeitig greifbareren Ergebnissen **deutlich kürzer** geworden. Verlauf und Ergebnisse eines Meetings werden durch die bildhafte Darstellung auch von jenen Mitarbeitern **besser verstanden**, die nicht dabei waren.

Kürzere Meetingzeiten sparen Geld und effektivere, kreativere Meetings bringen Geld! Der über das Meeting hinaus gehende **Gewinn** durch eine wachsende Kreativität und Freude an der Arbeit lässt sich vorerst nur erahnen.



Der Verkauf als neues Feld

Zunehmend etabliert sich die **neue Meetingkultur** - man darf sie ruhig so bezeichnen - im Unternehmen. Ein halbes Jahr nach Projektstart wird evaluiert. Die positiven Auswirkungen auf die Wirtschaftlichkeit sind unvermeidbar. Der ideelle Nutzen lässt sich an einer deutlich **gesteigerten Arbeitsfreude**, überall **spürbarer Kreativität** und, interessanter Weise, einem **positiveren Umgang mit Konflikten** in Meetings erkennen.

Der große Erfolg des Meetingprojektes schreit förmlich nach einer **Fortsetzungsgeschichte**. Das Themenfeld „**Verkaufen**“ wird als nächstes Einsatzgebiet für das Business Zeichnen ins Auge gefasst. Hier ortet die Geschäftsleitung das größte Entwicklungspotenzial.

Es tun sich wichtige **Fragen** auf:

Gibt es Parallelen zu den Meetings? Wie können die Erfahrungen und Ergebnisse des Meetingprojektes genutzt werden? Führt der Weg auch hier über die Symbole?

Es gibt **Antworten**:

Die positiven Erfahrungen mit den entwickelten Symbolen für Meetings lassen sich gut auf das Einsatzgebiet Verkaufen übertragen. Mehr als in Meetings erfordert der Verkaufs- und Beratungsprozess das **Einbeziehen des Kunden** in das Gespräch. Das Zeichnen unterstützt dabei die **Interaktion** im Gespräch, das **aktive Zuhören** kann immer wieder mit **live gezeichneten Symbolen** und **Bildern** ergänzt werden. Der Kunde fühlt sich verstanden und wertgeschätzt, wenn im Prozess „seine individuellen Bilder“ entstehen.

Wie zu Beginn des Meeting-Projektes die Abteilungsleiter, sollen auch die Verkäufer über einen Grundkurs in die Welt des Business Zeichnens eingeführt werden. Die erste Teilnehmergruppe formiert sich. Der Seminartermin wird fixiert.

Die Reise kann beginnen...

Welche Prozesse könnte das Business Zeichnen in Ihrem Unternehmen anstoßen? Wir freuen uns über Ihre Kontaktaufnahme!

Andreas Holzinger, Hollerweg 20, 82194 Gröbenzell bei München
Tel. 0049 (0)8142-580 86 38, Mobil. 0049 (0)160-15 74 119
www.andreas-holzinger.de, andreas.holzinger@pareho.de