

Sie möchten eine großen Anzahl von Mitarbeitern für ein neues Produkt schulen; für ein besonderes Thema sensibilisieren oder relevantes Fachwissen vermitteln? Dann sollten Sie unser Business-Game kennen lernen!

Wir nutzen unser psychologisches und didaktisches Know-How und entwickeln ein Spiel zu Ihren Inhalten.

### **Nutzen Sie das TLM Business-Game,**

- ! um eine große Anzahl von Mitarbeitern schnell und effizient zu schulen,
- ! Wissen einheitlich zu vermitteln,
- ! unabhängig von externen oder internen Trainern zu schulen.

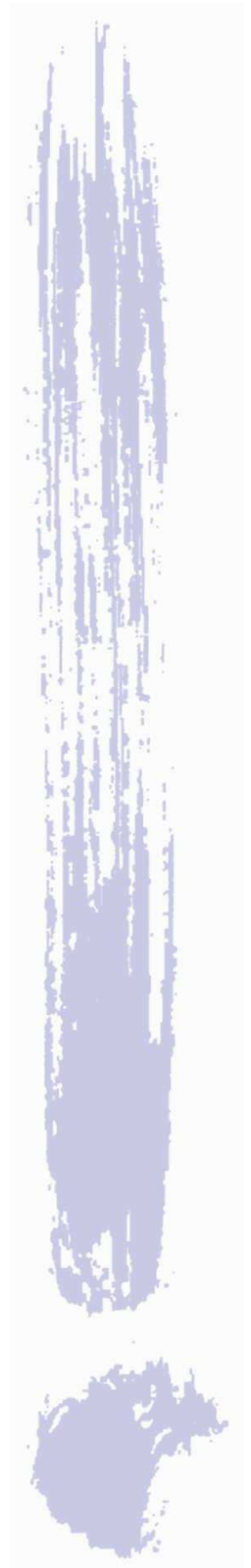
Das Business-Game führt eine kleine Gruppe von Teilnehmern (4-6 Personen) in ca. zwei Stunden mittels einer zentralen Visualisierung ("Spielbrett") schrittweise durch die Veranstaltung. Aktionskarten fordern die Teilnehmer auf, in Einzel- oder Gruppenarbeit bestimmte Inhalte zu bearbeiten. Das Business-Game hat durch seine spielerische Vorgehensweise, in der die Teilnehmer maximal aktiv sind, eine hohe Akzeptanz und einen nachhaltigen Lernerfolg.

### **Ablauf**

Das Business-Game ist in vier zentrale Phasen unterteilt, für die vier verschiedene Spielbretter genutzt werden.

Die erste Phase dient dazu, die Teilnehmer mit dem Konzept, dem Produkt oder dem Leitthema bekannt zu machen. Die Teilnehmer erhalten relevante Informationen, um daraus selbständig die Entscheidung des Unternehmens für diese Strategie oder die Notwendigkeit eines neuen Produktes nachzuvollziehen. Das Ziel der ersten Spielphase ist also, die Teilnehmer von dem Gesamtkonzept zu überzeugen.

In der zweiten Spielphase steht beispielsweise das neue Produkt im Vordergrund. Die produktspezifischen Zusatzleistungen werden im einzelnen vorgestellt. Fehlen Informationen oder Basiswissen, kann dieses in dem Wissensheft (äquivalent zu Teilnehmerunterlagen oder technischen Manuals) nachgelesen werden. Die Teilnehmer lernen, nicht einen Trainer als Wissensvermittler zu sehen, sondern selbst für ihr Wissen verantwortlich zu sein und die Hemmschwelle zur Nutzung der Unterlagen (Manuals) abzubauen. Die Teilnehmer prägen sich in dieser Phase die Inhalte ein, indem sie Aufgaben lösen, die sich bewährter Mnemotechniken bedienen. In der zweiten Spielphase werden zudem eventuelle Widerstände der Teilnehmer gegen das neue Produkt (z.B. Angst vor Mehrarbeit) aufgefangen und durch gezielte Informationen entkräftet. Das Ziel der zweiten



Team für **LösungsManagement**  
Dr.-C.-Otto-Straße 196  
44879 Bochum

Fon (0234) 9731650  
Fax (0234) 9731652

[t1m@loesungsmanagement.de](mailto:t1m@loesungsmanagement.de)

Spielphase ist das „Kennen“ des Produktes und die Bereitschaft, sich mit dem Produkt auseinander zu setzen.

In der dritten Spielphase liegt der Schwerpunkt beispielsweise auf der Kundenbeziehung. Es ist wichtig, dass die Mitarbeiter den Kunden beraten können und gemeinsam mit ihm herausfinden, welche Lösung am besten zu ihm passt. Hierzu lösen sie in dieser Spielphase Aufgaben, in denen sie mit Hilfe von Gesprächsleitfäden auch Kundengespräche simulieren.

Das Ziel der dritten Spielphase ist es, die Mitarbeiter zu befähigen, das Produkt kundenorientiert zu platzieren.

Die vierte Spielphase dient dem Transfer. Hier erhält der Mitarbeiter Informationen über geplante weitere Schritte. Das Ziel der vierten Spielphase ist, den Übergang von der „Spielsituation“ zu einer erfolgreichen Realisierung zu gewährleisten.

### Flexibilität

Diese Methode bietet die Möglichkeit, im Schneeballsystem zu schulen. Jeder Teilnehmer wird wieder Spielleiter / Moderator für eine neue Kleingruppe. Auf diese Weise können bis zu 2000 Mitarbeiter in zwei Wochen dezentral geschult werden.

Sollen Mitarbeiter erst nach und nach geschult werden? Kein Problem! Schnell und ohne großen Aufwand kann ein weiteres „Spielteam“ gebildet werden. Für die Spielleiter ergibt sich durch die zweite Durchführung des Spiels eine Vertiefung des Wissens und eine erhöhte Verbindung mit den Inhalten, da sie jetzt für deren Weitergabe als Spielleiter mitverantwortlich sind.

### Schulung als Event

Falls größere Gruppen von Mitarbeitern zu einem Zeitpunkt geschult werden sollen, bietet es sich an, die Schulung als Event zu gestalten. An einem multimedial gestalteten Erlebnistag spielen die Teilnehmer (max. 1000 Personen) das Business-Game, um mit den Inhalten des neuen Produktes vertraut zu werden. Anschließend werden die weiteren Schritte in moderierten Workshops oder in einer „Open-Space Konferenz“ (siehe oben) diskutiert und festgelegt. Alternativ kann man an dieser Stelle auch weitere vertiefende Methoden wie Business-Theater, Business-Movie oder Business-Art kombinieren. Es bietet sich an, diesen Tag mit einem besonderen Abendprogramm ausklingen zu lassen, um den Erlebnischarakter zu unterstreichen.

Um den positiven Effekt eines Events nachhaltig zu nutzen, wird die Veranstaltung professionell dokumentiert. Während des gesamten Tages wird ein Film gedreht, der abends vorgeführt werden kann oder den Teilnehmern im Nachhinein auf DVD als Erinnerung dient.

