



Regisseur

Schauspieler

SEVERIN VON HOENSBROECH

Coach

Moderator

DER AUTHENTISCHE AUFTRITT

BÜHNENTRAINING FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE



SEVERIN VON HOENSBROECH

Frankfurter Str. 243, D-51147 Köln

fon +49-221-569 89 22, cel +49-177-2 678 336

severin@hoensbroech.de

www.der-sev.de

Warum ist er eigentlich so gut?



Barack Obama wird als authentisch, überzeugend und glaubwürdig wahrgenommen. Wie entsteht diese Wahrnehmung? Wie macht er das? Mit welchen Tools arbeitet er? Welche Fertigkeiten beherrscht er mit Leichtigkeit und gleichzeitiger Perfektion? Obama ist ein großes Talent und wieviel von seiner Wirkung er bewusst erzeugt, sei einmal dahingestellt. Eines ist jedoch sicher. In Sachen Kommunikation macht er eine Menge richtig - und was er macht, lässt sich analysieren, verallgemeinern und anwenden.

Obamas Auftreten ist schlicht. Seine Sprache immer konkret. Seine Geschichte glaubwürdig. Seine Inhalte emotional. Seine Reden Stories.

In meisterhafter Weise beherrscht und verwendet er sechs Kompetenzen, die bereits 2006 Daniel Pink in seinem Bestseller *A whole new mind* beschrieb: Story, Symphonie, Empathie, Aussage, Spiel und Design.

Was Obama tut, tut er in angenehmer Zurückhaltung. Das beginnt schon bei Kleinigkeiten. Nahezu jeder deutsche Politiker stützt sich etwa bei seinen Reden mit ausgestreckten Armen auf das Rednerpult. Obama würde das nie tun (Kofi Annan übrigens auch nicht). Warum? Das Theater verwendet hier den Begriff Statusspiele. Die breit aufgestützten Arme erzählen nonverbal Dominanz. Obama aber versucht bei Reden auf die gleiche Ebene wie seine Zuhörer zu kommen. Er vermittelt seinem Gegenüber, dass er ihn ernst nimmt und wertschätzt. Nonverbal geschieht dies durch eine Statusanpassung.



Daniel Pink,
A whole new mind, 2006

„Den König spielen immer die anderen“ lautet ein anderes Theatergesetz. Der, der König ist, braucht sich nicht wie ein König zu geben. Er kann so sein, wie er ist, doch wenn er einen Raum betritt, stehen alle Anwesenden auf. So sagen Mitarbeiter gern „Das ist mein Chef“, aber sie mögen es nicht, wenn dieser sagt „Ich bin Euer Chef“.

Es sind zahlreiche Kleinigkeiten mit denen Obama seine große Wirkung erzielt. Er hat enormes Talent und er beherrscht die Technik – und die lässt sich erlernen: schnell und mit großer Wirkung.

Wozu ein authentischer Auftritt?



DAS PRINZIP LEUCHTTURM

Multimediale Möglichkeiten, das Internet, ständige Erreichbarkeit und neue Informationskanäle verändern die Art unserer Rezeption. Wir sind es gewohnt, schnell Informationen aufzunehmen, und ebenso schnell zu vergessen. Rhetorische Konzepte gehorchen oft noch den Regeln aus vergangenen Zeiten.

Wer heute seine Botschaft wirkungsvoll transportieren will, braucht mehr als Fakten, schlüssige Argumente und eine schöne Präsentation. Er muss in der Lage sein, seine Botschaft so zu kommunizieren, dass sie in unserer informationsdurchfluteten Welt klar, schlicht und eingängig ist und vor allem ohne weiteres erinnert wird.

Damit die Botschaft gleich einem Leuchtturm aus der Informationsflut heraussteicht, braucht es vor allem eins: einen guten Auftritt.

SEIEN SIE DOCH MAL SIE SELBST!

Als ein zentraler Grund für Obamas Erfolg wird oft seine große Authentizität genannt. In Leadership-Richtlinien der meisten Unternehmen findet sich ebenfalls der Begriff Authentizität. Fragt man dann die Führungskräfte, was denn damit gemeint sei, kommt häufig so etwas wie „sich nicht verstellen“ oder „man selbst sein“. Doch wie funktioniert das eigentlich, das „man selbst sein“? Was konkret muss man dafür tun?

Ein verbreitetes Missverständnis ist, dass Authentizität eine Eigenschaft sei. Authentizität ist in erster Linie eine Wirkung. So gibt es eine Reihe von Faktoren und Eigenschaften, die die Wirkung Authentizität erzeugen. Hierzu gehören: Die eigene Historie aktiv nutzen, nonverbale Statussignale anpassen, Empathie, konkrete persönliche Sprache, auf das Gegenüber konzentrieren uvm.

Authentizität ist eine der wichtigsten Wirkmechanismen in der Kommunikation: sie schafft Vertrauen.

Und warum Bühnentraining?



In dem experimentellen Raum der Bühne lassen sich Situationen und Wirkungen sezieren und analysieren. Ein Regisseur kennt die Mechanik hinter Situationen; er weiß, wo Menschen in einem Raum zu positionieren sind und warum; er kennt die Bedeutung bestimmter kommunikativer Handlungen und Gesten. Ein Schauspieler kann eine Situation nur dann 100mal spielen, wenn er weiß, mit welchen Mitteln er etwas ausdrücken und bei sich und dem Publikum auslösen kann. Die theatralen Techniken eröffnen also eine Möglichkeit, die unbewussten Aspekte der Kommunikation bewusst und damit beherrschbar zu machen.

Die Module

Um den individuellen Anforderungen von Führungskräfte-Entwicklungsprogrammen gerecht zu werden, bieten wir ein Baukastensystem an, aus dem sich Workshops mit verschiedenen Schwerpunkten zusammenstellen lassen.

Im Folgenden sind die einzelnen Module beschrieben und beispielhaft zwei Kombinationsmöglichkeiten dargestellt.





**LEADERSHIP
KOMMUNIKATION**

**UND WAS SONST NOCH ALLES PASSIERT,
WENN ZWEI SICH UNTERHALTEN...**

Ein Mitarbeiter trifft seinen Chef auf dem Flur und bittet um einen Termin. Für einen externen Beobachter ist anhand zahlreicher nonverbaler Signale (sogenannte Statussignale) sofort erkennbar, welcher von beiden Chef und welcher Mitarbeiter ist. Der Mitarbeiter nickt leicht, seine Schultern fallen nach vorne, er stellt seine Fragen nicht in einem vollständigen Satz, wirkt ein wenig kurzatmig und auch ein Fuss ist leicht eingedreht.

Das Modul „Leadership Kommunikation“ deckt die Mechanik auf, die jeder Kommunikation zugrunde liegt. Es analysiert verbale und nonverbale Muster und macht sie sichtbar. Es ist immer wieder überraschend, wie viel bereits kommuniziert wird, bevor das erste Wort gesprochen ist. Wer in der Lage ist, seine Statussignale der Situation und dem Gegenüber anzupassen und zu steuern und die Signale richtig zu lesen und zu deuten, hält ein mächtiges Instrument in den Händen. Damit kann er in schwierigen kommunikativen Situationen bestehen und dabei stets authentisch wirken.



**POWERPOINT/
KEYNOTE**

**ODER
DAS ENDE DES GRAUENS**

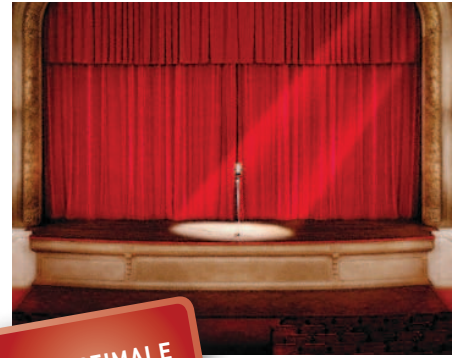
90 Prozent aller Präsentationen, die man heutzutage zu sehen bekommt, erfüllen ohne weiteres den Tatbestand der Körperverletzung. Unzählige Slides voller Bullet-Points, bunter Clip-Arts und überfrachteter Diagramme treiben manchen Betrachter in den Powerpoint-Tod. Gestaltungsregeln à la „Wieviele Bullet-Points dürfen auf eine Seite?“ scheinen wichtiger als die Frage, wie man eine Information am besten transportiert. Wissenschaftlich ist längst belegt, dass Informationen schlechter erinnert werden, wenn sie gleichzeitig visuell und akustisch dargeboten werden. Leider ist das Gegenteil immer noch zentrales Gestaltungsprinzip. Dazu degradieren sich die Redner meist zu Assistenten ihrer eigenen Präsentationen.

Präsentationen sollten heute den Prinzipien guter Dokumentarfilme und Videoclips gehorchen. Die gute Nachricht: Die Latte hängt derzeit sehr niedrig.

Das Modul „Powerpoint/Keynote“ behandelt und trainiert neben zentralen Gestaltungsprinzipien folgende drei Stufen:

- I. Die Vorbereitung
- II. Die Präsentation
- III. Der Vortrag

Und übrigens: die besten Gestaltungsrichtlinien nützen nichts, wenn sie sich nicht am Inhalt orientieren, und nicht jeder Inhalt passt in dieselbe Verpackung.



**DER OPTIMALE
AUFTRITT**

**ODER
DIE EROTIK DER BÜHNE**

Auftreten ist das halbe Leben und Bühnen lauern überall: Bei der Verabschiedung eines Mitarbeiters, bei der Hochzeit der Tochter, bei der Vorstellung des Jahresabschlusses im Aufsichtsrat, ebenso wie bei Produktpräsentationen, Messeauftritten und Weihnachtsfeiern. Präsentationen und Reden werden oft akribisch vorbereitet, doch der Auftritt selbst wird meist vernachlässigt. Wo stehe ich? Wie stehe ich? Wo ist das Licht? Wohin mit meinen Händen? Was tun bei Pannen, Zwischenrufen, desinteressierten Zuhörern? Die Rede finde ich selbst langweilig, das Thema trocken, das Mikro pfeift, aus der hintersten Reihe ertönt ein „Lauter!“.

Das Modul „Der optimale Auftritt“ vermittelt eine Checkliste der wichtigsten Bühnenregeln und zeigt Methoden und Techniken, um Sicherheit und Spaß auf Bühnen zu erreichen. Dabei ist immer wieder überraschend, wie sich schon mit wenigen kleinen Veränderungen große Effekte erzielen lassen, und schon manch einer drohte, „bühnensüchtig“ zu werden. Ziel ist immer ein entspannter, authentischer und fesselnder Auftritt, der dem Redner wie dem Publikum Souveränität und Sicherheit gibt und schlicht, überraschend, konkret, glaubwürdig und emotional ist.



STORY TELLING

ODER AN LISTEN KANN MAN SICH NICHT ERINNERN

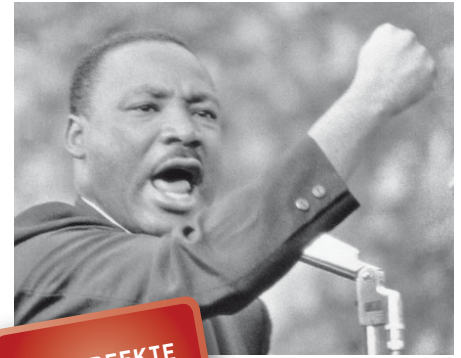
Seit jeher sind es Geschichten, die Informationen weitergeben. Die Erzählung, die Geschichte, ist die Urform der Erinnerung. Ereignisse werden nur dann erinnert, wenn sie in Form einer Geschichte gespeichert sind. Evolutionspsychologisch ist das Gehirn entsprechend ausgelegt. Geschichten (insbesondere solche über andere) sind essentiell für das Überleben sozialer Systeme. Dabei ist mit Geschichte nicht ein Roman gemeint (mit Exposition, Hauptteil und Finale). Bereits eine Schlagzeile oder ein Werbespruch können ganze Geschichten erzählen. Der Begriff „Geschichten“ wird oft gleichgesetzt mit Fiktion oder sogar Lüge. Hier geht es jedoch um wahre Geschichten als Erinnerungswerkzeuge. Unser Gehirn kann sie wesentlich leichter verarbeiten und erinnern, als Listen oder Aufzählungen. Was sind also Kernelemente einer Geschichte? Wie wird eine Erzählung plastisch? Was muss man sagen, damit im Kopf des Gegenübers ein Bild und damit eine Geschichte entsteht? Im Modul „Story Telling“ wird analysiert und trainiert, wie aus einer Information eine Geschichte entsteht, und wie man sich dieses Prinzip im Alltag zu Nutzen machen kann.



AUTHENTIZITÄT

ODER SEIEN SIE DOCH MAL SIE SELBST!

„Spiel die Rolle so wie du selbst bist!“ Diese Anweisung des Regisseurs lässt den Schauspieler meist völlig verloren zurück. Es gibt nichts zu spielen, aber auch dieses „nichts“ will ja irgendwie gefüllt sein, aber wie? Man kann nicht einfach mal auf Kommando authentisch sein. Das liegt daran, dass Authentizität in erster Linie eine kommunikative Wirkung ist – ähnlich der Arroganz. Fragt man einen arroganten Menschen, ob er arrogant sei, wird er dies vehement abstreiten. Möglicherweise zeigt sich sogar, dass er in Wirklichkeit unsicher ist. Es ist ein Bündel von verbalen und non-verbalen Signalen, das den Eindruck der Arroganz erzeugt. Ebenso lässt sich auch Authentizität erzeugen. Dabei geht es nicht um unzulässige Manipulation. Es geht vielmehr darum, die eigenen Kommunikationsstrategien dergestalt anzupassen, dass man nicht unauthentisch wirkt. Die Hauptsache ist, dass man in dem, was man tut, selbst vorkommt. Gerade in Führungspositionen wird häufig „persönlich“ mit „privat“ gleichgesetzt und aus dem „geschäftlichen“ herausgehalten. Es sollte aber nur der Bereich „privat“ herausgehalten werden. Mit dem „persönlichen“ bleibt auch das Authentische auf der Strecke. Das Modul „Authentizität“ macht die Wirkmechanismen der Authentizität transparent, analysiert und trainiert sie.



DIE PERFEKTE REDE

ODER ICH HABE EINEN ALBTRAUM

Es fing eigentlich ganz gut an. Alle hörten zu, alle schauten interessiert, der Gang zum Redepult ist ohne Stolpern gemeistert, das Manuskript gut vorbereitet, die erste Seite geschafft – doch plötzlich merkt er: Das Publikum schaut nicht mehr so interessiert, ja hier und da wird geflüstert. Gut, diese Stelle des Vortrags ist tatsächlich etwas langweilig, also schnell drüber lesen, während sich Auge und Geist schon durch das Manuskript vorarbeiten, um zu prüfen, welcher Absatz überhaupt weggelassen werden kann. Die Stimme rutscht hoch, der Mund wird trocken, der Redner kämpft sich durch den Text, merkt, er wird monoton, kann dagegen nichts tun. Schließlich kommt er ans Ende und ist heilfroh, während das Publikum höflich applaudiert und sich an keine Silbe aus dem Vortrag erinnern wird. Unter diesen Umständen hätte er ihn besser gar nicht erst gehalten und die wertvolle Zeit seiner Zuhörer verschwendet. Viele Vorträge und vor allem Reden (auf Hochzeiten, Geburtstagen usw.) folgen leider diesem Schema und sind meist kein Traum, sondern Realität. Das Modul „Die perfekte Rede“ vermittelt Techniken, die jede Rede interessant und unterhaltsam machen – und zwar formal und inhaltlich. Beginnend bei Ideenfindung und Konzeption, über Dramaturgie und Dramatik bis hin zur guten Präsentation werden alle Schritte zur gelungenen Rede an praktischen Beispielen erläutert und geübt.

MBTI® Präferenzen der Persönlichkeit

E xtroversion „Laßt uns darüber reden“ oder „Laß mich mal nachdenken“	E nergiequelle	I ntroversion
S ensing „So sehen die Fakten aus“ oder „Da erkenne ich viele Möglichkeiten“	W ahrnehmung	I ntuition
T hinking „Das ist doch logisch“ oder „Was macht das mit mir“	E ntscheidung	F eeling
J udging „Ich mag klare Ziele und Pläne“ oder „Ich halte mir gerne Optionen offen“	A ussenwirkung	P erceiving



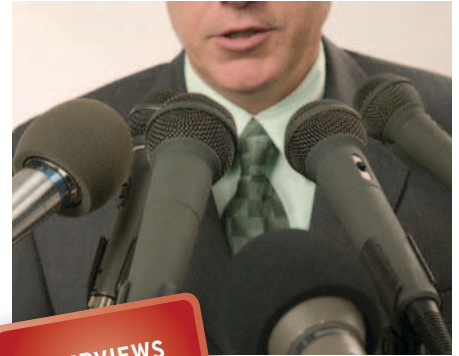
ODER WARUM VERSTEHT MICH EIGENTLICH KEINER?

Der eine entscheidet eher mit dem Herzen, der andere mit dem Kopf. Der eine sieht eher Details, der andere die Zusammenhänge. Treffen unterschiedliche Typen aufeinander, haben sie das Gefühl: der versteht mich überhaupt nicht – obwohl es um dieselbe Sache geht. Der MBTI® (Myers-Briggs-Typenindikator) gibt seit über 50 Jahren weltweit Millionen von Menschen eine nachvollziehbare Antwort darauf, warum das so ist. Er basiert auf Erkenntnissen des Schweizer Psychologen C.G.Jung. Menschen nutzen für ihre Wahrnehmungen und Entscheidungen verschiedene angeborene Präferenzen – so wie jemand Rechts- oder Linkshänder ist. Nun kann ein Linkshänder zwar trainieren, mit rechts zu schreiben, wenn es aber gilt einen Nagel einzuschlagen, greift automatisch wieder die linke Hand zum Hammer. Da sich diese Präferenzen (siehe Tabelle) also nicht grundsätzlich „abstellen“ lassen, ist es zumindest hilfreich, die eigenen zu kennen sowie um mögliche Präferenzen des Gegenübers zu wissen. Der MBTI hilft zu verstehen, warum andere Menschen anders „ticken“ als man selbst und zeigt, was sich tun lässt, um hieraus entstehende Konflikte und Kommunikationsschwierigkeiten zu vermeiden oder zu verringern. Dank einer Lizenzierung sind wir in der Lage, dieses Instrument anzubieten.



ODER WIE BESIEGT MAN ANGST

Veränderungen bedeuten immer auch den Verlust von Sicherheit. Die Reaktion darauf ist Angst. Daher werden Veränderungsprozesse häufig unbewusst blockiert, und viele Menschen entwickeln eine ungeahnte Kreativität im Erfinden von Vermeidungsstrategien. Blockieren, negativ sein, kneifen, zertratschen, überbrücken, Konflikte provozieren, komisch übertreiben sind solche Strategien, die sich im Modul „Change“ ausprobieren und analysieren lassen. Ziel ist es, sich Veränderungen gegenüber positiv aufzustellen, und den Verlust von Sicherheit konstruktiv zu erleben. Hauptbotschaft des Moduls ist es, mehr „ja - und dann“ und weniger „ja, aber“ zu sagen und die Angst in Mut und die Furcht in Lust zu verwandeln. Die improvisatorische Bühnensituation ist besonders geeignet Veränderungsprozesse nachzuvollziehen. Verweigerte Veränderung wird auf der Bühne sofort sichtbar und von den zuschauenden Teilnehmern im Modul unmittelbar erkannt.



ODER KAMERA AB! ...UND WAS JETZT?

Plötzlich kleben sie einem vor dem Gesicht: Kameras, Mikrofone. Ein kurzes Statement, eine Frage, eine Erklärung. Wer jetzt einfach drauf los plappert, ärgert (und wundert) sich meist bei der Be-sichtigung des Ergebnisses und zwar nicht nur optisch sondern vor allem auch inhaltlich. Bei Reportagen und Interviews ist es enorm schwierig, die Kontrolle zu behalten. Pressekonferenzen und Talkshows stellen noch einmal ganz andere Anforderungen: Wie reagiert man auf Fragen, die man nicht beantworten will? Wie sitzt man am besten da? Wohin mit den Händen? ... Kameras sind erbarmungslos. Viele Menschen glauben in Interview-situationen, sie hätten keinen Einfluss - einzig auf das, was sie sagen. Das Gegenteil ist richtig. Der Interviewte kann mitbestimmen über Hintergrund, Kameraposition, seine eigene Position zur Kamera (etwa: niemals sitzen, wenn Kamera und Reporter stehen!) usw. Wer oft interviewt wird, muss das Medium und dessen Gesetze kennen. Er muss nicht nur wissen, was er sagt, sondern vor allem wie. Bilder sagen mehr als 1000 Worte! Das Modul „Interviews / Talkshows“ bietet einen Werkzeugkoffer mit Verhaltensregeln und Einflussmöglichkeiten im Umgang mit Journalisten. Das Training findet mit Kamerateam und einem Journalisten statt.

Die Workshops

Die einzelnen Module können Sie individuell zu einem Workshop kombinieren. Gerne stehen wir im Vorfeld zu einer kostenfreien Bedarfsanalyse zur Verfügung. Hier sollten auch Dauer und Gruppengröße festgelegt werden. Möglich sind Vorträge, sowie halb-, ein- und mehrtägige Workshops, Gruppen und Einzeltrainings.

Die Trainings, ausser Interview / Talkshow, werden auch in englischer Sprache angeboten.

Im folgenden beispielhaft zwei bewährte Kombinationen.

ZUM BEISPIEL: „AUTHENTISCH FÜHREN“

Führen heisst kommunizieren und Führen heisst, eine Rolle ausfüllen.



Teambuilding-Workshop mittleres Management

Dauer: 2 Tage

Teilnehmer: 10-15

Ablauf: 1. Tag: Kleines Einmaleins der Bühne
Storytelling, MBTI
Entwicklung von Szenen in Kleingruppen
plus MBTI-Best Fit
Kommunikationsmechanik
2. Tag: Change
Fortsetzung Szenenarbeit
Authentizität
Aufführung und Auswertung

Preis auf Anfrage

ZUM BEISPIEL: „UPDATE ÖFFENTLICHER AUFTRITT“

Auftreten ist das halbe Leben...

1 zu 1-Coaching für Politiker und oberes Management

Dauer: 1 Tag

Teilnehmer: 1

Ablauf: *Vormittags:* Kleines Einmaleins der Bühne
Auswertung mitgebrachten Materials
Optimaler Auftritt, Perfekte Rede
Nachmittags: Kameratraining
Aufzeichnung einer Talkshow
Auswertung
Abschluss

Preis auf Anfrage

Der Workshop wird den ganzen Tag über von einem Kamerateam begleitet. Der Teilnehmer erhält eine DVD sowie ein persönliches Gutachten mit individuellen Empfehlungen.



Spezialangebote



STÜCK IN 3 TAGEN

Eine Gruppe von Führungskräften studiert in drei Tagen ein Theaterstück ein (zum Beispiel den Sommernachtstraum) und führt es vor den Mitarbeitern auf.

Kurzbeschreibung

- Unter professioneller Anleitung und in sicherer und wertschätzender Umgebung wird in drei Tagen ein Theaterstück, etwa der „Sommernachtstraum“, einstudiert.
- Die Teilnehmer werden in mehrere Szenen-Gruppen aufgeteilt und kommen mit gelerntem Text.
- Nach einem kurzen Workshop zum „kleinen 1 x 1 des Schauspiels“ beginnt klassische Inszenierungsarbeit.
- Nach drei Tagen ist ein unterhaltsames, etwas einstündiges kleines Theaterstück aufführungsreif.
- Im Rahmen einer entspannten Abendveranstaltung wird in der darauf folgenden Woche das Stück vor den Mitarbeitern aufgeführt.

Ziele und Transfer

„Stück in 3 Tagen“ ist ein enorm effektives Instrument, um ein Team von Führungskräften „zusammenschweißen“, alte Verhaltensmuster aufzubrechen und das Selbstbewusstsein des Teams zu fördern. Die intensive Arbeit an einem konzentrierten Projekt mit klarer Zielsetzung unter hohem Druck (Aufführung vor den Mitarbeitern, Erarbeitung des Stücks in kurzer Zeit), bei gleichzeitig großem Anspruch an Kreativität, persönlichen Einsatz und Mut, macht „Stück in 3 Tagen“ zu einem Muster für Projektarbeit im Unternehmensalltag und zu einem unvergesslichen Erlebnis.

Team-Ebene

- Erreichen eines gemeinsamen Ziels bei maximaler individueller Verantwortung
- gegenseitige Vertrauensbasis schaffen
- Teammitglieder in anderem Kontext kennen lernen
- gegenseitige Akzeptanz erhöhen
- gemeinsame Kreativprozesse verbessern

Persönliche Ebene

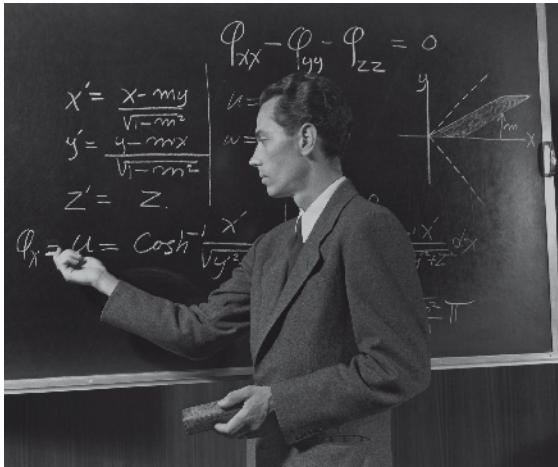
- Facetten der eigenen Persönlichkeit kennen – und nutzen
- eigene Wirkung wahrnehmen und verbessern
- Kreativität und Spontaneität trainieren
- Auftrittspräsenz stärken

Führungsebene

- Mitarbeiter erleben ihre Führungskraft von anderer Seite
- Abflachung der Hierarchie bei gleichzeitiger Steigerung des Respekts
- Nutzung „verschütteter“ Persönlichkeitsfacetten

Gruppengröße: 15-35; Leitung: 1 Regisseur, 1 Trainer, Assistenz.
Alternativ zu einem Theaterstück, können auch ein Musical oder ein Straßenspektakel inszeniert werden.

Spezialangebote

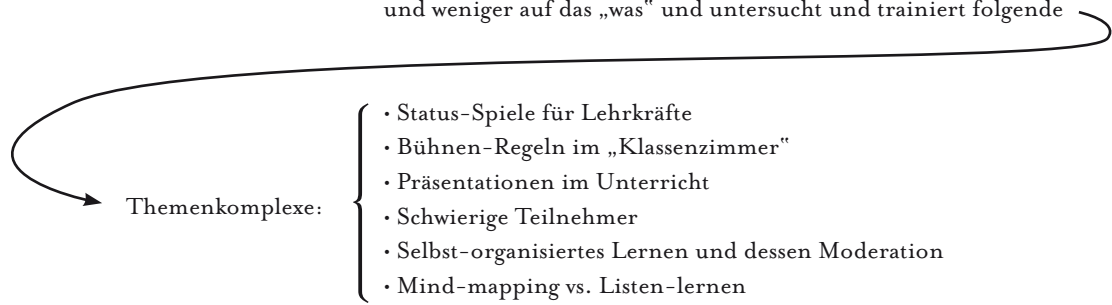


TRAIN THE TRAINER

In Zusammenarbeit mit einer international führenden Unternehmensberatung haben wir eine Trainingseinheit entwickelt, die sich dezidiert an Lehrkräfte richtet. Kaum eine Personengruppe steht länger und nachhaltiger auf Bühnen. Dennoch beschäftigen sich auch Lehrkräfte selten mit den Grundprinzipien von Bühnen und der Mechanik von Kommunikation in didaktischen Situationen:

- Wie und wo stehe ich am Besten?
- Wie vermittele ich kurzweilig Inhalte?
- Wie bleibt das, was ich sage, auch haften?
- Wie gehe ich mit schwierigen Teilnehmern um, etwa Besserwissern, Nörgern oder Desinteressierten?

„Train the Trainer“ lenkt den Fokus des Unterrichtens einmal auf das „wie“ und weniger auf das „was“ und untersucht und trainiert folgende



Themenkomplexe:

- Status-Spiele für Lehrkräfte
- Bühnen-Regeln im „Klassenzimmer“
- Präsentationen im Unterricht
- Schwierige Teilnehmer
- Selbst-organisiertes Lernen und dessen Moderation
- Mind-mapping vs. Listen-lernen

Die Grundeinheit des Trainings dauert einen Tag und wird zusammen mit Marco Hönig (*global knowledge network learning expert*) durchgeführt.

Zielgruppe

- Lehrende an Universitäten und anderen Hochschulen
- Lehrende an Berufsakademien und Fort- und Weiterbildungsinstitutionen
- Interne Trainer in Unternehmen
- Lehrer.

SEVERIN VON HOENSBROECH

Regisseur Schauspieler Coach Moderator

SEVERIN VON HOENSBROECH



geboren 1972 in Köln, studierte Schauspiel und Regie und Psychologie und Philosophie in Ulm und Wien und Bonn und wurde im Ergebnis jedenfalls 1999 Diplompsychologe und österreichisch geprüfter Schauspieler. Es folgten zahlreiche Workshops für Regie, Schauspiel, Theatersport und eine Ausbildung zum systemischen Organisationsberater, sowie eine Lizenzierung zum MBTI-Trainer.

Als Schauspieler trat er u.a. die Bretter des Volkstheaters Wien, Schauspiels Bonn, der Salzburger Festspiele und arbeitete mit Regisseuren wie Peter Stein, Thirza Brunken, Frank Heuel und sich selbst. Mit dem fringe ensemble Bonn verbindet ihn eine langjährige und stückreiche Beziehung. Im Fernsehen erschien er 2008 in einer Hauptrolle in der Pro7-Serie Spoons sowie in zahlreichen weiteren TV- und Kinoproduktionen.

Als Regisseur arbeitet er derzeit vor allem für das fringe ensemble, das Schauspiel Bonn und für Libanon on Stage. Als Theatermacher und Psychologe coacht und trainiert er Personen im mittleren und oberen Management, insbesondere dann, wenn es um ihren persönlichen Auftritt geht. An der WHU - Otto Beisheim School of Management unterrichtet er das MBA SoftSkills-Program.

Im Laufe der Zeit gab es auch ein paar Preise, etwa den Kölner Theaterpreis, den Heidelberger Theaterpreis, den Theaterzwang-Preis und mit Libanon on Stage auch den Westfälischen Friedenspreis.

UNTERNEHMEN	SENDER	PRODUKTIONSFIRMEN	THEATER
Springer	PRO7	Endemol	Volkstheater Wien
Lufthansa	ARD	U5-Filmproduktionen	Schauspiel Bonn
Eon	ZDF	Ziegler-Film	Salzburger Festspiele
MAN	RTL	Sony-Pictures	fringe ensemble
Deutsche Bank	SAT1	Network Movie	Palast der Republik, Berlin
Deutsche Telekom	WDR	UFA	Schaubühne Leipzig
Otto Beisheim School of Management (whu)	Kino	UNA-Film	Theater Phönix Linz
European School of Management and Technology (ESMT)		Westside Film	Studiobühne Köln
Rheinische Fachhochschule Köln			Berliner Festspiele

KONTAKT

Severin von Hoensbroech
Frankfurter Str. 243
D-51147 Köln
fon +49-221-569 89 22
cel +49-177-2 678 336
severin@hoensbroech.de
www.der-sev.de

In Kooperation mit

