

## **Anleitung zur Kopfstandmethode**

Im Nachfolgenden erhalten Sie die **Kopfstandmethode Anleitung** Schritt für Schritt und Sie können diese besser für sich nachvollziehen:

1. Das Problem festlegen
2. Das Gegenteil des Problems festlegen
3. Sich Gedanken machen, wie Sie das Grundproblem definitiv nicht erreichen, notieren Sie die Maßnahmen, die dazu führen
4. Alle Mitarbeiter oder Schüler, etc. arbeiten für ca. 5 - 10 Minuten für sich allein und sollen negative Maßnahmen sammeln bzw. aufschreiben
5. Bilden Sie eine Struktur oder Kategorien der negativen Maßnahmen bzw. Handlungen als Moderator oder im Team
6. Jetzt geht es darum die negativen Maßnahmen wieder in das Gegenteil also positive Maßnahmen, um zu formulieren. So haben Sie die Lösung für das Problem gefunden.

Wahrscheinlich mit Spaß und somit mit weniger Stress, als krampfhaft gleich auf die positiven Maßnahmen des Grundproblems einzugehen.

## **Beispiel für die Kopfstandmethode**

Die Erklärung der **Kopfstandmethode** am **Beispiel** soll nochmals verdeutlichen, wie Sie vorgehen sollen oder was genau Sie tun sollen.

1. Problem festlegen: Wie können wir mehr Kunden gewinnen?
2. Gegenteil: Was können wir alles dafür tun, damit die Kunden wegbleiben?
3. Der Moderator schreibt den Satz: "Was können wir alles dafür tun, damit die Kunden wegbleiben an die Tafel, Pinnwand oder Flipchart.
4. Danach fordert der Moderator die Teilnehmer, Schüler oder Teammitglieder auf sich ca. 5 - 10 Minuten mit dem Ziel auseinander zu setzen und Ideen zu sammeln und aufzuschreiben.
5. Nach Schritt 4 werden nun die Ideen zusammengetragen und ausgewertet. Für das Problem Kunden zu vergraulen, empfehlen sich zum Beispiel die Kategorien so einzuteilen, was einzelne Mitarbeiter oder der Chef tun können. Mögliche Kategorien wären dann (Verkäufer, Abteilungsleiter, Bereichsleiter, Chef usw.). Ordnen Sie also die Maßnahmen nach diesen Kategorien und ordnen Sie die negativen Aufgaben den jeweiligen Kategorien zu.
6. Jetzt macht sich das Team, die Schüler oder Mitarbeiter Gedanken darum, die Ideen in das Gegenteil umzuwandeln, also in positive Maßnahmen, damit das Unternehmen mehr Kunden gewinnt.