

## NextGen IT-Training AG

*Ein IT-Bildungszentrum schickt sich an, erwachsen zu werden*



Dies ist eine **didaktische Narration**, die eine fiktive Geschichte nutzt, um komplexe Sachverhalte, Regeln oder Prozeduren auf der Führungsebene privatgeführter Weiterbildungsorganisationen auf einfache und anschauliche Weise zu erklären.

Die Methode wird häufig im Bildungsbereich, in der Erwachsenenbildung, im Storytelling-Marketing oder auch in der technischen Dokumentation eingesetzt. Ziel ist es, das Lernen durch einen emotionalen und narrativen Zugang zu erleichtern, da Geschichten das Verständnis fördern und das Gelernte besser im Gedächtnis verankern können.

Ein verwandter Begriff ist auch **Storytelling in der Didaktik** oder **szenisches Lernen**, wenn die Geschichte aktiv erlebbar gemacht wird.

## Teil 1

### Vom Junior zum CEO

*Johann Johanssons jun.*, ein Spross reicher (*sehr reicher*) Eltern, hatte sich zum Abitur ein eigenes Unternehmen gewünscht – und bekommen. Mitten im südlichen Ruhrgebiet stand ein IT-Bildungszentrum zum Verkauf: gut laufend, bekannt für Qualität und Solidität.

Die **NextGen IT-Training AG** wurde 1975 gegründet und hat sich auf die Aus- und Weiterbildung von Computer-Spezialisten spezialisiert. Ursprünglich bot sie eine dreimonatige Programmierer-Ausbildung mit Leistungs- und Prüfungszertifikat sowie eine vierwöchige Weiterbildung zum zertifizierten **COBOL-Programmierer** an. Die Computerabteilungen der Banken, die händeringend nach Programmierern suchten, übernahmen nach bestandener Prüfung gerne die Kosten für die Teilnehmer. Kein Wunder, dass die Teilnehmerplätze bei der **NextGen IT-Training AG** über Wartelisten zugewiesen wurden.

Mit dem aufkommenden Zeitgeist der späten 1980er-Jahre und der Erkenntnis, dass Durchsatz lukrativer als Qualität war, wurden die Grundlagenausbildung und alle Abschlussprüfungen gestrichen. Die Seminardauer wurde zunächst auf drei Wochen und später auf zwei Wochen reduziert. Gleichzeitig wurden die Gebühren drastisch erhöht – ohne Rückgang der Nachfrage. Im Gegenteil: Sie stieg kontinuierlich an. Allerdings erhielten die Teilnehmer nun nur noch ein Teilnahmezertifikat, ohne Hinweise auf den Erfolg des Erlernten.

Es waren die goldenen Anfangsjahre der Computer-Industrialisierung.

Der alte Eigentümer der NextGen IT-Training AG wollte sich in Ruhe auf sein Rentnerdasein vorbereiten und sich anschliessend in den Süden verabschieden. Er verkaufte das Zentrum zu einem günstigen Preis an den Senior und versprach gleichzeitig, bis zu seinem Rückzug die Organisation weiterzuführen und den Junior, seinen Nachfolger, einzuarbeiten.

*Johann Johanssons jun.* (Rufname: *Junior*), nicht gerade die hellste Kerze auf der Torte, hatte ein Abitur, das er nur dank einer Spende seiner Eltern an die Privatschule geschafft hatte. Die Spende, die so umfangreich war, dass sie sogar explizit in der Steuererklärung die Privatschule aufführen mussten, hatte einen adäquaten Gegenwert und war zielführend. *Junior* schrieb sich in der Folge als Informatikstudent an der Fachhochschule ein. Dank minimaler BASIC-Kenntnisse war er fest davon

überzeugt, ein begnadeter Programmierer zu sein, ging aber schon zu Beginn des dritten Semesters in ein selbstverordnetes Sabbatical und fokussierte sich auf sein IT-Bildungszentrum.

Juniors Vater, der **Senior**, blieb jedoch mit mehr als 80 % der Aktien als Aufsichtsratspräsident formal der Oberindianer der Bildungseinrichtung. Natürlich, um **Junior** mit seinem 20%-Paket noch ein bisschen an die Kandare zu nehmen – ohne sich ins Tagesgeschäft einzumischen. Für **Johann Johanssons jun.** war das eine gute Entscheidung.

Seit drei Jahren hatte **Junior** nun die Zügel in der Hand, nachdem sich der Vorbesitzer in den Ruhestand verabschiedet hatte. Als guter Chef (*so sah er sich jedenfalls*) hatte er einige Stellen neu besetzt. Natürlich vergass er dabei seine Cliques-Spezies nicht. Verkaufsleitung (**CSO**) und Marketingleitung (**CMO**) wurden neu besetzt – Jobqualifikation: viele Sprüche klopfen, alles besser wissen und mit dem Firmen(-Sport-)wagen Runden am Boulevard drehen.

Mit drei Personen in der Schulleitung, von denen keine eine formale Fach- oder Managementausbildung besass, hätte es kritisch werden können. Doch das Zentrum brummte. Zugegeben, die Buchungszahlen waren zurückgegangen, lagen aber immer noch in der Gewinnspanne. Nicht mehr so wie einst, aber immerhin noch positiv.

Im Umkreis von 100 km war das Zentrum das am leichtesten zu erreichende Bildungszentrum für IT-Standardprodukte. Da es keine nennenswerten Mitbewerber gab, sorgten die Nachfragebemühungen der grossen IT-Hersteller für eine solide Auslastung. Es war also egal, was sie taten – die Nachfragegenerierung durch Software-Updates und neue Produkte der IT-Hersteller funktionierte zuverlässig.

Das Zentrum, ein ehemaliges Schulgebäude mit zwölf Klassenräumen, grosser Kantine, einem eingezäunten Pausenbereich mit überdachter Fläche sowie vielen Parkplätzen und einer eigenen Bushaltestelle war bestens ausgestattet. Im Keller gab es Übungsräume für die Schulband, ein Tonstudio und eine Dozentenbar, die auch mal für Juniors Cliques-Partys genutzt wurde und entsprechend berühmt – oder berüchtigt – war. Das Gebäude wirkte allerdings ein bisschen verlebt und hatte seine besten Jahre hinter sich. Doch die IT-Infrastruktur war vom Feinsten – darauf hatten sie geachtet.

Das Gespür für Besucher- oder Kundenempfinden sowie die Bedeutung des ersten Eindrucks war hingegen nicht besonders ausgeprägt. Ein gutes Beispiel dafür, dass, wenn die Nachfrage nur hoch genug ist, selbst ein Depp ein Bildungszentrum führen kann. Das Leben kann doch so schön sein ...

## Rosenmontag: Der Wendepunkt

Bis... - ja bis zum Rosenmontag. Sie hatten vorgeplant und dafür gesorgt, dass in der Karnevalswoche keine Seminare stattfanden, um mal wieder so richtig die Sau rauslassen zu können. Das Marketingbudget stellte die Getränke- und Essensversorgung sicher. Ein Koch wurde extra angeheuert, um die Kantine zu übernehmen und für das leibliche Wohl von **Junior**, seiner Clique und den Gästen zu sorgen.

**Helmut**, einst der alte Hausmeister des **Seniors**, der sich nun im Bildungszentrum mehr als Kalfaktor, denn als respektierter Hausmeister ein bisschen die Rente aufbesserte, wurde beauftragt, die Klassenräume freizuräumen. Diese sollten durch einen Partyservice als Themenräume für die Feier hergerichtet werden.

Es war Rosenmontag. Alle waren eingetroffen, die Stimmung war ausgelassen, und die Bässe wummerten durch das Haus. Aber **Junior** fehlte noch. Er war doch sonst immer einer der Ersten – und heute? Was soll's, Marketing und Vertrieb hatten die Party bereits eingeläutet.

Doch dann erschien plötzlich **Johann Johanssons sen.** in der Tür – sichtbar auf **180**. Für die meisten im Raum war er nur ein alter Mann, der sich wohl verirrt hatte. Die Rezeptionistin, erst seit knapp sechs Monaten im Team, erkannte ihn natürlich nicht und raunte ihn am Eingang schon leicht benebelt an: „**Na, Opa, willst du mit uns feiern?**“

Er ignorierte sie und stürmte in die ehemalige Aula, den Hotspot der Party. Dort ging er zur Verstärkeranlage und kippte den **Powerschalter** auf **OFF**.

## Rumms. Stille.

„**Alle, die nicht hierher gehören, verlassen sofort den Raum. Die Party, oder was das hier ist, ist zu Ende!**“ Seine klare Ansage liess alle augenblicklich nüchtern und rotköpfig werden.

Dann hielt der Senior eine Ansprache – gemäss Proseminar 1: Dialektik und Rhetorik – maximale Aufmerksamkeit durch leises und deutliches Sprechen:

*„Johann Johanssons jun. hat sich entschieden, mit sofortiger Wirkung nicht mehr dieser Organisation anzugehören und anderen Interessen nachzugehen.“ Ups ...*

*„Wir haben jetzt zwei Möglichkeiten: Entweder wir führen die Organisation weiter und kümmern uns schnellstmöglich um eine geordnete Nachfolge, oder wir beenden diesen Spuk hier und jetzt.“*

*Sie erhalten dann ihre ordnungsgemässe Kündigung zum Monatsende mit einer Übergangsfrist von drei Monaten und sind mit sofortiger Wirkung freigestellt!*

*Schlafen Sie darüber und teilen Sie mir bis Mittwoch Ihre Entscheidung mit.*

*Franz Blessing (Head of Marketing), Theo Sturm (Head of Sales) und Helmut haben meine direkte Nummer und können mich anrufen.“*

Damit verliess er das Gebäude – immer noch leicht schockiert von dem, was er gesehen und erlebt hatte.

Für **Franz** und **Theo** war klar: **Wir machen weiter.**

Jeder sah sich bereits als neuen Centermanager, waren sie doch die rechte und linke Hand des **Juniors** und handelten (*fast*) immer in seinem Interesse – natürlich ohne ihre eigenen dabei zu vernachlässigen.

In den folgenden Tagen stritten sie darum, wer auf den verwaisten Vorstandsparkplatz des **CEOs** parken dürfte – man einigte sich auf »First come, first serve«. Die drei Vorstandsparkplätze direkt am Haupteingang waren entsprechend mit »Reserviert für Vorstände« und mit **CEO**, **CMO** und **CSO** nochmal besonders hervorgehoben beschildert. Dass sie etwas breiter waren, als die anderen Parkplätze, sei nur so erwähnt – hat aber erst später eine besondere Bedeutung.

**Franz** und **Theo** durften sich den Titel **Vorstand** gerne auf die Visitenkarte schreiben, sie hatten jedoch nur einen gewöhnlichen Angestelltenvertrag. War keine grosse Sache für den **Senior**, der immer noch alle Arbeitsverträge persönlich mitunterschrieb. **Franz** und **Theo** fragten gar nicht weiter nach, einfach weil sie die Bedeutung des Unterschieds nicht kannten und wohl auch nicht interessiert waren. Gehalt und Firmenwagen waren ihnen wichtiger. Genau genommen waren sie auch im klassischen Sinne keine Führungskräfte, denn sie hatten noch nicht einmal **Prokura**, wiederum weil sie nicht nachfragten und wohl auch hier die Bedeutung nicht kannten.

## Schon am Aschermittwoch kehrte wieder „Business as Usual“ ein.

Der erste Schock war verdaut und mit **Franz** und **Theo** an der Spitze ging es im gewohnten Trott weiter, bis auf den Kampf um den CEO-Parkplatz. Kurz nach 10:00 Uhr riefen sie unabhängig voneinander den Senior an, um mitzuteilen, dass es weitergehen sollte, natürlich mit dem Hinweis, die erfahrenste und zuverlässigste Person zu sein, um die Organisation in seinem Sinne weiterzuleiten.

Ansonsten galt es, hier und dort noch Party-Schäden zu beseitigen, und jeder, der sich dazu berufen fühlte, rief bei Hermann an und erteilte ihm diesbezügliche Anweisungen.

Interessanterweise gab es kaum Diskussionen über den plötzlichen Verbleib des Juniors. „*Aus den Augen, aus dem Sinn*“ heisst es doch so schön in den Kalendersprüchen. Eine gemütliche Restwoche begann, und an der Rezeption widmete sich die Mitarbeiterin entspannt ihrer Schönheit – mit neu lackierten Fingernägeln und einer Haltung, die sagte, dass sie das alles nichts angehe.

Zwei Personen machten sich Gedanken, wo sie zukünftig den Schreibtisch, den Besprechungstisch und die gemütliche Couch im CEO-Büro hinrücken sollten, um einen Neuanfang zu demonstrieren – immerhin mit fast 80 qm ein grosses und respektables Büro. Im Nebenraum teilten sich drei Fachkräfte 40 qm, der Eingang diente gleichzeitig auch als Vor- und Wartezimmer.

Einzig **Helmut** war sich der neuen Situation bewusst und hoffte, dass sie ein für ihn gutes Ende nehmen würde und er seine bescheidene Rente mit einfachen Arbeiten hier weiter aufstocken konnte. An den etwas fältigen Ton einiger Mitarbeiter hatte er sich gewöhnt und ertrug ihn stoisch.

Doch die Hoffnung auf ein geruhsames „**Weiter so**“ hielt nur bis zum Tag des **Morgestraichs**, dem Start der Basler Fasnacht, die immer am Montag nach Aschermittwoch morgens um 04:00 Uhr beginnt. Dann werden die Lichter der Innenstadt gelöscht und tausende Trommler und Pfeifer beginnen mit der Intonation des gleichnamigen Marschmusikstücks „**Morgestraich**“.

Welch eine Metapher für das, was nun bald kommen sollte...

Weiter im zweiten Teil

----- ULH -----