

Impro-Workshop Kommunikation und Spontanität

für den Fachtag Besuchen und Begleiten
des Aktivoli-Landesnetzwerks am 12.11.2025

„Flexibel reagieren, wirksam kommunizieren –
mit Improtheater“

Die erzählte Geschichte entsteht nur im Kopf der Zuschauenden

Beim Impro-Theater hat keiner der Spielenden zu irgendeinem Zeitpunkt eine Idee davon, wie die entstehende Geschichte weiter verlaufen oder enden wird.

Impro-Prinzipien

- **Yes and**
// Ja genau und...
 - **Fail forward**
// Scheiter heiter
 - **Let your partner shine**
// lass deinen Spiel-Partner glänzen
-

Impro-Prinzipien



- **Yes and // Ja genau und...**
-> da die Geschichte im Kopf der Zuschauenden entsteht, ist das Annehmen von Impulsen anderer Spielender eines der Kernelemente des Impro-Theaters. Blockieren und „Ja-aber“ würde zum Bruch des Bildes, zum Stocken der gemeinsamen Geschichte führen. Das „Ja-genau-und“ bewirkt Co-Kreation.
- **Fail forward // Scheiter heiter**
-> gelebte Fehlerkultur, das Verlassen von „Komfortzonen“ und ein „out-of-the-box“-Denken ermöglichen erst, mutige und tiefgründige Geschichten zu erzählen. Dabei ist das „Banale“ meist mehr als genug, Perfektionismus eher hinderlich. Zuschauende schätzen Stories und Spielende, an denen sie emotional anknüpfen können.
- **Let your partner shine // lass deinen Spiel-Partner glänzen**
-> Impro-Theater ist Team-Work. Es geht nicht um das perfekte Solo, sondern darum mit allen als Gruppe zu wirken. Sei dafür lieber „langweilig“ und unterstütze deine Mitspielenden – pack also dein Ego ein, es gehört auf den Tennisplatz, aber passt nicht zum Team-Match.

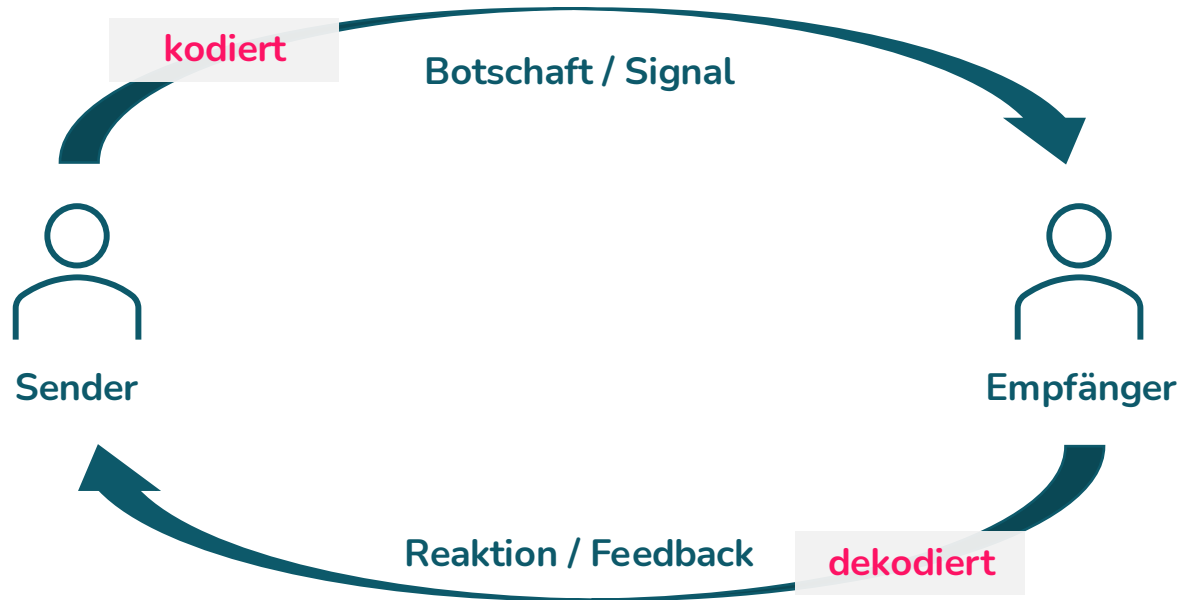
Kommunikationsmodelle



Das Sender-Empfänger Modell (nach Shannon / Weaver)

- Dieses einfache Kommunikationsmodell betrachtet die Übermittlung einer Botschaft vom **Sender** zum **Empfänger**.
 - Bei der Übermittlung wird die Botschaft zuerst vom Sender **kodiert** (**Was ich sagen will**) und vom Empfänger im Anschluss vom Empfänger **dekodiert** (**Was bei mir ankommt**).
 - Beim *Ver- und Entschlüsseln* beziehungsweise *Übermitteln* der Botschaften werden drei Kommunikationsarten zugrunde gelegt:
 1. **Verbale Kommunikation**
gesprochenes oder geschriebenes Wort
 2. **Paraverbale Kommunikation**
Tonfall, Lautstärke, Stimmlage, Sprechtempo, Sprechpausen
 3. **Nonverbale Kommunikation**
Gestik, Mimik, Körperhaltung, Habitus
-

Das Sender-Empfänger Modell (nach Shannon / Weaver)



Kommunikation ist Verhalten



„Man kann nicht nicht kommunizieren, denn jede Kommunikation (nicht nur mit Worten) ist Verhalten und genauso wie man sich nicht nicht verhalten kann, kann man nicht nicht kommunizieren.“

Selbst wenn wir kein Wort sagen senden wir mit unserem Körper, unserer Gestik und Mimik Botschaften an unsere Umgebung.

Axiome der Kommunikation (nach Paul Watzlawick)

Paul Watzlawick hat basierend auf diesem einfachen Sender-Empfänger Modell sein berühmten **5 Axiome der Kommunikation** entwickelt.

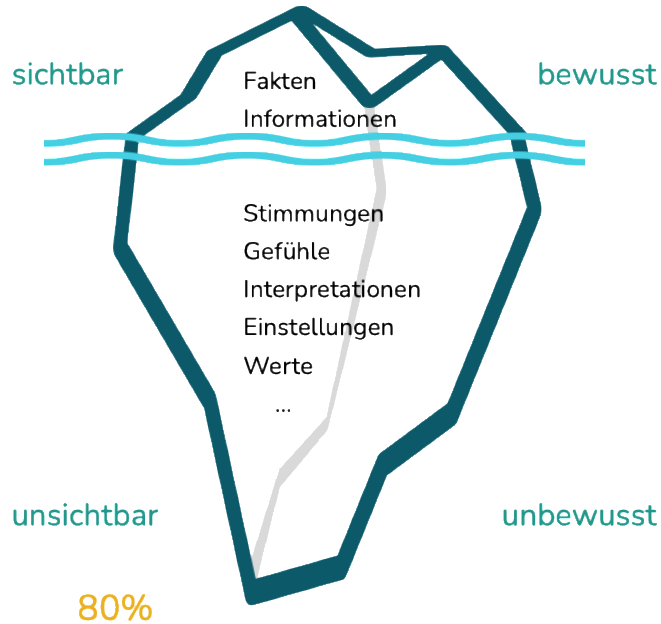
Die beiden ersten Axiome lauten:

1. „*Man kann nicht nicht kommunizieren.*“ – Auch wenn wir schweigen, kommunizieren wir nonverbal weiter.
2. „Jede Kommunikation hat einen **Inhalts-** und einen **Beziehungsaspekt.**“ – Entscheidend ist, **WAS** und **WIE** kommuniziert wird.

Das Eisberg-Modell der Kommunikation

Sachebene

20%



80%

Beziehungsebene

- Während die **Sachebene** mit den rational verhandelten Themen in der Kommunikation nur die sichtbare „*Spitze des Eisbergs*“ bildet, bleibt ein wesentlicher Anteil „*unter der Wasseroberfläche*“ unsichtbar. Diese **Beziehungsebene** bestimmt maßgeblich unsere zwischenmenschliche Kommunikation.
- Gefühle und Emotionen, sowie evtl. unbewusste Interpretationen der eigenen **subjektiven Wahrnehmung** beeinflussen die von uns **gesendeten Botschaften**. Unsere Werte und Einstellungen wirken dabei als Filter unserer Wahrnehmung und Auslöser unserer emotionalen Reaktion.
- Viele **Konflikte** haben ihre Ursache in der (unsichtbaren) Beziehungsebene.

Die erzählte Geschichte
entsteht beim Impro nur im
Kopf der Zuschauenden

ebenso gilt

Die Interpretation der
Nachricht entsteht beim
Zuhörerenden

Grundhaltung bei der Kommunikation



- Die Transaktionsanalyse (TA) nach Berne untersucht, wie der Kommunikationsaustausch zwischen Menschen stattfindet.
- Ein Konzept der TA sind die Lebensgrundhaltungen oder Ok-Positionen. Diese beschreiben, wie Menschen sich selbst und andere erleben. Die vier Positionen sind links dargestellt.
- Nur die Grundhaltung „**Ich** bin ok, **Du** bist ok“ ermöglicht eine Kommunikation auf Augenhöhe

5 Grundprinzipien der TA

1. Jeder Mensch ist in Ordnung.
 2. Jeder Mensch kann sich ändern.
 3. Jeder Mensch entscheidet über sein eigenes Schicksal.
 4. Die Grundlage jeder Arbeit ist ein Vertrag.
 5. Die Kommunikation ist offen und frei.
-

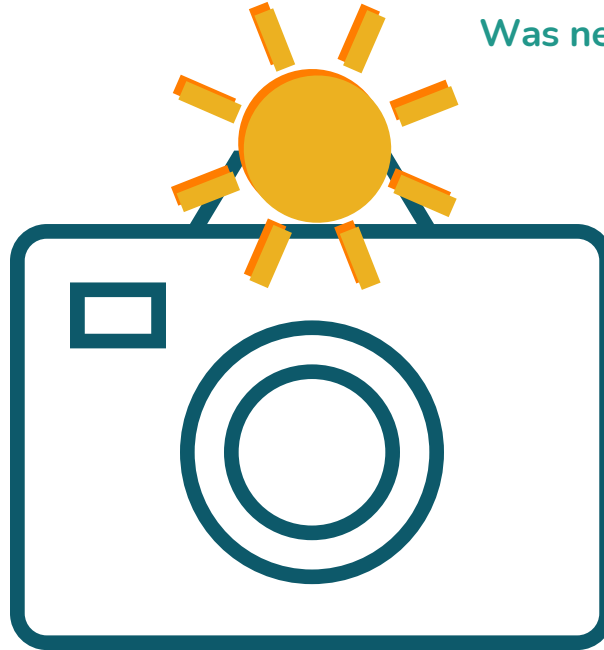
Schlussfolgerungen TA

1. Nicht jedes Verhalten ist in Ordnung.
 2. Jeder Mensch kann denken.
 3. Jeder Mensch hat (theoretisch) jederzeit die Möglichkeit eine Entscheidung oder eine andere Entscheidung zu treffen.
 4. Ein Vertrag bedeutet: Beide sind verantwortlich.
 5. Die Kommunikation ist offen und frei.
-

Abschluss - Blitzlicht

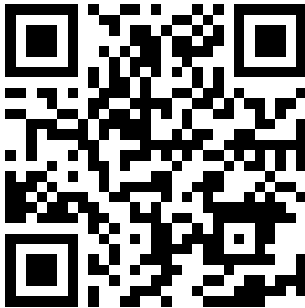


Was nehmt ihr mit von heute?



*Jede(r) ein Wort
in der Runde*

Nach dem Workshop kann ein
HandOut hier herunter geladen werden:



<https://afterworkimpro.de/materialien/>



Weitere Infos findet ihr auf unserer Webseite und
in unserem Newsletter unter afterworkimpro.de

B2B- und B2C-Workshops

Mit den Methoden des Impro-Theaters gestalten wir:

- **Workshops** und **Seminare**
- unterstützen **Gruppen** und **Teams** in **Entwicklungsprozessen**
- spaßige **Team-Events** für ihr Jubiläum, Sommerfest oder ihre Weihnachtsfeier.

Neugierig geworden? Besuchen Sie gerne eine unserer **Afterwork-Veranstaltungen** zum Kennenlernen und Kontakt aufnehmen.

Afterwork Impro



Hoffmann + Volland GbR

Kerstin Hoffmann und

Dr. Andreas Volland

✉ hallo@afterworkimpro.de

☎ +49 1769 777 3217

🌐 afterworkimpro.de

📷 [instagram.com/afterworkimpro](https://www.instagram.com/afterworkimpro)

🌐 [linkedin.com/company/afterworkimpro](https://www.linkedin.com/company/afterworkimpro)

Ein starkes **WIR** Gefühl,
AUFMERKSAMKEIT in Sprache
und Kommunikation, gemeinsam
KREATIV sein in der **CO-
CREATION**, ein tolles **TEAM-
Erlebnis**.