

Das richtige Handwerkszeug

Wie ein Seminar für einen Kunden zusammengestellt werden kann, und wie wichtig dieses Thema in Trainerausbildungen ist, lesen Sie in diesem Interview.

Wie lange dauert es ungefähr um für ein Unternehmen ein internes Seminar zu entwerfen?

Am Anfang lange. Nach vielen Jahren und hunderten Trainings in der Branche verkürzt sich das realistischerweise auf einige Stunden. Diese beinhalten das Telefonat mit dem Auftraggeber, um das genaue Ziel der Maßnahme zu vereinbaren, also was soll sich ändern und woran wird er es merken? Dann frage ich auch noch gerne, welche Vorerfahrungen im Seminarbereich die Teilnehmer schon mitbringen. Gab es Seminare, die gut oder schlecht gelaufen sind, darauf muss man unter Umständen Rücksicht nehmen. Wir klären im Vorgespräch, wie zum Event eingeladen wird, dazu gibt es von mir sogar einen Textvorschlag für den Kunden, den er an die Teilnehmer weiterleiten kann. Ich finde es wichtig, dass Teilnehmer möglichst bald möglichst viel über die geplante Maßnahme erfahren, um sich darauf einstellen zu können. Dazu gehören die Inhalte, aber auch ein Trainerprofil, also wer wird für sie im Seminar da sein. In besonderen Fällen gibt es auch noch einen Vorbereitungsfragebogen an die Teilnehmer mit der Bitte, diesen ausgefüllt bis ca. 1 Woche vor Seminarstart an uns zurückzuschicken. Aus diesen Informationen heraus bereite ich dann die Inhalte und die Übungen für das Seminar vor.

Wie ist Ihrer Meinung nach ein optimaler Ablauf für ein Zwei-Tagesseminar?

Gute Erfahrungen habe ich mit dem »Brückenprinzip« gemacht, dieses wird auch in unserer Trainer-Ausbildung unterrichtet, es besteht aus 8 Phasen:

1. Auftrag
2. Vorbereitung
3. Einstieg
4. Gruppenarbeit
5. Input
6. Training
7. Ausstieg
8. Transfer

Brückenprinzip deshalb, da Vor- und Nachbereitung wichtige, tragende Säulen sind, als auch

Ein- und Ausstieg. Dazwischen spielt sich alles ab, vor allem im 3er-Kreislauf Gruppenarbeit, Input, Training: In der Gruppenarbeit stelle ich schnell fest, wie der Kenntnisstand und/oder die Fähigkeiten der Teilnehmer zum Thema sind. Darauf passe ich dann spontan meinen Input an. Diesen setzten sie gleich danach im Training, also im Üben um. Danach kann diese Spirale wieder starten, für jede Phase rechne ich ca. 20 Minuten. Natürlich gibt es Aktivierungsübungen dazwischen, allerdings nicht zu viele, denn ich finde, die Aufbereitung durch den Trainer sollte so interessant sein, dass man gar nicht auf die Idee kommt, müde zu werden.

Welchen Stellenwert hat »Methodik und Didaktik« in Ihrer Trainerausbildung?

Insofern einen hohen, als dass wir genau bei diesen Themen Wert auf einen gut gefüllten Werkzeugkasten des Trainers legen. Er sollte so viele Varianten wie möglich beherrschen, um auf die oft höchst unterschiedlichen Gruppen eingehen zu können. Deshalb arbeiten wir in der Ausbildung auch nur mit einer 1-stelligen Teilnehmerzahl, also maximal 9 Personen, um jedem Teilnehmer sehr viel mitgeben zu können – an Methoden, Ansätzen und Übungen, alles selber ausprobieren zu können, im geschützten Rahmen.

Welche Trainingsmethoden gehören zu Ihren Lieblingsmethoden und warum?

Alle bereits oben beschriebenen. Am liebsten fordere ich die Teilnehmer etwas. Ob mit der Übung »Spontanrede« im Rhetorik-Seminar oder mit »Verkaufe mir diesen Kuli« im Verkaufsseminar. Obwohl es das schon lange gibt, beherrschen es die Wenigsten richtig. Aber dafür gibt es dann uns Trainer. Und als Ausbilder mache ich das alles auch gerne vor, als Angebot für die Teilnehmer, nicht als Muss oder Dogma. Das Buffet schmeckt doch dann am Besten, wenn man sich selbst bedienen kann, stimmt's?

Danke für das Gespräch.



Gabriel Schandl

ist Wirtschaftswissenschaftler, Buchautor, Trainer, Keynote-Speaker und Coach. Daneben bildet er seit Jahren Trainer aus. Nächster Lehrgangstart: 26. Oktober 2016.
www.gabrielschandl.com