



## **10 Tipps für bessere Seminare und workshops!**

**Ein Beitrag von Uwe Heide,  
Experte für Vertriebsentwicklung.**

Professionelle Seminare und workshops zeichnen sich durch eine Reihe von Elementen aus, die es zu beachten gilt. 10 davon werden in diesem Artikel beschrieben.

### **1. Zielorientierung:**

Bevor es in die Planung eines Seminars oder workshops geht, sollten die Ziele der Veranstaltung für alle Beteiligten, d.h. für den Auftraggeber sowie für Sie als durchführender Leiter klar und konkret sein.

Eine gute Frage zur Formulierung des Ziels ist immer: Was soll nach der Veranstaltung anders sein, als vorher? Was sollen die Teilnehmer können, was sollen sie dann wissen?

So könnte eine hilfreiche Zielformulierung für ein Training beispielsweise sein:

„Nach dem Seminar kennen (und können!) die teilnehmenden Verkäufer 10 Nutzensvorteile des neuen Kopierers und können diese argumentativ anwenden.“

Am besten sind Ziele meistens, wenn sie die Kriterien der SMART-Methode erfüllen:

SMART = Spezifisch, Messbar, Atraktiv, Realistisch, Terminierbar.

### **2. Art der Veranstaltung:**

Aus dem oben genannten Ziel können Sie dann eine essentielle Entscheidung ableiten:

Ist die Veranstaltung ein Seminar, indem fachliche Inhalte vermittelt und trainiert werden? Oder ein moderierter workshop, indem Teilnehmer etwas erarbeiten? Oder ein Coaching, indem Teilnehmer mit Hilfe des Coachs an Haltungen, Ressourcen und ähnlichen Themen arbeiten?

Daraus ableitend ergeben sich unterschiedliche Methoden, Inhalte, Aufgaben und Haltungen. In einem Seminar ist es Ihre Aufgabe fachlichen input zu geben und methodisch dafür zu sorgen, dass die Teilnehmer diesen gut lernen und anwenden können. In einem moderierten workshop ist es *nicht* Ihre Aufgabe inhaltlichen input zu geben. Vielmehr haben Sie die Prozessverantwortung für die Veranstaltung. Die Teilnehmer arbeiten an „ihren“ Inhalten; Sie sorgen dafür, dass die Teilnehmer vorankommen und ihre Ziele erreichen.

Achten Sie darauf, diese Dinge zu trennen. In einem von Ihnen moderierten Kreativ – workshop ist es keine gute Idee, wenn Sie Ihre persönliche Meinung zu einem Teilnehmerbeitrag kundtun. In einem Fachseminar dagegen kann es eine sehr gute Idee sein.

### **3. Planung:**

Eine professionelle Veranstaltung sollte (methodisch-didaktisch) gut geplant werden:

Welche Ziele hat die Veranstaltung, welche Inhalte, welche Methoden eignen sich, welche Medien kommen zum Einsatz? (Wie) kann ich Inhalte und Methoden flexibel ändern, wenn die Situation es erfordert, ohne das Ziel aus den Augen zu verlieren?

Organisatorisch heißt das: Wie sind die örtlichen Gegebenheiten? Wie ist das timing? Was ist in dieser Zeit erreichbar? Gute Veranstaltungen beginnen pünktlich und enden pünktlich.

### **4. Bedarfsanalyse:**

Holen Sie die Teilnehmer da ab, wo sie stehen. Für ein Fachseminar bedeutet das: Was können und wissen die Teilnehmer heute? Wie baue ich darauf auf, ohne zu unterfordern und ohne zu überfordern?

Für eine Moderation bedeutet das: Was haben die Teilnehmer schon erarbeitet? Welche Ressourcen haben sie und was benötigen sie, um das Ziel der Veranstaltung zu erreichen?

Eine solche Bedarfsanalyse muss keine groß angelegte Studie sein. Je nach Situation kann diese auch kurz vor der Veranstaltung per Befragung stattfinden oder Teil der Veranstaltung sein. Mit den Ergebnissen sollten Sie dann natürlich flexibel umgehen und Ihr Programm anpassen können!

## **5. Methoden und Medien:**

Methoden und Medien sollen zu den Teilnehmern und zur Situation passen und aus den Zielen abgeleitet sein, um damit zielführend zu wirken.

In einem Fachseminar machen also Methoden Sinn, die das Lernen und Einüben unterstützen. Das können zum Beispiel Rollenspiele, Video Aufnahmen mit Feedback oder Feedback Übungen in Kleingruppen sein.

In einem moderierten workshop machen eher kreative Methoden aus der Welt der „Moderationsmethode“ Sinn: Kartenabfragen, Brainstorming, Zurufabfragen und vieles mehr.

Zu den Medien: Weniger ist mehr. Medien müssen passen. 250 Power Point Folien in einem workshop passen nicht.

Hier passt ein Flip chart und ein paar Moderationswände. Zu einem Fachvortrag mit anschließendem Übungspart kann power point besser passen, muss aber nicht.

Setzen Sie Methoden nicht der Methode willens ein, weil es also so schön ist und so viel Spaß macht.

Methoden müssen Sinn machen, sie sind Helfer und Werkzeuge, um bestimmte Dinge zu erreichen.

Und Sie müssen am Ende auch zu Ihnen passen. Jeder Trainer und jeder Moderator hat seine eigenen Methoden, die er mag. Probieren Sie Dinge aus und treffen Sie aktive, überlegte Entscheidungen.

## **6. Feedback Schleifen:**

Teilnehmer sollten an mehreren Stellen der Veranstaltung die Möglichkeit haben ein Feedback zu geben: Sind wir noch auf der Ziellinie? Fühle ich mich wohl? Sollten wir Dinge ändern?

Sie sollten in der Lage sein, Feedback mit geeigneten Methoden einzuholen und flexibel damit umzugehen.

## **7. Praxistransfer:**

Es ist unprofessionell, wenn Seminare „irgendwie nett“ waren, aber am Ende nichts gebracht haben. Die Frage des Praxistransfers beginnt schon bei Planung und Formulierung des Ziels: Ist dieses Ziel realistisch erreichbar? Ist das Gelernte auch in der Praxis umsetzbar? In Seminaren empfiehlt es sich, neben den theoretischen Inhalten („Wie funktioniert Kommunikation ganz allgemein?“) auch den

Transfer in den Alltag der Teilnehmer zu beleuchten („Was ich jetzt theoretisch zu Kommunikation gelernt habe: Wie funktioniert das ganz konkret morgen in meinem Büro mit meinem Kollegen?“).

## **8. Lernen am Modell:**

Wenn Sie ein Fachseminar durchführen, also inhaltlichen input geben, dann sollten Sie Dinge auch vormachen und zeigen. In der Lernpsychologie nennt man das Modelllernen (Teilnehmer lernen am Modell; Sie sind das Modell).

Sie erhöhen dadurch deutlich Ihre Akzeptanz, was sich wiederum sehr positiv auf den Lernerfolg auswirken wird.

In einem moderierten workshop sind Sie der Leiter des Arbeitsprozesses. Hier müssen Sie nichts vormachen. Das erwartet niemand und dafür werden Sie auch nicht bezahlt.

## **9. Dramaturgie**

Jede Veranstaltung hat einen Anfang, einen oder mehrere Hauptteile und einen Schluss. Es lohnt sich, viel Vorbereitungszeit in diesen „Anfang“ zu investieren.

Teilnehmer haben Fragen, Erwartungen, Befürchtungen. Auch kritische Gedanken.

Ein gelungener Auftakt öffnet oft die Türen für eine gelungene Veranstaltung insgesamt.

Wenn Sie ein humorvoller Mensch sind, kann dies eine witzige Anekdote sein, die zum Thema passt.

Wenn Sie allerdings kein humorvoller Mensch sind (und das ist auch nicht schlimm), dann versuchen Sie nicht, besonders lustig zu wirken. Vielleicht arbeiten Sie dann besser mit einem ehrlichen und entspannten Einstieg, indem Sie sich und die Teilnehmer kurz vorstellen.

Eine gute Dramaturgie beinhaltet neben einem oder mehreren Höhepunkten auch ein gelungenes Ende.

Das kann eine Zusammenfassung der Ergebnisse sein, eine Feedback Runde oder die feierliche Übergabe eines Teilnehmer Zertifikats. Machen Sie sich Gedanken zu diesem Thema.

## **10. Regeln, Werte, Haltung:**

Sie sind der Leiter der Veranstaltung. Teilnehmer erwarten, dass Sie sie durch den Arbeitsprozess führen.

Dazu gehört das Einhalten bestimmter Regeln, die Sie vielleicht zu Beginn vorgeschlagen haben oder die Sie mit der Gruppe vereinbart haben. Es ist Ihre Aufgabe darauf zu achten, dass alle (auch Sie selbst!) diese Regeln einhalten.

Teilnehmer dürfen erwarten, dass sie von Ihnen und anderen Teilnehmern respektvoll und wertschätzend behandelt werden, egal, was sie können oder nicht können. Ihre Aufgabe ist es, einen Rahmen zu schaffen, indem dieser wertschätzende Umgang eingehalten wird und in dem konstruktives Arbeiten möglich ist.