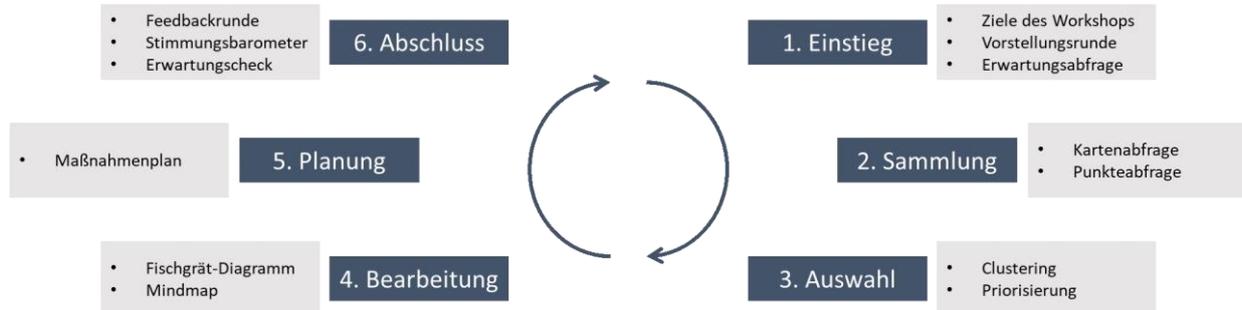


Einen Workshop durchführen

Ein Workshop sollte generell am besten folgenden Ablauf haben:



Ablauf des Workshops (angelehnt an Lauer, 2019)

Als Moderator sind Sie für die Gestaltung zuständig, inhaltlich tragen Sie jedoch nichts dabei. Bleiben Sie daher bitte unbedingt neutral und steuern Sie nur den Prozess der Entscheidungsfindung, nicht das Ergebnis selbst.

1. Einstieg:

In der Einstiegsphase geht es darum, eine gute Arbeitsatmosphäre zu schaffen. Hierzu sollte zum einen das Ziele des Workshops klar herausgestellt werden. Zum anderen sollten sich alle Teilnehmer – sofern sich nicht alle kennen – einmal vorstellen und in jedem Fall ihr persönliches Ziel nennen (Was muss im Workshop passieren, damit sich für mich die investierte Zeit gelohnt hat?). Darüber hinaus können die Erwartungen der Teilnehmer an den Workshop abgefragt werden.

2. Sammlung:

Im nächsten Schritt werden Kernthemen des Workshops gesammelt. Die Fragen dabei sollten möglichst exakt und zugleich offen sein. Ist das Thema zum Beispiel eine höhere Kundenbindung könnte die Frage lauten, was dabei zu berücksichtigen ist. Die Ideen der Teilnehmer können dann entweder auf Karten notiert oder durch Zuruf auf einem Flipchart gesammelt werden.

3. Auswahl:

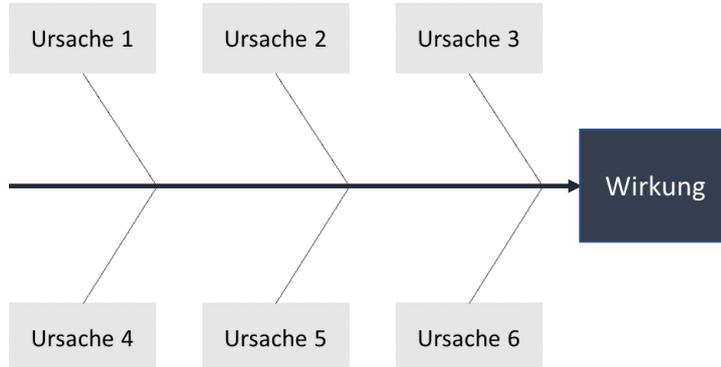
Danach werden die Ideen der Teilnehmer geclustert. Hierzu entscheiden die Teilnehmenden für jede Karte oder jeden Punkt, ob dieser ähnlich zu einem anderen ist (und damit ein Cluster bildet) oder ein neuer Aspekt ist. Diese Cluster werden dann priorisiert, indem die Teilnehmenden zum Beispiel Klebpunkte erhalten, die sie auf die für sie am wichtigsten erscheinenden Cluster verteilen.

4. Bearbeitung:

Im vierten Schritt geht es darum, das Problem genauer zu analysieren oder ein Lösungskonzept zu entwerfen. Für ersteres eignet sich ein sogenanntes Ursache-Wirkungs-Diagramm, welches an Fischgräten erinnert (siehe Abb. Fischgrät-Diagramm). Um eine Lösung zu finden bietet sich eine Mindmap an, in der Maßnahmen festgehalten werden. Als Moderator ist es wichtig, dass erst Übermaßnahmen aufgeschrieben werden und dann spezifischere, sonst wird es zu unübersichtlich und nicht zielführend.

Präventa

Ist das Thema zum Beispiel die höhere Kundenbindung, so können die zwei wichtigsten Cluster aus 3. aufgegriffen und in Form einer Mindmap konkretisiert werden. Leitfragen dabei könnten sein: Was beinhaltet das (z.B. persönliche Mails an Kunden)? Was umfasst das konkret? Wie könnte das in der Praxis aussehen?



Fischgrät-Diagramm (angelehnt an Lauer, 2019)

5. Planung:

Der vorletzte Schritt ist dazu da, Maßnahmen konkret zu planen und die Umsetzung festzuhalten. Hier ist es wichtig, konkret festzulegen, wer was bis wann macht. Greifen wir das Beispiel aus der Kundenbindung mit persönlichen Mails auf, gilt es nun festzulegen, wer die Mails schreibt, an welche Kunden, was die Mails beinhalten, bis wann der erste Entwurf fertig sein muss und so weiter. Eine Übersicht könnte zum Beispiel in so einem Maßnahmenplan erstellt werden:

Aufgabe/Maßnahme	Wer macht das?	Bis wann?	Wer gibt Feedback?	Bis wann?
Persönliche Mails an Kunden entwerfen	Paul	30.05.	Merle	07.06.
Persönliche Mails regelmäßig versenden	Merle	Alle 2 Wochen	Wird in den Teambesprechungen mit allen diskutiert	monatlich

6. Abschluss:

Der Abschluss des Workshops soll die Teilnehmenden in eine positive Stimmung versetzen, die geplanten Maßnahmen umzusetzen. Dafür ist es wichtig, einen Erwartungsscheck zu machen und auch zu schauen, ob davon noch etwas offen geblieben ist. Im Anschluss können die Teilnehmenden noch ein Feedback zu dem durchgeführten Workshop abgeben– egal, ob mündlich („Wie fandet Ihr den Workshop?“ oder „Mit welchem Gefühl geht ihr aus dem Workshop?“) oder durch Klebepunkte auf einem Flipchart.



Quelle: Lauer, T. (2019). *Change Management - Grundlagen und Erfolgsfaktoren*. Berlin: Springer.