

## Trainings gemeinsam effizient entwickeln mit der Training-Canvas

Trainings in der Gruppe zu entwickeln ist eine spannende aber mitunter auch sehr zeitraubende Beschäftigung. Unterschiedliche Trainingsstile, Zielsetzungen und Herangehensweisen stoßen hier aufeinander. Doch gerade die Vielfalt der Trainer, ihre unterschiedlichen Ideen und Ansätze sind die Würze in einem gut designten Trainingskonzept. Insbesondere die Verbindung von unterschiedlichen Methoden und Ansätzen führt zu neuen Trainingsideen, innovativen Konzepten und zufriedenen Teilnehmern. Was es braucht ist eine gute Methode, um effektiv zum Ziel zu kommen. Hierfür bietet sich es sich an, mit einer Training-Canvas zu arbeiten.

Die Methode, mit einer Canvas (englisch für Leinwand) zu arbeiten, ist durch Alexander Osterwalder und seine Business Modell Canvas bekannt geworden.<sup>1</sup> Seitdem wurde eine Vielzahl neuer Canvases entwickelt. Der Vorteil der Methode ist, dass man alle wesentlichen Punkte für ein Konzept sei es ein Businessplan oder aber ein Training – auf einer Leinwand im Blick hat. Die Gestaltung der Canvas in unterschiedliche Felder, mit dem Kundennutzen im Fokus, hilft, sich die wesentlichen Aspekte immer wieder vor Augen zu führen und das Training daran auszurichten. Die Training-Canvas gestaltet sich wie folgt (siehe Seite 5):

---

### Schritt 1: Brainstorming

Gestartet wird mit einem Brainstorming von ca. 20 Minuten. Dafür schreibt jeder seine Ideen zu den einzelnen Feldern mit einem Flipchartmarker auf einen Haftzettel, benennt sie laut – damit sich die Stichworte nicht zu oft wiederholen. Ganz wichtig ist, dass es hier am Start nicht darum geht, die Dinge schon zu diskutieren, sondern vielmehr darum, möglichst viele Ideen zu sammeln. Weghängen lassen sich Haftzettel ja immer noch. Am einfachsten ist es, mit einem einfacheren Feld, wie zum Beispiel der Zielgruppe, anzufangen und sich erst im wei-

teren Verlauf Gedanken über die meist schwierigeren Felder, wie den Nutzen und die Ziele, zu machen. Gleichzeitig ist es selbst bei der Zielgruppe wichtig, möglichst konkret zu werden, um das Training wirklich zielgruppengerecht aufzusetzen. Es geht also auch darum zu benennen, welche Vorerfahrungen die Teilnehmer haben, wie alt sie sind oder welche sonstigen Unterscheidungsmerkmale in der Gruppe relevant sein könnten. Als Hilfestellung dienen die Fragen zu den einzelnen Feldern.

#### Beispiel: Zielgruppen

- » Wer ist unser Kunde/Auftraggeber?
- » Wer sind unsere Teilnehmer?
- » Was für Unterschiede gibt es zwischen den Teilnehmern?
- » Mit welchen Lerntypen haben wir es zu tun?
- » Welche Vorerfahrungen zum Thema bringen unsere Teilnehmer mit?

---

<sup>1</sup> Osterwalder, A. (2011) Business Modell Generation. Campus

## Schritt 2: Besprechung der Ideen und clustern der Themen

Jetzt werden die Ergebnisse gemeinsam gesichtet und besprochen. Haftzettel werden ergänzt, umgehängt oder ganz abgenommen. Wichtig ist in diesem Schritt, sich Zeit zu nehmen, jedes Feld gut zu durchdenken und Zusammenhänge aufzudecken:

- » Erfüllt die Übung den Nutzen, den das Training bringen soll?
- » Lassen sich unsere Ziele mit den Inhalten erreichen?
- » Passt der Transfer zu den Inhalten?

Das faszinierende an der Canvas-Methode ist, dass sich durch die Vorstrukturierung viele Fragen schnell klären lassen und auch in schwierigen Diskussionen durch die Fokussierung sich leichter Lösungen finden lassen. Das erleichtert die Zusammenarbeit im Trainerteam.

- » Passen die Inhalte zu unserem Nutzen?
- » Passen die Methoden zu unseren Inhalten?
- » Unterstützen die Methoden den Nutzen des Trainings?

In der Diskussion dieser Fragen kommt man oft zu interessanten neuen Ideen für das Training. Nehmen wir das Beispiel eines Trainings zum Thema „Agiles Führen“. Wie sind Inhalt und Methoden der Inhaltsvermittlung mit dem Nutzen des Trainings, agiler in der eigenen Führung zu werden, optimal in Einklang zu bringen? Hier liegt die Idee nahe, eher auf einen innovativen Seminareinstieg zu setzen, der die Agilität der Teilnehmer von Beginn an herausfordert, als auf eine klassische Begrüßungsrunde.

Für die beteiligten Trainer sind dies oft die fruchtbarsten Diskussionen, wenn jetzt die unterschiedlichen Herangehensweisen der Trainer sichtbar werden.

Steht das Herzstück des Trainings, lässt sich ohne größere Probleme aus den Elementen ein Ablaufplan entwickeln, der Zeiten, Inhalte, Methoden, Zielsetzung/Nutzen und die in jedem Schritt benötigten Materialien umfasst (siehe Seite 6).

**Das Herzstück der Canvas** sind die Felder Inhalt – Nutzen – Methode. Für ein optimales Design sind sie in unmittelbarem Zusammenhang zu bringen.

Natürlich gehören zu einem Training auch Fragen nach der Vorbereitung der Teilnehmer und dem Transfer. Diese von Anfang mitzudenken, um ein ganzheitliches Trainingskonzept zu entwickeln, wird immer wichtiger. Aber auch ein guter Mix an Lehr- und Lernmaterialien von Videos, Flipcharts, Präsentationen und Outdoorelementen macht ein Training lebendig und verschafft den Teilnehmern nachhaltige Lernerlebnisse.

Die Training-Canvas unterstützt Trainer in der effizienten Entwicklung von Trainings. Gerade bei der Arbeit im Team hilft die Arbeit mit der Training-Canvas dabei, sich zu strukturieren und bei allen Ideen den Kundennutzen immer im Blick zu behalten. Trainingsdesign im Team immer nur mit der Training-Canvas!

## Training-Canvas: Leitfaden

### 1. Zielgruppen

- » Wer ist unser Kunde/Auftraggeber?
- » Wer sind unsere Teilnehmer?
- » Was für Unterschiede gibt es zwischen den Teilnehmern?
- » Mit welchen Lerntypen haben wir es zu tun?
- » Welche Vorerfahrungen zum Thema bringen unsere Teilnehmer mit?

### 2. Ziele

- » Welche Ziele verfolgt unser Auftraggeber mit dem Training?
- » Welche Ziele verfolgen wir mit dem Training?
  - » Was sind unsere primären Ziele?
  - » Welche sekundären Ziele verfolgen wir? (Vernetzung der TN, Vertrauensaufbau, etc.)
- » Was sollen unsere Teilnehmer nach dem Training können?
- » Über welche Fähigkeiten sollen die Teilnehmer hinterher verfügen?
- » Welche 1-3 Ziele sind uns am wichtigsten?

### 3. Kundennutzen

- » Welchen Nutzen haben die Teilnehmer/der Kunde von unserem Training?
- » Welche der Probleme unseres Kunden/unserer Teilnehmer helfen wir zu lösen?
- » Welche Teilnehmerbedürfnisse erfüllen wir?

### 4. Inhalte

- » Was sind die relevanten Inhalte?
  - » Was muss unbedingt vermittelt werden?
  - » Welche Inhalte sind eher Nebenthemen?
- » Was sind die Hauptthemenblöcke?
  - » Welche Unterthemen gibt es jeweils?

### 5. Methoden/Herangehensweisen/Spiele

- » Welche Methoden und Herangehensweisen eignen sich für welche Inhalte?
- » Welche Spiele bieten sich an?
- » Welche Methoden unterstützen den Kundennutzen?
- » Welche Herangehensweisen bringen uns unserem Ziel näher?
- » Was wären mögliche Analogien, um die Inhalte besser zu verstehen?

## 6. Lehr- und Lernmaterialien/Medien

- » Welche Lehr- und Lernmaterialien setzen wir ein?
- » Welche Inhalte können mit welchen Materialien am besten vermittelt oder gelernt werden?
- » Welcher Materialeinsatz (für welche Inhalte) zahlt am besten auf den Kundennutzen ein?
- » Welche Ziele lassen sich am besten mit welchen Materialien erreichen?

## 7. Lernvertiefung/Wiederholungen

- » Wie schaffen wir es, das Gelernte am besten zu vertiefen?
- » Wie viele Wiederholungen brauchen unsere Kunden?
- » Womit können wir das Training auflockern? Wie lässt sich das Mittagstief überbrücken?

## 8. Vorbereitung Teilnehmer

- » Womit könnten sich die Teilnehmer vorbereiten?
- » Wie viel Zeit steht ihnen zur Verfügung?
- » Welchen Kundennutzen bietet die Vorbereitung?
- » Womit unterstützt die Vorbereitung unsere Ziele?
- » Welche Materialien sind für eine gute Vorbereitung sinnvoll?
- » In welcher Form erfolgt die Vorbereitung?

## 9. Nachbereitung/Transfer

- » Wie könnte geeigneter Transfer aussehen?
- » Welche Nachbereitung wäre sinnvoll?
- » Welche Materialien sind für eine gute Nachbereitung sinnvoll?
- » Wodurch könnten die Transferergebnisse verbessert werden?
- » In welcher Form erfolgt der Transfer?

## Gegencheck

- » Auf welchen Kundennutzen zahlen die jeweiligen Inhalte und dazugehörigen Methoden ein?
- » Welche Ziele erreichen wir mit den Inhalten und den dazu ausgewählten Methoden?
- » Gibt es Ziele oder Nutzen, die noch nicht ausreichend berücksichtigt wurden?

# Training-Canvas

<b>1. ZIELGRUPPEN</b>	<b>2. ZIELE PRIMÄR/SEKUNDÄR</b>	
<b>4. INHALTE</b>	<b>3. KUNDENNUTZEN</b>	<b>5. METHODEN/HERANGEHENSWEISEN/SPIELE</b>
	<b>8. VORBEREITUNG TN</b>	
<b>6. LEHR- UND LERNMATERIALIEN/MEDIEN</b>	<b>9. TRANSFER/NACHBEREITUNG</b>	<b>7. LERNVERTIEFUNG/WIEDERHOLUNG/AUFLOCKERUNG</b>

# Ablaufplan

WANN	WAS/INHALT	METHODE	ZIEL/NUTZEN	MATERIAL	WER