

PAULE WENDELBERGER



TRAININGS
PROGRAMM

Präsentieren im Medienzeitalter

Presenting in the media age

Seminardauer 2–3 Tage

Teilnehmerzahl 8–12 Teilnehmer

Sprache Deutsch / Englisch

Begleitmaterial Handbuch (optional)

Voraussetzungen PowerPoint-Kenntnisse

Seminarinhalt

Die Teilnehmer lernen, warum im Zentrum einer jeden Präsentation die Zuhörer stehen, und wie man eine starke Verbindung zu ihnen aufbaut und aufrecht erhält. Es werden Methoden für das Vorbereiten einer Präsentation, das Gestalten visueller bzw. multimedialer Hilfsmittel und das erfolgreiche Präsentieren vor Publikum vermittelt. Wichtiger Schwerpunkt ist das Stärken der eigenen Überzeugungskraft durch Glaubwürdigkeit, Begeisterung und logische Struktur. Mit Fokus auf die mediale Seite erfolgreicher Präsentationen werden effektive Wege der Strukturierung von Inhalten und deren Aufbereitung für spezielle Zuhörerkreise aufgezeigt. Das Gestalten interessanter Schautafeln wird ebenso vermittelt wie das Visualisieren komplexer Informationen in einfachen logischen

Schritten, basierend auf der SPRITE-Methode (Sequenzielles Präsentieren von Illustrationen und Textelementen). Anhand realer Beispiele werden unterschiedliche Typen visueller Darstellungen vorgeführt und besprochen. Es werden verschiedene Präsentationstechniken vorgestellt mit dem Ziel, Anregungen zur Entwicklung eines eigenen Präsentationsstils abzuleiten und anzuwenden. Die Teilnehmer erstellen eine eigene Präsentation, die vor Publikum gehalten, gefilmt und gemeinsam besprochen wird. Basierend auf den daraus gewonnenen Erkenntnissen werden die Präsentationen überarbeitet und gegen Ende des Seminars erneut gehalten und evaluiert. Das macht die Trainingsfortschritte für jeden Teilnehmer direkt erfahrbar und ebnet den Weg für die weitere Arbeit am eigenen Präsentationsstil.

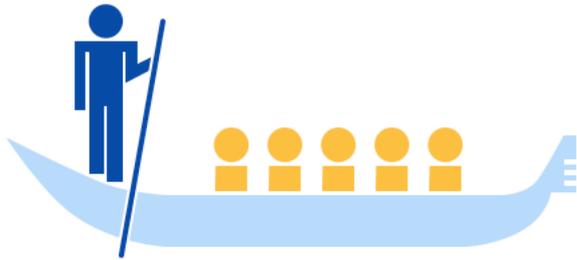
Behandelte Themen und Fragestellungen

- Das Gondel-Prinzip – an Bord holen, navigieren, absetzen
- Eine Verbindung zum Publikum etablieren und aufrecht erhalten
- Logische Struktur: induktives und deduktives Argumentieren
- Psychologische Grundlagen: Multimedia-Lernen
- Grundlagen der visuellen Kommunikation
- Design: Visualisieren komplexer Inhalte
- Umgang mit «geliehenem» Material
- Lesen und Verstehen von Körpersprache
- Die richtige Informationsmenge für den richtigen Moment
- Präsentationen optimal auf die Zuhörer ausrichten
- Unterschiedliche Präsentationsstile

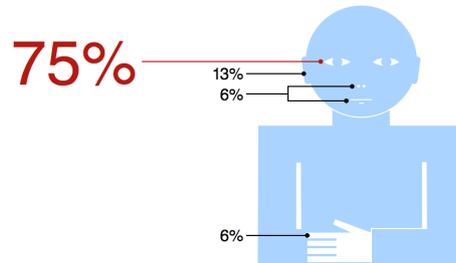
Präsentieren im Medienzeitalter

Presenting in the media age

Beispiele aus dem Seminar



Das Gondel-Prinzip — Die Zuhörer begeistern, an Bord holen, durch die gesamte Präsentation navigieren, ohne ihre Aufmerksamkeit zu verlieren, und sie an dem Punkt absetzen, der die Botschaft nachhaltig in Erinnerung bringt – das zu erreichen, ist das Ziel jeder Präsentation. Große Redner haben dies gemeinsam.



Visuell gewinnt — Von allen Informationen, die wir über unsere Sinne aufnehmen, entfallen 75% allein auf das Sehen (13% Hören, 6% Riechen / Schmecken, 6% Tasten). Wir denken in Bildern und können uns Bilder erstaunlich gut merken. Präsentationen sollten daher einen hohen Gehalt an effektiven visuellen Elementen haben.



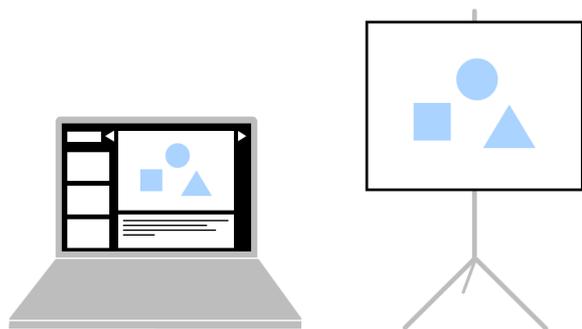
Fünf vermeidbare Fehler — Kein klarer Punkt, kein Nutzen für die Zuhörer, kein klarer Gedankenfluß, zu detailliert, zu lang. Viele Redner vergessen völlig, daß ihr Erfolg weit mehr von den Zuhörern als von ihnen selbst abhängt. Wenn es nicht gelingt, eine Verbindung zum Publikum herzustellen und aufrecht zu erhalten, wird die Präsentation mißlingen.



Die Zuhörer im Zentrum — Das angemessene Reagieren auf Signale aus dem Publikum kann über den Erfolg einer Präsentation entscheiden. Die Körpersprache der Zuhörer gibt wichtige Hinweise. Tief in den Stuhl sinken deutet auf den Wunsch anderswo zu sein. Vorlehnen signalisiert Interesse. Mit der Hand das Gesicht berühren zeigt Zweifel an. Verschränkte Arme signalisieren Ablehnung. Auf dem Stift kauen zeigt Kontemplation an.



Viereck, Kreis, Dreieck und Linie — Illustrationen können aus diesen vier Grundelementen konstruiert werden. Die Kombination einfacher, gut unterscheidbarer Bilder mit leicht verständlichen Schlüsselworten ist der effektivste Weg, visuelle Hilfsmittel für Präsentationen zu gestalten. Einmal erstellte Illustrationen sollten in einer zentralen Datei gesammelt werden, um jederzeit zur Verfügung zu stehen und so das Erstellen von Folien zu erleichtern.



Präsentieren im Medienzeitalter — Nachdem sich der Computer inzwischen als universelles Werkzeug durchgesetzt hat, beginnen wir nun, dieses neue Medium zu verstehen, um es optimal zu nutzen. Aber immer noch sind Präsentationen, die mit der Hilfe moderner Technik durchgeführt werden, belastet mit Massen von Text, Datenmüll, optischen Mißgriffen etc.

Training the trainer

Seminardauer 2–3 Tage

Teilnehmerzahl 8–12 Teilnehmer

Sprache Deutsch / Englisch

Begleitmaterial Handbuch (optional)

Voraussetzungen Präsentationsfertigkeiten

Seminarinhalt

Ziel des Seminars ist es, die Teilnehmer darauf vorzubereiten, selbständig effektive Workshops durchzuführen. Dieses Seminar wurde gezielt auf konkrete Anfragen aus der Industrie hin entwickelt. Es basiert auf den Erfahrungen, die wir in unserer eigenen Seminartätigkeit gesammelt haben. Die vorgestellten Methoden haben sich in der Praxis als robust und erfolgreich erwiesen. Sie können leicht erlernt und universell angewendet werden. Es werden zwei Typen von Workshops vorgestellt: Workshops, die der Implementierung von Informationen und Konzepten dienen und Problemlösungs-Workshops, die unter Anwendung geeigneter Kreativitätstechniken das Generieren von Ideen in Teams ermöglichen. Es wird besprochen, wie ein Workshop vorbereitet und organisiert wird, wie

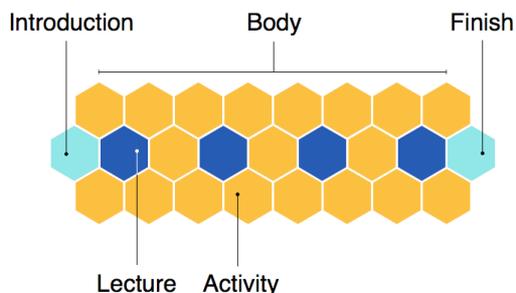
der Verlauf geplant wird, und wie auf die Bedürfnisse der Teilnehmer hingearbeitet wird. Fragen als Medium, einen Workshop zu steuern werden ebenso behandelt wie der Umgang mit Störfaktoren, denen jeder Leiter eines Workshops begegnen kann. In praxisnahen Übungen werden typische Workshop-Situationen simuliert und das Verhalten der Teilnehmer beobachtet und evaluiert. Darüber hinaus werden unterschiedliche effektive Kreativitätstechniken vorgestellt und in Problemlösungs-Übungen angewendet.

Behandelte Themen und Fragestellungen

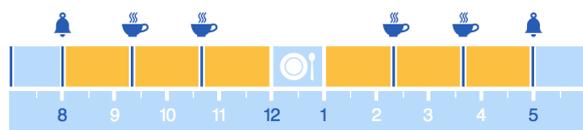
- Workshops – Informationen vermitteln und Ideen generieren
- Wie lernen Erwachsene?
- Die Wichtigkeit des Visuellen
- Zeitmanagement
- Vorbereiten eines Workshops
- BONUS – der Weg zur Glaubwürdigkeit
- Interaktivität
- Fragen – welche Typen gibt es und wie werden sie optimal angewendet?
- Gruppendynamik
- Die «üblichen Verdächtigen» – Umgehen mit Störfaktoren
- Schwierige Situationen kontrollieren
- Problemlösungs-Workshops
- Effektive Kreativitätstechniken

Training the trainer

Beispiele aus dem Seminar



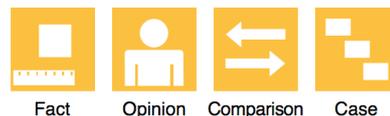
Struktur — Ein Workshop besteht aus Einführung, Hauptteil und abschließendem Endteil. Der Hauptteil ist mit vielen Gruppenaktivitäten angereichert, die der Anwendung des Erlernten dienen und für gesteigerte Aufmerksamkeit sorgen sollen.



Zeitmanagement — In der Regel geht ein Workshop-Tag über neun Stunden mit einer einstündigen Mittagspause. Den Teilnehmern sollte der Zeitplan vorher bekannt sein, so daß sie sich darauf einstellen können. Kleine Pausen in regelmäßigen Abständen beugen der Ermüdung vor und steigern den Lerneffekt. Der Workshop-Leiter sollte jedoch bereits wenigstens eine Stunde vor Beginn bereits vor Ort sein, um sich angemessen vorzubereiten und die ankommenden Teilnehmer zu begrüßen. Darüber hinaus sollte immer noch ein wenig Zeit danach eingeplant werden.

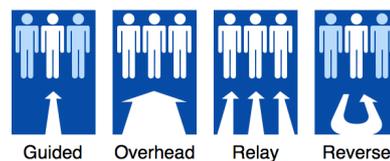


BONUS — Teilnehmer eines Workshops wollen wissen, was auf sie zukommt und was von ihnen erwartet wird. Eine sehr effiziente Methode, diese Informationen zu vermitteln, beginnt mit der Nennung der Vorteile und des Nutzens, die der Workshop den Teilnehmern bringt. Danach folgen ein genereller Überblick und das Aufzeigen des Weges, wie der Leiter des Workshops vorgehen wird. Dessen Glaubwürdigkeit wird untermauert durch die Nennung von Quellen und Erfahrungen, auf die er zurückgreift. Schließlich folgt eine knappe Zusammenfassung des Gesagten.

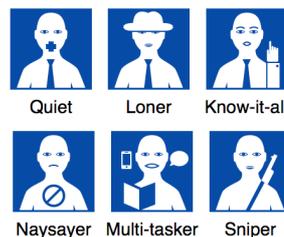


Based on... Fact Opinion Comparison Case

Fragen für verschiedene Zwecke — Fragen, die den Teilnehmern gestellt werden, sind ein wichtiges Medium, um einen Workshop zu steuern. Es gibt Fragen, die auf Fakten basieren, Meinungen zutage fördern, auf Vergleiche abzielen und Fallbeispiele aus der Praxis nutzbar machen. Es gilt, diese unterschiedlichen Typen gezielt einzusetzen, um die Teilnehmer aktiv einzubeziehen.



Effektiv gefragt — Es reicht allerdings nicht, die unterschiedlichen Typen von Fragen zu kennen. Man muß auch wissen, wie sie gestellt werden. Fragen können direkt an eine Person gerichtet werden (Guided) oder an die gesamte Gruppe (Overhead). Unterschiedliche Fragen können an unterschiedliche Teilnehmer gestellt werden (Relay). Fragen von Teilnehmern können an sie zurückverwiesen werden, um ein bestimmtes Moment herauszuarbeiten und so für alle Teilnehmer nutzbar zu machen (Reverse).



Die "üblichen Verdächtigen" — Jeder, der einen Workshop durchführt, wird sich früher oder später bestimmten Störfaktoren ausgesetzt sehen. Solche Störungen resultieren oft aus dem Verhalten der Teilnehmer. Es kann entscheidend für Erfolg oder Mißerfolg eines Workshops sein, diese Verhaltensstrukturen frühzeitig zu erkennen und optimal darauf zu reagieren. Störungen des Zeitplans ist das Mindeste, was die "üblichen Verdächtigen" verursachen können. Im schlimmsten Fall wird die Glaubwürdigkeit des Workshop-Leiters zerstört. Dem muß unbedingt vorgebeugt werden!

Interkulturelle Kommunikation

Intercultural communication

Semindauer 2–3 Tage

Teilnehmerzahl 8–12 Teilnehmer

Sprache Deutsch / Englisch

Begleitmaterial Handbuch (optional)

Equipment Flipcharts, Pinwände

Seminarinhalt

Das Seminar richtet sich an Teilnehmer, die mit ausländischen Kollegen und Geschäftspartnern zu tun haben oder in Deutschland bzw. anderen Ländern in internationalen Teams arbeiten. Eine Studie über das Scheitern internationaler Joint Ventures kam zu dem Ergebnis, daß nur 30% der gescheiterten Projekte auf Probleme bei Planung, Technologie, Finanzen etc. zurückzuführen waren – bei ganzen 70% lagen die Ursachen in Verhaltensmustern von Führungspersonen, die Schwierigkeiten mit den neuen kulturellen Begegnungen hatten. Vor dem Hintergrund dieser Erkenntnis ist es das Ziel des Seminars, kulturelle Unterschiede zu identifizieren und Handlungsanleitungen für konkrete Situationen zu vermitteln. Es wird theoretisches Grundwissen für das Erkennen unterschiedlicher Typen

von Kulturen und deren spezifischen Eigenheiten vermittelt, um sich auf Begegnungen mit Vertretern anderer Kulturen besser vorbereiten und in konkreten Situationen besser orientieren zu können. Die Teilnehmer lernen zu verstehen, in welcher Weise Kulturen direkten Einfluß auf Geschäftsleben und Management haben. Auf dem Weg zur interkulturell kompetenten Persönlichkeit lernen die Teilnehmer, ihre eigene Kultur besser zu verstehen, kulturelle Unterschiede zu ihren Geschäfts- und Verhandlungspartnern frühzeitig zu erkennen und sich darauf einzustellen.

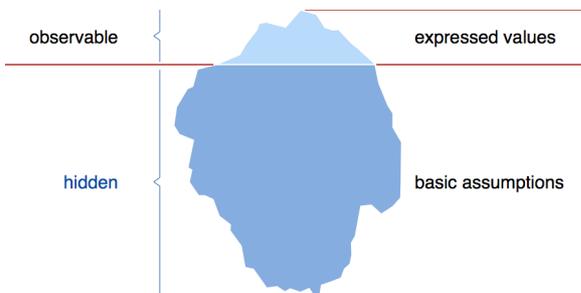
Behandelte Themen und Fragestellungen

- Warum interkulturelles Training?
- Was ist die wahre Bedeutung von Kultur?
- Was unterscheidet interkulturelle Kommunikation von der am «normalen» Arbeitsplatz?
- Individuelle und Gruppen-Kulturen
- Sicherheitsbedürfnis und Bereitschaft zum Risiko
- Zeitfaktor – kurz- und langfristige Planung
- Wahrnehmung – Grundlagen der Kommunikation
- Warum spezifische Kulturen Schwierigkeiten mit diffusen Kulturen haben
- Emotionale und neutrale Gesellschaften
- «Kultur-Schock» und Anpassungszyklus
- Gibt es einen «besten Weg»?
- Die interkulturell kompetente Persönlichkeit

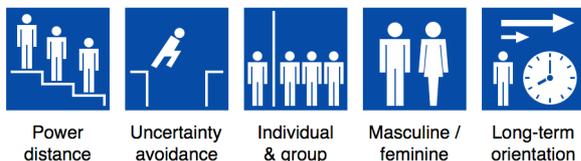
Interkulturelle Kommunikation

Intercultural communication

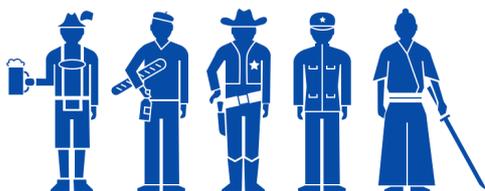
Beispiele aus dem Seminar



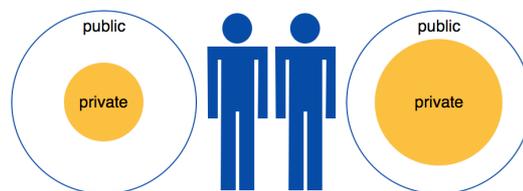
Was ist Kultur – Kultur kann als die Lebensweise einer Gruppe von Menschen definiert werden, als ein integriertes System erlernter Verhaltensmuster. Sie manifestiert sich in einem Wertesystem. Einige dieser Werte sind sichtbar (z.B. Kunst, Literatur, Küche, Kleidung); andere bleiben verborgen (z.B. der Umgang mit Emotionen, Geschlechterrollen, Schönheitsverständnis). Wie bei einem Eisberg ist das, was wir sehen, nur ein kleiner Teil des Ganzen. Der größere Teil liegt unter der Oberfläche, für uns nicht unmittelbar wahrnehmbar.



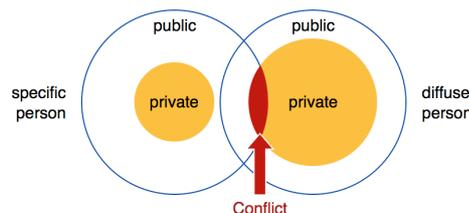
Typen von Kulturen – Um Unterschiede zwischen verschiedenen Kulturen zu verstehen, müssen wir einige Elemente, mit denen unterschiedlich umgegangen wird, gesondert betrachten. Der Soziologe Geert Hofstede schlägt dazu fünf Kategorien vor: der Umgang mit Gleichheit und Ungleichheit in Gruppen (Machtdistanz), Vermeiden von Unsicherheit, die Beziehungen von Individuum und Gruppe, Geschlechterrollen und die Wahrnehmung von Zeit.



Stereotypen – Stereotypen mögen in bestimmten Situationen hilfreich sein. Aber sie sagen nichts über eine bestimmte Person aus. Messen wir fremdes Verhalten an unserer eigenen Kultur, dann tappen wir in die sogenannte «Interkulturelle Mausefalle» – *wir* sind hier und *die* sind dort, *Wir* gegen *Die*.



Spezifische und diffuse Kulturen – Menschen aus spezifischen Kulturen (links) haben eine relativ große öffentliche Zone. Sie werden als freundlich und kommunikativ wahrgenommen. Diffuse Typen (rechts) haben eine relativ große private und eine kleine öffentliche Zone. Diese Menschen haben weniger, aber tiefere Kontakte und werden von spezifischen Typen als eher zurückhaltend und reserviert wahrgenommen.



Gefahrenzone – Wenn ein spezifischer Typ einen anderen spezifischen Typ trifft, findet dieser Kontakt in beider öffentlicher Zone statt. Trifft ein spezifischer Typ einen diffusen Typ, können viele Irritationen und Missverständnisse entstehen. Die spezifische Person könnte leicht die private Zone der diffusen Person verletzen und für Konflikte und Verstimmungen sorgen – und das ohne es selbst zu bemerken. Eine solche Überschneidung der öffentlichen Zone einer spezifischen Person mit der privaten Zone einer diffusen Person sollte nicht unterschätzt werden. Es ist eine Gefahrenzone, der viele (wenn nicht die meisten) interkulturellen Zwischenfälle entspringen.



Der beste Weg – Die erste und wichtigste Regel auf dem Weg zu interkultureller Kompetenz ist: Lerne dich selbst und deine eigene Kultur zu verstehen. Das eigene Umfeld zu verstehen, ist die Voraussetzung zum Verständnis der Anderen. Dann können wir auch mit den Unterschieden leben.

Arbeiten in Teams

Working in teams

*Seminar*dauer 1–2 Tage

Equipment Flipcharts, Pinwände

Teilnehmerzahl 8–12 Teilnehmer

Sprache Deutsch / Englisch

Seminarinhalt

Ziel des Ziel des Seminars ist es, die Bedeutung von Soft Skills (weichen Faktoren) für den beruflichen Alltag und die berufliche Entwicklung zu verstehen. Die Erkenntnis, daß erlerntes Wissen allein nicht reicht, um im Job zu bestehen, steht im Mittelpunkt. Unternehmen und Organisationen achten bei ihren Mitarbeitern zunehmend auf deren Fähigkeiten, zu kommunizieren, in einem Team zu kooperieren, unter Druck zu handeln und Probleme zu lösen. Selbst hochbegabte Mitarbeiter können an mangelnder Teamfähigkeit scheitern. Wo liegen die Ursachen dafür und wie können sie beseitigt werden? Welche Faktoren gibt es und auf welche Weise wirken sie sich auf Beruf und Karriere aus? In interaktiven Übungen und Rollenspielen werden die Teilnehmer mit praxisnahen Aufgabenstel-

lungen konfrontiert, an denen sie an ihre eigenen Grenzen gelangen und diese überwinden lernen können. Die Teilnehmer motiviert, diese Herausforderungen zu erkennen und sich ihnen zu stellen.

Das Seminar kann dafür genutzt werden, die Teamfähigkeit von Teams zu testen und sie zu besserer Zusammenarbeit zu motivieren. Virtuelle Teams sehen sich oft mit besonderen Bedingungen konfrontiert, die aus geographischer Entfernung und kulturellen Unterschieden herrühren. Auch solche Herausforderungen können adressiert werden.

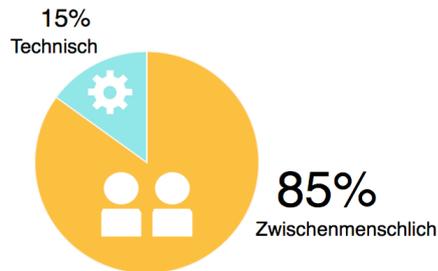
Behandelte Themen und Fragestellungen

- Was sind «weiche Faktoren»?
- Erlerntes Wissen und emotionale Intelligenz
- Warum spielen Emotionen eine Rolle?
- Mit Emotionen umgehen und angemessen kommunizieren
- Eigene Stärken und Schwächen erkennen
- Die Bedeutung von Teamfähigkeit, Empathie und Motivation
- Sich in ein Team einbringen
- Effektiv Handeln unter Druck
- Probleme lösen
- Kreativität pflegen
- Offenheit für Wandel
- Die Besonderheiten virtueller Teams
- Zusammenarbeit in einer interkulturellen Umgebung

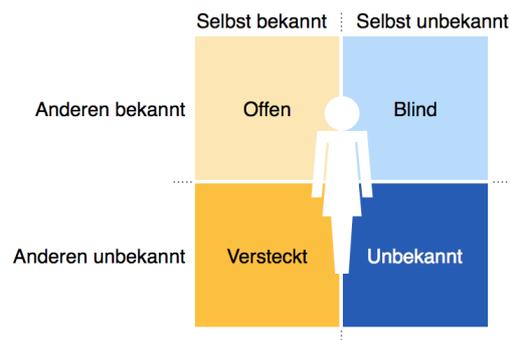
Arbeiten in Teams

Working in teams

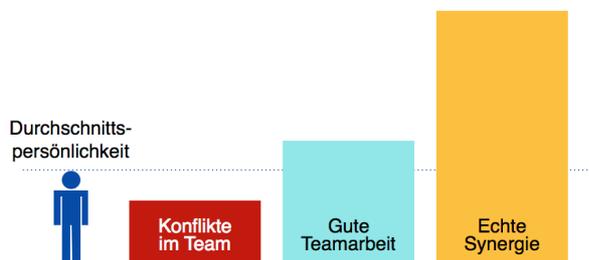
Beispiele aus dem Seminar



Welches Wissen wird benötigt — Nur 15% dessen, was im heutigen Arbeitsleben an Wissen benötigt wird, ist technisches Wissen, das in Berufsausbildung oder Studium erworben wird. 85% sind Fertigkeiten, die den Umgang mit Menschen betreffen – «Weiche Faktoren» (Soft Skills).



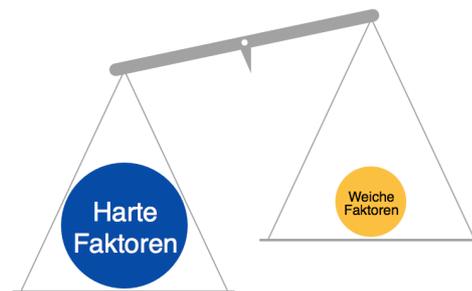
Selbsterkenntnis — Für den Umgang mit anderen Menschen ist es wichtig, zuerst sich selbst zu kennen. Das «Johari-Fenster» macht die Bereiche deutlich, die Probleme in der Kommunikation verursachen und durch entsprechende Übungen gestärkt und ausgeweitet werden können.



Persönlicher IQ / Team-IQ — Wissenschaftliche Studien zeigen, daß Teams, die gut zusammenarbeiten, den IQ eines einzelnen Individuums weit überschreiten können. Gibt es Probleme im Team, können anspruchsvolle Aufgaben nicht erledigt werden. Teamfähigkeit ist eine Schlüsseleigenschaft im heutigen Arbeitsleben.



Das «Apollo-Syndrom» — Auswertungen von Fehlern, die NASA-Teams während des Apollo-Programms gemacht haben, zeigen daß hochbegabte Individuen in Teams schlechtere Ergebnisse bringen können als andere Teammitglieder. Ein «Doppel-Apollo» ist eine Gruppe Hochbegabter, die wenig erreicht, aber große Erfolge meldet und Anerkennung beansprucht.



Das «Peter-Prinzip» — Die Überbewertung technischen Wissens (Harte Faktoren) führt zur Förderung der falschen Mitarbeiter. Solche Manager werden schnell über ihre wirklichen Fähigkeiten hinaus befördert und sind dann in ihren neuen Positionen völlig inkompetent.



Gründe für das Scheitern von Projekten und Karrieren — Das Unterschätzen und falsche Reagieren auf Wandel, Probleme mit Teamarbeit und Schwierigkeiten im zwischenmenschlichen Bereich. Umgang und Zusammenarbeit mit Menschen wird immer wichtiger – gerade in einer hochspezialisierten Gesellschaft wie der heutigen.

Kreativität und Innovation

Creativity and innovation

Seminardauer 1–2 Tage

Equipment Flipcharts, Moderatorenkoffer

Teilnehmerzahl 8–12 Teilnehmer

Sprache Deutsch / Englisch

Seminarinhalt

Ziel des Seminars ist es, Verständnis für Kreativität als eine menschliche Grundeigenschaft zu vermitteln und Wege aufzuzeigen, kreatives Potenzial zu erkennen, zu erschließen und zu nutzen. Das Seminar besteht zum größten Teil aus praktischen Übungen und Aktivitäten, die von kleinen Lektionen abgelöst werden. Es werden Informationen über Kreativität und ihre Wichtigkeit in unserer Zeit vermittelt. Individuelle Kreativität und der individuelle kreative Zyklus werden erklärt. Vorurteile der eigenen kreativen Schwäche werden systematisch abgebaut und die Teilnehmer mit ihrer eigenen Kreativität konfrontiert. In interaktiven Übungen werden die Teilnehmer auf spielerische Weise zu lateralem Denken (Querdenken) stimuliert, um einen frischen Zugang zu alltäglichen Fragestellungen

und Problemen sowohl im beruflichen als auch im privaten Umfeld zu finden. Es werden die wichtigsten kreativen Problemlösungs-Techniken vorgestellt und geübt.

Das Seminar kann auf Wunsch auch als Workshop zur Lösung konkreter Probleme oder zur Entwicklung neuer Ideen und Konzepte gestaltet werden. Dafür sind entsprechende Briefings notwendig.

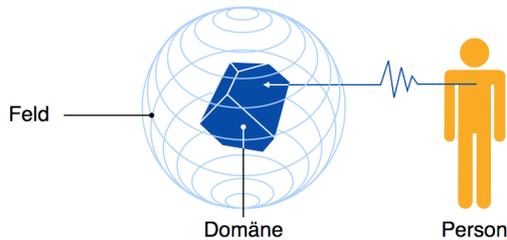
Behandelte Themen und Fragestellungen

- Was bedeutet Kreativität für die Gesellschaft und für den Einzelnen?
- Jeder ist kreativ – Kreativität als menschliche Grundeigenschaft
- Paradigmen und die Herausforderungen unserer Zeit
- Wahrnehmung und ihre Grenzen
- Laterales Denken – Wie entkommen wir der Box?
- «Design Thinking» – Lernen von Designern
- Quantität erzeugt Qualität – Kreativitätstechniken für das Arbeitsumfeld
- Probleme lösen im Team
- Erkennen und Stärken des eigenen kreativen Potenzials
- Tips zu Steigerung des persönlichen mentalen Wohlbefindens

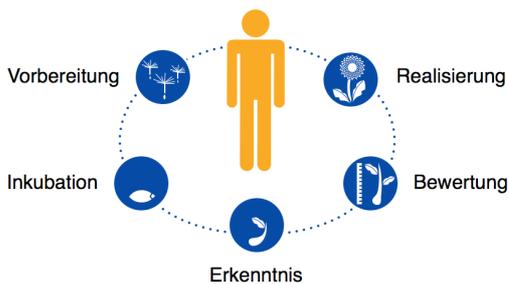
Kreativität und Innovation

Creativity and innovation

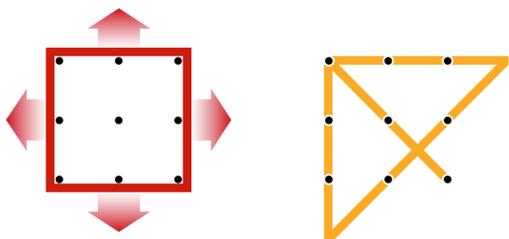
Beispiele aus dem Seminar



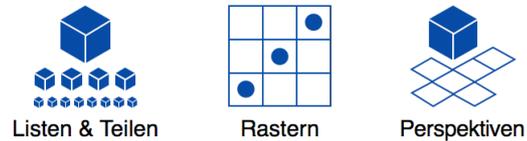
Kulturelle Kreativität — Im gesellschaftlichen Kontext ist Kreativität die Änderung eines symbolischen Bereichs (z.B. Genforschung). Jeder Bereich ist von einem Feld aus Fachleuten, Entscheidern, Lehrkräften u.ä. umgeben. Dieses Feld entscheidet über jeden Beitrag zum Bereich – und damit darüber was als kreativ anerkannt wird.



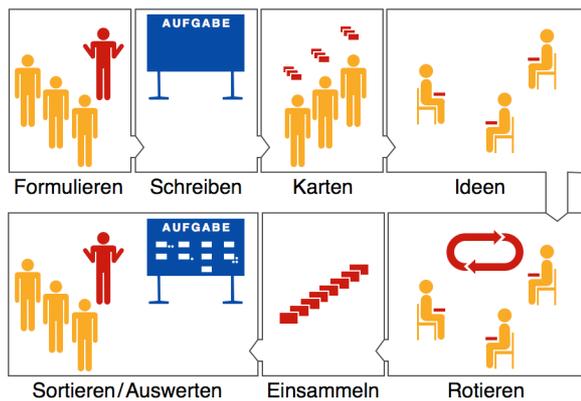
Persönliche Kreativität — Die Kreativität eines Individuums folgt einem Zyklus von Vorbereitung, Inkubation, Einsicht, Evaluierung und Realisierung. Dieses Muster liegt auch der Kreativität von Teams zugrunde und kann für kollektive Problemlösungen nutzbar gemacht werden.



Laterales Denken — Die neun Punkte mit vier zusammenhängenden Linien zu verbinden ist relativ einfach, wenn es gelingt, die Grenzen zu überwinden, innerhalb derer wir die Punkte wahrnehmen. «Thinking outside the box» (Laterales Denken) heißt, Lösungen abseits des Überlieferten zu finden. Das ist der Kern jeder Kreativität und Innovation.



Kreativitätstechniken — Es gibt viele Wege, zu kreativen Lösungen zu gelangen, von linearen Methoden bis hin zu intuitiven Techniken. Es geht immer darum, möglichst viele Ideen zu entwickeln, die das Ausgangsmaterial für praxistaugliche Konzepte bilden können. Für Kreativität gilt: Quantität ist die Voraussetzung für Qualität. Diese Ideen werden dann evaluiert, Konzepte werden entwickelt und für die Implementierung vorbereitet.



Ideenkarten (Brainwriting) — Diese Technik ist eine zuverlässige Methode, die Kreativität eines Teams zu nutzen. Jeder Teilnehmer schreibt Ideen auf Karten, die den anderen Teilnehmern als weitere Inspiration dienen. Die Ideenkarten werden dann kategorisiert und evaluiert, um die besten Konzepte auszuwählen.



Problemlösungs-Workshops — Um den Erfolg einer Problemlösungs-Sitzung sicherzustellen, muß sie gut vorbereitet sein und durchgeführt werden. Es ist das Ziel, eine gewisse Menge an Ideen und Lösungen zu generieren und die beste Lösung für ein Problem zu finden. Aus dieser wird in der Nachbearbeitungsphase ein Konzept formuliert.

NEW TIMES NEW MEASURES NEW FORMAT

PAULE WENDELBERGER COACHING



We would like you to know that we took a step forward in developing our business and created a **new format** for our coaching activities.

Our seminars and workshops are now available for all customers online as well — as **interactive webinars**.

In order to provide the best possible experience we invested time and resources to build a **professional studio** equipped with state-of-the-art technology.

It was a rather steep learning curve for us yet the results speak for themselves...



While extensively testing the new format with teams in Germany as well as overseas we've come to understand the **potential** of this technology.

Over the coming years we will keep on **improving the online experience** for our customers and participants.



Since the technology is in the early stages of development there still remains enough space for improvement by the software engineers.

Different systems for video calling are being used by the industry. We are prepared to cater to these needs.



Our webinars can be conducted over **Zoom** as well as **Microsoft Teams**.

We are excited about these developments and hope we could kindle your interest in our services.

It would be our pleasure to answer your questions, send you more information or — even better — **talk to you on Zoom or Teams...**

**PAULE WENDELBERGER
COACHING**

Adolf-Pompe-Straße 33
17109 Demmin
Germany

Fon +49 (0) 3998 2080599
Email paule@wendelberger.biz
Web www.wendelberger.biz

Rahmenbedingungen

<i>Leistung</i>	Die Seminare können – wenn nicht anders vermerkt – wahlweise in deutscher oder englischer Sprache durchgeführt werden. Abendveranstaltungen sind nicht Teil der Trainingsleistung.
<i>Honorar</i>	Die Leistungen werden tageweise berechnet. Das Tageshonorar beträgt € 2250 zzgl. 19% ges. MWSt. für Veranstaltungen in Deutschland, sonst € 2500 zzgl. 19% ges. MWSt., plus Kosten für An- und Abreise, Unterkunft und Verpflegung.
<i>An- und Abreise</i>	Die Kosten für An- und Abreise werden dem Auftragnehmer durch den Auftraggeber erstattet, und zwar bei Anreise mit Pkw € 0,30 pro km, Flug Economy Class bei Flügen innerhalb der Europäischen Union, sonst Business Class, Bahn 2. Klasse, Taxi.
<i>Unterkunft</i>	Unterkunft wird durch den Auftraggeber in angemessener Weise zur Verfügung gestellt, inklusive Parking (bei Anreise mit Pkw) und drahtlosem Breitband-Internetzugang. Anreise ist jeweils am Vortag eines jeden Seminars. Bei Entfernungen von über 300 km von Düsseldorf erfolgt die Abreise frühestens am Tag nach dem Seminar.
<i>Verpflegung</i>	Für Seminare in Deutschland wird eine Verpflegungspauschale von € 24 zzgl. 19% ges. MWSt. pro Tag berechnet, sonst € 48 zzgl. 19% ges. MWSt. pro Tag.
<i>Organisation</i>	Die Organisation der Maßnahme erfolgt durch den Auftraggeber. Der Auftraggeber benennt die Teilnehmer (maximal 12 pro Maßnahme), lädt diese ein und sorgt für einen störungsfreien Ablauf der Maßnahme. Der Auftraggeber stellt geeignete Räumlichkeiten mit der erforderlichen Ausstattung und den benötigten Materialien zur Verfügung.
<i>Copyright</i>	Das Copyright für die Seminare, die visuellen Hilfsmittel und weiterführenden Texte liegt, wenn nicht anders vermerkt, bei Paule Gina Wendelberger und Dr. Axel Wendelberger. Für einige der gelisteten Seminare liegen Handbücher in englischer Sprache vor. Die Lieferung dieser Handbücher ist eine Zusatzleistung und muß gesondert verhandelt werden.
<i>Absage</i>	Beauftragte Maßnahmen können vom Auftraggeber bis zu vier Wochen vor Beginn der Maßnahme kostenfrei abgesagt werden. Bei Absagen zwischen vier und zwei Wochen werden 50% des vereinbarten Honorars berechnet, bei Absagen unter zwei Wochen werden 75% berechnet.
<i>Abrechnung</i>	Der Zahlungsmodus wird individuell vereinbart. In der Regel erfolgt die Abrechnung nach Rechnungslegung.
<i>Zusatzleistungen</i>	Zusätzliche Leistungen müssen gesondert verhandelt werden.
<i>Gültigkeit</i>	Die in dieser Broschüre aufgeführten Seminarkonzepte und Rahmenbedingungen sind rein informativ und können sich ohne Vorankündigung ändern.

Muster-Fragebogen für die Seminaerauswertung

Wenig ←————→ Sehr gut

1 2 3 4 5

1. Wie ist ihr Gesamteindruck vom Training?

--	--	--	--	--

2. Wie nützlich fanden sie die Themen?

1 2 3 4 5

A.

--	--	--	--	--

B.

--	--	--	--	--

C.

--	--	--	--	--

1 2 3 4 5

3. Hat der Trainer / die Trainerin ihre Erwartungen erfüllt?

--	--	--	--	--

4. Was hat ihnen am Trainer / an der Trainerin gefallen [+] bzw. nicht gefallen [-] ?

+

.....

-

.....

5. Was hat ihnen am Seminar gefallen [+] bzw. nicht gefallen [-] ?

+

.....

-

.....

6. Welche Vorschläge haben sie zur Verbesserung des Seminars?

.....

1 2 3 4 5

7. Wie schätzen sie das Niveau der Interaktivität im Seminar ein?

--	--	--	--	--

1 2 3 4 5

8. Wie nützlich fanden sie das Seminar für ihre berufliche Tätigkeit?

--	--	--	--	--

Paule Wendelberger Coaching

Adolf-Pompe-Straße 33 · 17109 Demmin

Telefon +49 (0) 3998 2080599

E-Mail paule@wendelberger.biz

Web www.wendelberger.biz

Die hier vorgestellten Seminare sind Teil unseres Trainingsprogramms. Alle Seminare können auf Wunsch an die konkreten Bedürfnisse der Teilnehmer angepaßt werden.

Im Auftrag erstellen wir auch *maßgeschneiderte Seminare und Workshops*.

Bei Bedarf erarbeiten wir *Präsentationen inklusive visueller Hilfsmittel* und beraten bei Vorbereitung und Durchführung.

Darüber hinaus bieten wir *Einzelcoaching* im Bereich *Präsentationstechniken*.