

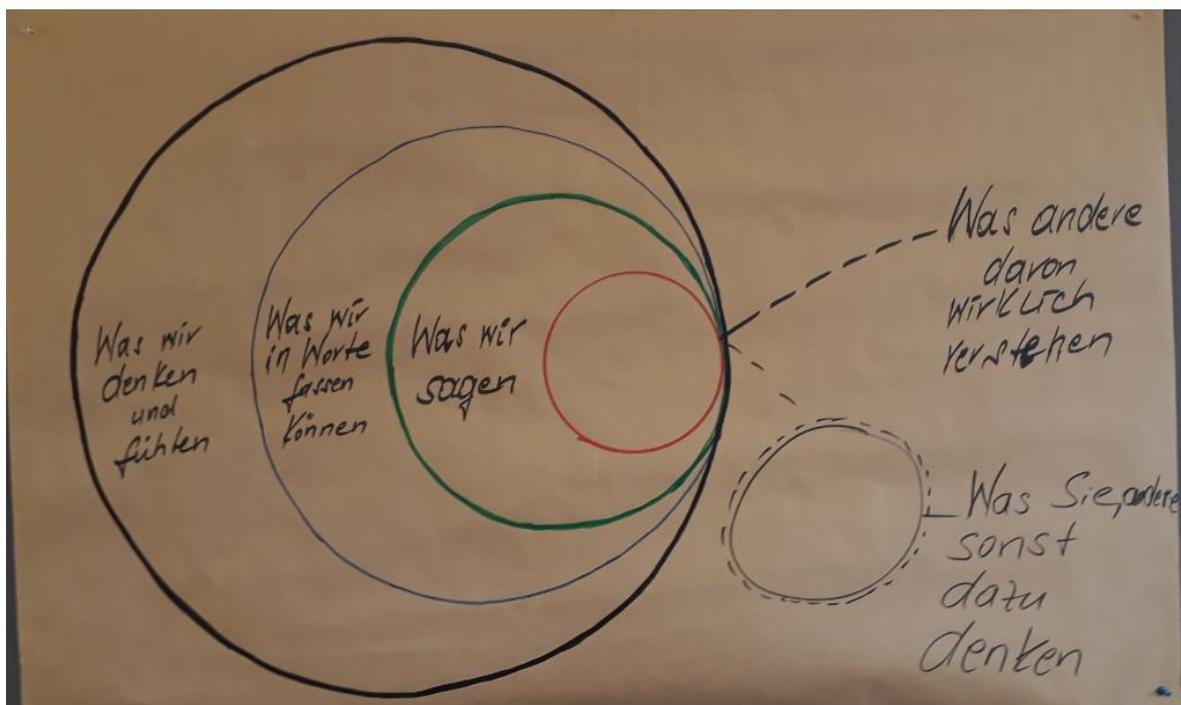
Falkenhofschulung 1 „Wie motiviere ich Gruppenteilnehmende zum Seminarbesuch?“

am 25.01. 2020 auf dem Falkenhof in Bensheim

14 Teilnehmende waren auf den Falkenhof gekommen, um zusammen mit unserem Referenten Rudi Barth das Thema „Wie motiviere ich Gruppenteilnehmende zum Seminarbesuch“ zu bearbeiten und Lösungsansätze zu entwickeln.



Zunächst erläutert uns der Referent anhand der nachfolgenden Zeichnung, was von meinem persönlichen Denken und Fühlen letztendlich beim Anderen tatsächlich ankommt. Dies ist wichtig, um manche Reaktionen der Zuhörer zu verstehen.



Nach einer Sammlung und Strukturierung von Beweggründen, nicht an Seminaren teilzunehmen, ergaben sich 4 Schwerpunktthemen:

1. Inhalte
2. Strukturfrage
3. Werbung
4. Motivation

1. Inhalte:

Die Seminar-Themenfindung erfolgte bei der Gruppenleitungstagung, durch Rückmeldungen aus den Gruppen sowie nach Seminaren. Die Anregung, zukünftig auch gesellschafts- oder sozialpolitische Themen mit einzubeziehen, wird an den Ausschuss Bildung weitergeleitet.

2. Strukturfrage:

Die Seminarzeiten werden den Bedürfnissen der Teilnehmenden weitgehend angepasst. Problematisch ist immer wieder das umfangreiche Seminar- und Freizeitangebot.

Ein wichtiger Punkt ist die Übermittlung der Angebote durch die Gruppenleitungen an die Gruppenmitglieder. Grundsätzlich sollten alle Angebote in den Gruppen vorgestellt werden und auch gezielt einzelne Gruppenteilnehmende dazu eingeladen werden.

Eine weitere Möglichkeit ist, anhand des KB-Veranstaltungsheftes die anstehenden Seminare z.B. ein Vierteljahr im Voraus in der Gruppe zu besprechen und hierdurch bereits zur Teilnahme motivieren.

3. Werbung:

60-90 % unserer Entscheidungen laufen emotional, nur ca. 10% rational ab und folgen Kriterien wie z.B.:

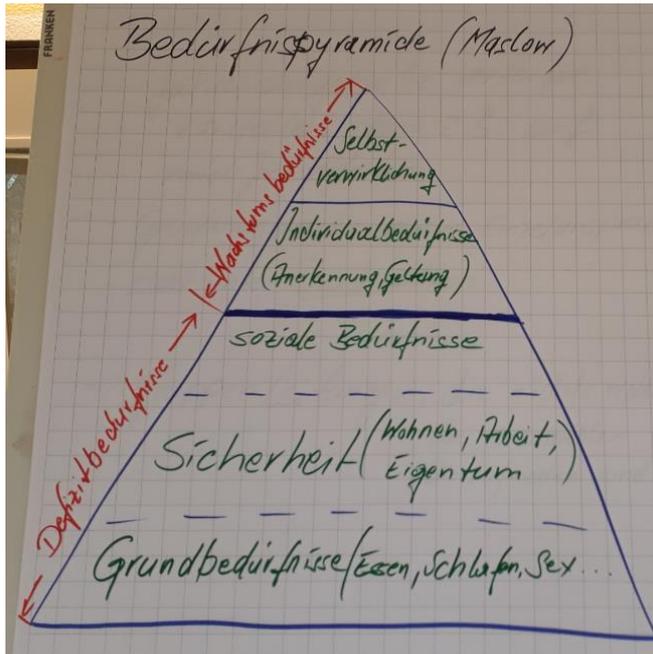
- a) Antrieb: Welchen Lustgewinn erreiche ich, oder welche Beschwerden (z.B. Schmerzen) verschwinden, wenn ich...
- b) Begründete Handlungsaufforderung: Gründe nennen, wieso jemand von einer Veranstaltung profitieren könnte.
- c) Autorität und Glaubwürdigkeit einsetzen
- d) Social Proof (intuitiv dem folgen, was Andere vormachen): 95% der Menschen sind Nachmacher, nur 5% Macher.
- e) Prinzip der Gegenseitigkeit: Menschen möchten zurückgeben, was sie vorher empfangen haben.
- f) Begrenzte Verfügbarkeit: Angebote begrenzter und dadurch interessanter machen

Abschließend zur Werbung sei gesagt, dass die Produktivität der Werbung nur bei einem 3/1000 (z.B. 3 Interessierte pro 1000 Flyer) liegt!

4. Motivation:

Motivation ist die Gesamtheit der Gründe, die mich bewegen etwas zu tun –

- die von mir selbst kommen
- Anreiz von außen



Nach der „Bedürfnispyramide“ von Maslow müssen zunächst die Grundbedürfnisse eines Menschen wie Essen, Trinken, Sex, Gesundheit, Sicherheit, Arbeit, Finanzen sowie soziale Bedürfnisse befriedigt sein, da sie sonst die Verwirklichung von Individualbedürfnissen wie Anerkennung, Wertschätzung, Ansehen, Selbstachtung etc. blockieren können.

Was ist nun die Motivation des Gruppenleitenden und was die Motivation der Gruppe etwas Bestimmtes zu tun, seine

Freizeit dafür zu opfern und seine Familie für einige Zeit allein zu lassen?

1. Kläre, was Du bzw. die Gruppe erreichen willst. Was ist für Dich und die Gruppe interessant?
2. Demotivation identifizieren/erkennen (z.B. „Müdigkeit“ aufgrund Terminfülle)?
3. Erkenne die eigene Motivation und die der Gruppe (evtl. gezielte Einzelgespräche).
4. Vermeide Überforderung / Unterdrucksetzung.
5. Haltung vermitteln: Ich bekomme etwas zurück, wenn ich dorthin gehe.
6. Zerteile große Aufgaben in Einzelschritte und sei auch mit kleinen Erfolgen zufrieden. Die Seminaerauswahl immer wieder in einfacher und bildlicher Sprache vorstellen und bei den einzelnen Angeboten behilflich sein (Fahrgemeinschaften anbieten). Die eigene Motivation und den persönlichen Profit ansprechen.
7. Belohne Dich nach Erledigung einer Aufgabe selbst!

Wir sollten aber realistisch sein, dass wir immer nur wenige Gruppenteilnehmende erreichen und in ihrer Motivation bestärken können. Wenn wir Entwicklungspotential erkennen, sollten wir die Einzelnen individuell ansprechen. Wir müssen ihre jeweiligen Entscheidungen in jedem Fall akzeptieren.

Wir bedanken uns bei unserem Referenten Rudi Barth ganz herzlich für dieses hochinteressante und intensive Seminar, das er souverän und doch auch einfühlsam geleitet hat.

Unser Dank gilt auch unserem Vorstand des KB DV Mainz e.V., der uns dieses wichtige Seminar ermöglicht hat.

Bericht: Ursel Lux Fotos: Roland Libert, Kh. Weick

