

Trainieren – egal wo



Foto: istockphoto.com / seattlesteve

Zu werblich, zu frontal, zu techniklastig – nicht zuletzt die Flut der kostenfreien Webinare, für die in sozialen Netzwerken geworben wird, hat dem Format einen schlechten Ruf eingebracht. Dabei bieten Online-Seminare viele Vorteile, von denen vor allem Weiterbildner profitieren können, findet Sandra Dirks. Die Webinar-Expertin gibt Tipps für die Durchführung, damit Trainieren von überall aus gelingt.

Man stelle sich ein Urlaubsparadies wie etwa die Provence in Südfrankreich vor. Ein wunderschönes Landhaus. Im Garten glitzert der Pool in der Sonne. Auf der Terrasse machen Sie es sich am Marmortisch gemütlich, während es um Sie herum zirpt und Vögel zwitschern. Vor Ihnen steht ein Notebook, das Sie mit einem leisen Surren zur Arbeit in den virtuellen Veranstaltungsraum trägt. Ein Traum? Nicht unbedingt. Durch Webinare können Weiterbildner theoretisch von überall auf der Welt aus das tun, was sie am be-

sten können: Wissen vermitteln, beraten, coachen. Die Voraussetzung ist lediglich eine gute Internetverbindung.

Der Begriff Webinar setzt sich aus „Web“ und „Seminar“ zusammen und steht – soviel lässt sich erahnen – für ein Seminar im Netz. Ein Webinar kann von mehreren 1.000 Personen auf der ganzen Welt gleichzeitig besucht werden. Der Zugang erfolgt über einen Link. Als Teilnehmer braucht es meist nicht viel mehr als einen Lautsprecher, um folgen zu können.

Die Krux mit der Definition

Eine detailliertere Definition dessen, was ein Webinar genau ausmacht, gibt es bisher nicht. Einigkeit besteht lediglich darin, dass dabei ein Referent oder ein Moderator sein Wissen an Teilnehmer weitergibt, die sich in einem virtuellen Besprechungs- oder Klassenraum eingefunden haben. Die Wissensvermittlung erfolgt frontal, etwa mithilfe einer Powerpoint-Präsentation. Die Referenten sind entweder durch ein Profilfoto oder per Webcam zu sehen.

Unterschiedliche Meinungen gibt es zu dem, was im Webinar passieren soll. Hauptsächlich geht es dabei um die Frage, wie stark die Teilnehmer eingebunden werden: In einigen Veranstaltungen haben Teilnehmer die Möglichkeit, Fragen im Chat zu stellen, in anderen können sie sich zu Wort melden, indem sie ins eigene Mikrofon sprechen. Allerdings gibt es auch Webinare, in denen sich Teilnehmer überhaupt nicht beteiligen können.

Auch bei der Preisgestaltung gibt es verschiedene Praktiken: Einige sind kostenpflichtig, eine Großzahl an We-

binaren werden jedoch umsonst angeboten. Hier beginnt auch die Kritik am Thema: Viele Anbieter betrachten Webinare als reines Marketinginstrument. Mit marktschreierischen Titeln wie „Wie Sie ab jetzt ganz leicht mindestens 10.000 Euro pro Monat verdienen!“ werben sie um Teilnehmer. Die Webinare selbst sind dann nicht selten plumpe Werbeveranstaltungen, die statt der versprochenen Inhalte nur Links und Hinweise zu einem teureren Kurs bieten.

Grundsätzlich halte ich es zwar für eine gute Idee, kleine Online-Kostproben der eigenen Leistung zu verschenken, um damit das eigene (Präsenz-)Angebot bekannter zu machen. Doch die Flut der „kostenlosen Webinare“ als reiner Werbeshow haben dem Format einen schlechten Ruf eingebracht. Dabei bietet diese Seminarform für Trainer große Chancen – man denke nur an das eingangs beschriebene Szenario im Urlaubsparadies.

Verschiedene Nutzungsformen

Aus meiner Sicht lassen sich Online-Veranstaltungen grob in folgende vier Formate einordnen.

» **Webinar oder Live-Online-Seminar:** Bei dieser Veranstaltungsform bildet die Präsentation des Moderators den roten Faden. Die Teilnehmer folgen dem Vortrag, können sich jedoch nicht beteiligen.

» **Live-Online-Training:** Das Ziel eines Live-Online-Trainings ist es, Teilnehmern ein Thema nachhaltig näher zu bringen. Dazu werden sie aktiv mit eingebunden. In der Regel

werden Teilnehmer aufgefordert, sich mit einem Headset und in einigen Fällen zusätzlich mit einer Webcam ausgestattet im virtuellen Seminar anzumelden.

» **Live-Online-Coachings:** Coach und Coachee treffen sich im virtuellen Besprechungsraum mit Kamera und Mikrofon. Durch die Nutzung einer externen Webcam können Aufstellungen bearbeitet werden. Auch Skype eignet sich für dieses Format

» **Live-Online-Meeting:** Alle an einem Projekt beteiligten Personen treffen sich in einem virtuellen Besprechungsraum. Die Aufgabe des Moderators besteht darin, die Besprechungsergebnisse zu strukturieren oder zu protokollieren.

Teilnehmer aktiv einbinden

Der virtuelle Raum bietet eine Vielzahl an Möglichkeiten, um Teilnehmer einzubinden. Zwar variiert das Spektrum je nach Plattform, doch auch mit guten Ideen, lassen sich Teilnehmer aktivieren:

► In einigen Webinar-Plattformen gibt es kollaborative Arbeitsflächen, die man sich wie eine virtuelle Schultafel vorstellen kann. Auf dieser können Teilnehmer beispielsweise gemeinsam Aufgaben bearbeiten. Einige Systeme bieten zudem die Möglichkeit zum Application Sharing, so dass Teilnehmer sogar in freigegebenen Programmen auf dem Computer des Moderators arbeiten können. Anwendungsbeispiel: In einer Online-Schulung für Excel zeigt der Moderator die Funktionen des Programms. Gleichzeitig können

sich die Teilnehmer im Programm bewegen und gemeinsam Aufgaben bearbeiten.

► Der Moderator gibt die Mikrofone und Webcams einzelner oder mehrerer Teilnehmer frei, damit diese aktiv Programmblöcke untereinander diskutieren können. Der Chat kann auch grundsätzlich für alle freigegeben werden, damit jederzeit Kommentare und Hinweise der Teilnehmer eingeholt werden können.

► Der Moderator zeigt oder gestaltet etwas live vor der Kamera, so dass die Teilnehmer die Inhalte sofort nachvollziehen oder nachmachen können. Anwendungsbeispiel: Diese Interaktionsmöglichkeit eignet sich für handwerkliche oder technische Themen wie Koch- oder Zeichenkurse. Auch Aufstellungen sind auf diese Weise gut möglich. Teilnehmer werden per Mikrofon zugeschaltet und können Fragen stellen oder sich zum Thema einbringen.

Mit einheitlichem Label werben

Trotz der genannten Unterscheidungsmerkmale laufen die meisten Online-Veranstaltungen unter dem Titel Webinar – schlicht und ergreifend, weil das Schlagwort am bekanntesten ist. Ich selbst gebe nur Live-Online-Trainings, weil ich alles Frontale furchtbar langweilig finde. Ich ziehe einen Workshop immer einem Vortrag vor. Die korrekte Ankündigung meiner Online-Angebote wäre daher „Aktivierende Methoden für Live-Online-Trainings“. Das klingt jedoch viel zu sperrig. Auch ich nutze daher den Titel Webinar für meine Trainings.



Rüstzeug für Webinare

PLATTFORM AUSWÄHLEN

Im Netz gibt es bereits einige Tests und sogar Vergleiche von verschiedenen Webinarplattformen. Viel genutzte Plattformen sind edudip, adobe-connect und spread. Neben umfangreichen Informationen und eigenen Veranstaltungen zur Funktionalität der Plattform bieten die meisten Anbieter auch kostenlose Probeaccounts (z.B. 14 Tage). Bei der Auswahl sollten Sie Ihre Zielgruppe im Auge behalten: Eignet sich eine englische Benutzeroberfläche? Wieviel technisches Verständnis kann ich voraussetzen?

EQUIPMENT BESORGEN

Ein gutes Headset ist essenziell, z.B. von der Firma Logitech (25 bis 40 Euro). Wireless-Headsets für mehr Bewegungsfreiheit gibt es bereits ab 69 Euro. Eine Webcam schafft mehr Nähe zu den Teilnehmern, weil Sie als Moderator/Trainer zu sehen sind. Die Preise liegen hier bei rund 50 Euro.

SORGFÄLTIGE KONZEPTION

Gestalten und planen Sie Ihre Online-Veranstaltungen ebenso sorgfältig wie Ihre Präsenztrainings. Behalten Sie die Zeiten und die Struktur im Blick. Lieber zwei kurze Veranstaltungen zu einem Thema anbieten, als eine lange Veranstaltung.

ÜBUNGSPHASE EINPLANEN

Führen Sie verschiedene Testdurchläufe mit Testteilnehmern durch. Im Idealfall verfügen diese über unterschiedliche Erfahrungen mit Webinaren, so dass Sie ein umfassendes Feedback erhalten. Um mehr Sicherheit zu erhalten, bietet sich zudem eine Lernpartnerschaft mit einem Trainerkollegen an. Die ersten Webinare können Sie zu zweit durchführen und sich als Co-Trainer abwechseln. Ihre Erfahrungen können Sie gemeinsam auswerten.

Das erhöht zudem die Auffindbarkeit im Netz. Die meisten Menschen googeln eher „Webinar“ als „Live-Online-Training“. Außerdem schreibe ich meine Veranstaltungen auf der Seite der Webinarplattform „edudip“ aus. Ich will damit gefunden werden, denn schließlich will ich meine Veranstaltungen verkaufen.

Bleibt die Erkenntnis: Hinter dem Label Webinar können sich zum Teil sehr unterschiedliche Angebote verbergen. Wie die Möglichkeiten genutzt werden, die das Format bietet, können Trainer selbst bestimmen.

Weniger Technik als gedacht

Um als Trainer ein Webinar durchführen zu können, benötigt man lediglich eine Mindestausstattung an Technik: einen Computer mit Internetzugang, eine schnelle Internetverbindung, Headset mit Mikrofon, am besten auch eine Webcam.

Sicher: Selbst einfache Technik kann hin und wieder Probleme machen, dagegen ist man nie gefeit. Was aber selbst eingefleischte Technikhasser überzeugen könnte, ist die Flexibilität, die durch Webinare entsteht: Zu welchen Tageszeiten sie stattfinden, kann flexibel den Wünschen des Kunden angepasst werden: Morgens um 7:00 Uhr, abends um

21:00 Uhr, für Nachtteulen um 22:00 Uhr oder für Eilige ein Webinarquickie in der Mittagspause.

Bei offenen Webinaren gibt es keine perfekte Zeit, das hängt vielmehr von der Zielgruppe und dem Thema ab. Um herauszufinden, welche Zeit am besten funktioniert, sollten Trainer zunächst ein wenig experimentieren. Der Vorteil von Webinaren liegt auf der Hand: Lange Reisezeiten fallen weg. Und bei Regen, Schnee oder anderen widrigen Bedingungen muss das Haus nicht unbedingt verlassen werden. Den praktischen Nutzen haben viele vor drei Jahren zu schätzen gelernt, als der isländische Vulkan Eyjafjallajökull den Flugverkehr in Europa fast zum Erliegen gebracht hat.

Halten wir also fest, dass grundsätzlich jeder ohne tiefere Technikkompetenz Webinare durchführen und anbieten kann. Trainer verfügen allerdings über einen entscheidenden Vorteil: Sie verfügen über didaktische und methodische Kenntnisse, die sie von den anderen Anbietern unterscheiden. Und genau diese Kompetenz sollten Trainer nutzen, um den Markt mit qualitativ guten Angeboten zu erobern.

Denn egal unter welchem Label die Online-Seminare laufen: Das Ziel sollte stets eine nachhaltige Wissensvermittlung sein.

Didaktisches übertragen

Die Herausforderung besteht freilich darin, die eigene pädagogische Arbeit in das Format zu übertragen. Ich verfolge hier eine sehr klare Struktur. Jedes Webinar enthält die folgenden Phasen: Zunächst geht es darum, eine Verbindung zu den Teilnehmern aufzubauen, z.B. durch eine Einstiegsfolie oder Einstiegsfrage („Wo sind Sie beruflich unterwegs?“, „Welche Erfahrungen haben Sie mit Webinaren?“). Es folgt der erste Teil der inhaltlichen Vermittlung und dessen Wiederholung. Dann der zweite Teil der inhaltlichen Vermittlung, die Wiederholung dessen und schließlich der Abschluss.

Für ein Webinar von etwa 60 Minuten Länge sollten also nur zwei Themenschwerpunkte eingepplant werden, mit jeweils einer maximalen Dauer von 15 bis 20 Minuten. Diese Phasen sollten jeweils nach maximal vier Minuten eine Aktivierung enthalten, damit die Teilnehmer die Inhalte auch verarbeiten können. Die Aktivierungen

müssen nicht lange dauern. Die Teilnehmer können etwa kurz aufgefordert werden, etwas auf einer Folie zu markieren, oder im Chat auf eine Frage mit einem kurzen Satz zu antworten. Viele Webinarplattformen bieten zudem die Möglichkeit, kurze Umfragen durchzuführen. Dies sollte jedoch maximal drei Minuten in Anspruch nehmen.

Die erste Seminarkonzeption nach diesem Schema fällt vermutlich nicht so leicht, weil man sich von Details verabschieden muss. Allerdings: Inhalte, die nicht mehr in diese Struktur passen, können in einem zweiten Seminar zum Thema aufgegriffen werden.

Nicht mit Inhalt geizen

Webinare haben nur dann einen Werbeeffect, wenn sie Content und echten Mehrwert bieten. Stellen Teilnehmer fest, dass sie auch für kleines Geld (zwischen 29 und 69 Euro für ein Webinar von 60 Minuten Dauer) gute Inhalte erhalten, werden sie auch andere Themen oder Veranstaltungen bei dem Anbieter buchen. Billige Werbe-Webinare lösen hingegen eher den gegenteiligen Effekt aus. Meiner Erfahrung nach wirkt sich das Anbieten günstiger Online-Seminare später nicht schädlich auf die Preisargumentation für den Tagessatz von Präsenzseminaren aus. Ob man tatsächlich allein von Webinaren leben kann, hängt letztlich

BEVOR ES LOSGEHT ...

- » Prüfen Sie, ob alle Störquellen ausgeschaltet sind: Telefone, Mail, Klingel?
- » Prüfen Sie, ob Kamera und Headset einwandfrei funktionieren: Ist das Mikrofon auf eine angenehme Lautstärke eingestellt? Ist es im Raum hell genug? Wie sieht der Hintergrund aus?
- » Legen Sie sich alle Materialien bereit. Prüfen Sie, ob alle Lernmaterialien in den virtuellen Raum geladen sind. Denken Sie auch an ein Glas Wasser. Ein Schluck zwischendurch tut Ihnen und der Stimme gut.
- » Legen Sie den Ablaufplan und eine Uhr in Reichweite, damit Sie beide sicher im Blick haben.
- » Sitzen die Haare? Passen Bluse oder Hemd? Auch wenn Webinare bequem von zu Hause aus laufen, sollten Sie sich nicht zu leger kleiden.

von der Anzahl und der individuellen Preisgestaltung ab. Angenommen, der Preis für ein Webinar beträgt 39 Euro. Bei fünf Teilnehmern ergibt das einen Stundensatz von 195 Euro. Vielleicht gibt es aber auch nur einen einzelnen Teilnehmer. Wenn dieser, begeistert von Ihren Fähigkeiten, einen Inhousevertrag mit einigen Folgeaufträgen abschließt, haben Sie erreicht, was Sie wollten: Sie haben einen überzeugten Kunden gewonnen, mit dem Sie Ihren Tagessatz neu verhandeln können.

Sandra Dirks ■



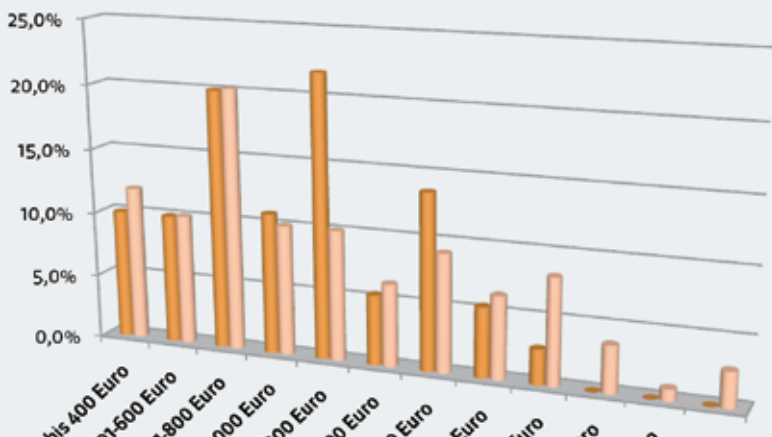
Die Autorin: Sandra Dirks arbeitet seit 1998 als Trainerin. Über ihr Unternehmen *apprenti*, Braunschweig, schult sie in Webinaren und Präsenzveranstaltungen Kollegen in der Umsetzung aktivierender Methoden mit dem Schwerpunkt Humor. Kontakt: kontakt@apprenti.de

Trainingaktuell

Die Zeitschrift für Trainer, Berater und Coachs

Besser beraten, besser ankommen, besser verdienen

ABB. 2: HONORARSÄTZE BEI 9-10 JAHREN TRAINERTÄTIGKEIT



SO BRINGEN SICH TRAINER IN FORM

- Die unentdeckten Kunden:
neue Zielgruppen für Trainer, Berater, Coachs
- Neue Präsentationsformate:
Kultreden, Mitmach-Events, Trainerquickies
- Tools und Bausteine im Praxistest:
Methodenempfehlungen zum Nachmachen

EXKLUSIVE VORTEILE NUTZEN

- + Marktstudien gratis
- + Beitragsarchiv gratis
- + Themendossiers gratis
- + Sonderpreise auf Bücher, eBooks, Vertragsmuster
- + Rabatte auf weiterbildungsprofis.de
- + Rabatt auf den Petersberger Trainertagen



Jetzt bestellen und dazugehören:

www.trainingaktuell.de/abo