

Silvia Luber
Inga Geisler

Online-Trainings und Webinare

Von der Vermarktung bis
zur Nachbereitung

2. Auflage



Leseprobe aus Luber und Geisler, Online-Trainings und Webinare.
Von der Vermarktung bis zur Nachbereitung,
ISBN 978-3-407-36753-2 © 2021 Beltz Verlag, Weinheim Basel
[http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/
gesamtprogramm.html?isbn=978-3-407-36753-2](http://www.beltz.de/de/nc/verlagsgruppe-beltz/gesamtprogramm.html?isbn=978-3-407-36753-2)

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	10
Danksagung	11
➤ 01 Warum soll ich Live-Online-Trainer werden?	13
Digitales Lernen	14
Entscheidungskriterien	17
Präsenzraum versus Virtual Classroom	20
Kompetenzen	21
Geografische Distanz überbrücken	21
Kommunikation und Informationsaustausch fördern	22
Die virtuelle Lernumgebung beherrschen	23
Sich als Unternehmer wahrnehmen	24
Sich auf der Trainer-Kunden-Ebene bewegen	26
Live-Online-Trainings versus Webinare?	28
➤ 02 Wie organisiere ich mich als Live-Online-Trainer?	31
Formelle und informelle Ausbildung	32
Formelles Lernen für einen anerkannten Abschluss	32
Informelles Lernen als Wissenserwerb	35
Online-Lernmedien und -Lernformate	36
Der passende Virtual Classroom	41
Den Zweck definieren	41
Die verschiedenen Werkzeuge kennen	42
Auf Benutzerfreundlichkeit überprüfen	43
Softwarekompatibilität und Datensicherheit kontrollieren	45
Administrationsfunktionen testen	46
Die Software installieren und einrichten	46
Sicherheit und Datenschutz	47
Zugang über den Browser oder einen Client	48

Den Audiokanal bestimmen	48
Preise und Businessmodelle	49
Vielfältiges Angebot von Webinar-Software am Markt	52
Ausgewählte Beispiele für Einsatzbereiche von Virtual Classrooms	53
Marketing	57
Das Ziel präzise definieren	57
Das Portfolio auf die Eignung für ein Live-Online-Training überprüfen	58
Die Bestandskunden ansprechen	59
Neue Kunden über Weiterbildungsakademien finden	60
Neue Kundinnen und Kunden durch Akquise finden	60
Honorar festlegen	67
Inhouse-Online-Trainings	69
➤ 03 Was muss ich bei der Planung beachten?	75
Phase 1: Inhaltliche Vorbereitung	78
Ziele definieren	78
Zielgruppe analysieren	79
Inhalte definieren und auswählen	80
Phase 2: Methodisch-didaktische Vorbereitung	82
Gestaltungsprinzipien für Präsentationsfolien	82
Verschiedene Fragearten	84
Das Whiteboard als Interaktionsfläche	85
Checklisten für den Praxistransfer	86
Leitfaden als Nachschlagewerk	86
Informationen und Begleitmaterial im Vorhinein senden	86
Ablaufplan erstellen	87
Exkurs: Rechtliche Aspekte beim Einsatz von Medien	90
Urheberrecht	91
Creative-Commons-Lizenz (Open Content)	91
Nutzungsrechte	93
Schrankenbestimmungen	93

Phase 3: Organisatorische Vorbereitung	97
Das Training terminieren	97
Anmeldeverfahren (bei offenen Seminaren)	98
Den Virtual Classroom und weitere Plattformen einrichten	98
Persönliche Vorbereitungen	101
704 Wie läuft ein Live-Online-Training ab?	103
Kurz vor der Startzeit	105
Warm-up	108
Die Teilnehmenden begrüßen und das Ziel benennen	108
Statusmeldungen, Textchat und Kommunikationsregeln	109
Die Teilnehmer stellen sich vor	110
Methoden für das Warm-up	111
Themeneinstieg	119
Das Vorwissen aktivieren und dem Lernen einen Nutzen geben	119
Methoden für den Themeneinstieg	119
Vermittlung und Erarbeitung der Inhalte	123
Ein Mix aus Information, Expertenwissen und Erfahrungsaustausch	123
Die Teilnehmerliste und den Textchat im Auge behalten	123
Die Präsentation mit der Whiteboard-Funktion kombinieren	124
Die Webcam gezielt einsetzen	125
Im Softwaretraining langsam und strukturiert vorgehen	127
Interessante Websites und Videos über den Webbrowser integrieren	128
Videos als Anschauungsmaterial	128
Mit der Dokumentenkamera Vorgänge simulieren	129
Den Lerninhalt teilnehmerorientiert vortragen	132
Einen Themenspeicher anlegen	133
Mix der Lernmethoden	135
Dem individuellen Lerntempo in der Einzelarbeit gerecht werden	135
Mit Gruppenarbeit die Zusammenarbeit fördern	136

Murmelgruppen sorgen für Klarheit	140
Externe Werkzeuge	140
Stimme und Persönlichkeit	143
Die Ebenen der Kommunikation	143
Das Sprechtempo anpassen	144
Lautstärke und Sprechtonhöhe	145
Mikrofon und Raumakustik	147
Der Co-Moderator	148
Aufgaben des Co-Moderators	148
Notwendige Kompetenzen	149
Den Co-Moderator auf seine Aufgabe vorbereiten	149
Teilnehmende zum Co-Moderator ernennen	150
Große Gruppen und Webinare	151
Der Ablaufplan	151
Methoden für den Austausch in großen Gruppen	152
Zusammenfassung und Wiederholung der Inhalte	156
Methoden für Zusammenfassungen	156
Methoden zur Wiederholung der Inhalte	158
Anwendung des Gelernten	164
Feedback	166
Methoden für Feedback	166
Abschluss	170
Umgang mit schwierigen Situationen	171
Technische Probleme	171
Schwierige Teilnehmer	174
➤ 05 Welche Aufgaben gehören zur Nachbereitung?	179
Auswertung der Medien	181
Aufzeichnung	182
Teilnehmerunterlagen	182

Reflexion	184
Teilnehmerbefragung	186
Teilnehmerbescheinigung	189
Sicherung des Lerntransfers	190
Konzeptanpassung	191
➤ 06 Was berichten erfahrene Live-Online-Trainer?	193
Zamyat M. Klein: Kreativ im virtuellen Raum – geht das?	195
Sandra Dundler: Führen auf Distanz	201
Katja Königstein: Den virtuellen Austausch über längere Zeit fördern	204
Anne Rickert: Distanzen durch Mediation verkleinern	209
Anja Röck: 3D-Räume lassen Nähe zu	214
Christiane Tschur: Software trainieren im Virtual Classroom	216
Jürgen Ballhuber: Spielerisch trainieren im Virtual Classroom	219
Liane Steiert: Weniger Dienstreisen, weniger Büros, mehr virtuelle Zusammenarbeit	224
Claudia Musekamp und Ann Rogalski: Fünf Tipps für mehr Nachhaltigkeit in Webinaren	227
Fazit	230
➤ 07 Anhang	231
Glossar	232
Literaturverzeichnis	237
Links	237
Weiterführende Literatur	238
Sachwortverzeichnis	239

Die Icons bedeuten:



Tipps



Beispiele



Übungen

Einleitung

Online-Trainings sind in den letzten Jahren ein fester Bestandteil des Lernens geworden. Mithilfe von onlinebasierten Medien lernen Menschen an jedem Ort der Welt und zu jeder Zeit. Dabei werden sie in asynchronen (zeitversetzten) Lernumgebungen von Tutoren begleitet, die sie motivieren, anleiten und bei Fragen zur Verfügung stehen. Hingegen treffen sich Menschen in synchronen Lernumgebungen zur gleichen Zeit, auch wenn sie sich nicht am selben Ort befinden. Dazu gehört der virtuelle Raum – auch Virtual Classroom oder VC genannt.

Die vorliegende Neuauflage des Buches ist in der ersten Hälfte des Jahres 2020 unter den besonderen Bedingungen der ersten Monate der Corona-Pandemie entstanden. In einem vorher unvorstellbaren Maße hat sich das Lernen und Arbeiten in einem virtuellen Umfeld entwickelt, da der Austausch von Informationen, Arbeits- und Lerninhalten, Meinungen, Ideen, Planungen et cetera fast nur noch auf digitalem Wege möglich war. Es entstanden viele kreative Lösungen der Kommunikation, Kooperation und Koordination zwischen Menschen aller Alters- und Berufsgruppen, die sich auf virtuellen Plattformen bewegten und dabei insbesondere Virtual Classrooms (VC) nutzten.

Aus diesem Grunde liegt der Schwerpunkt der Neuauflage auf der Planung und Durchführung von Trainings, die in virtuellen Räumen stattfinden. Diese Räume erfüllen in Unternehmen in erster Linie den Zweck der Online-Kommunikation und Zusammenarbeit und werden darüber hinaus zunehmend als Lernmedium genutzt. Neben technischen treten dabei auch zwischenmenschliche Herausforderungen auf. Mit diesem Buch erhalten Sie einen praktischen Ratgeber, der im Aufbau den Phasen von Live-Online-Trainings folgt und Sie bei Ihrer Konzeption unterstützt. Doch nicht nur das Training an sich betrachten wir, sondern liefern Ihnen Tipps zur eigenen Qualifizierung, der Vermarktung Ihres Online-Angebots sowie zur Wahl des geeigneten virtuellen Raums. Zur Darstellung der Themen haben wir eigene Erlebnisse aus unserer über 15-jährigen Praxis als Live-Online-Trainer einfließen lassen und Trainerkollegen zu deren Erfahrungen interviewt.

Die Praxis hat gezeigt, dass nicht nur ausgebildete Trainer virtuelle Räume nutzen, sondern besonders Unternehmen die Weitergabe von Fachexpertise darüber steuern. Durch den Mix aus Theorie und praxisnahen Beispielen erhalten Sie Tipps und Tricks zur Konzeption von Online-Präsentationen – wir nennen sie Webinare – an die Hand.

Die Coaches unter Ihnen sind es gewohnt, ihre Coachees bei Veränderungsprozessen über einen längeren Zeitraum zu begleiten. Dabei stellen räumliche Distanzen oft eine große Herausforderung dar. Dieses Buch unterstützt Sie dabei, diese Distanzen zu überbrücken und einen kontinuierlichen Kontakt zu Ihren Coachees aufrechtzuerhalten.

Danksagung

Dieses Buch ist durch die hilfreiche Unterstützung von Fachexperten, die wohlwollende Ermunterung von Kollegen und durch Geduld und den persönlichen Zuspruch unserer Familien zustande gekommen. Wir möchten uns herzlich bei allen diesen Personen bedanken.

Unser größter Dank geht an unsere Teilnehmenden, die uns haben diese Erfahrungen sammeln lassen und mit deren Hilfe es gelungen ist, das Thema »Live-Online-Training« im deutschsprachigen Raum in den letzten Jahren zu einem festen Bestandteil der Online-Bildungslandschaft zu machen.

Warum soll ich Live-Online-Trainer werden?

➔ 01

Leitfrage

Wie können Sie das eigene Portfolio durch Live-Online-Trainings ergänzen und welche Kompetenzen sind dazu notwendig?

Digitales Lernen

Stellen Sie sich vor, Sie erhalten einen Anruf von einem Ihrer besten Kunden:

»Wie Sie wissen, sind wir ein weltweit agierendes Unternehmen und haben bisher unsere Mitarbeiter zu Ihrem Training immer an unseren Standort in Hamburg eingeflogen. Unter den gegebenen Umständen der eingeschränkten Reisetätigkeit und Kontaktbeschränkungen durch die Corona-Pandemie können wir das nun auf absehbare Zeit nicht mehr tun. Außerdem wollen wir längerfristig Präsenztrainings als Online-Veranstaltungen anbieten. Wir wollen Sie dabei als Experte für dieses Thema nicht verlieren und würden gern wissen, ob Sie das Training auch online über einen virtuellen Raum durchführen könnten?«

Bei diesem Anruf nimmt ein erfahrener Präsenztrainer zunächst zwei Ausdrücke wahr, die ihm Fragezeichen in das Gesicht zaubern: »ausschließlich Online-Trainings« und »virtueller Raum«. Um diesen Begriffen näherzukommen, empfiehlt es sich, zunächst die Situation in den Unternehmen und die Entwicklung des Lernens und Kommunizierens zu betrachten.

Die Globalisierung schreitet voran und stellt die Unternehmen vor neue Herausforderungen. Dazu gehören unter anderem ein hoher Kosten- und Zeitdruck, ein nachhaltiges Wissensmanagement und der Einsatz digitaler Kommunikationskanäle und -technologien. Diese Faktoren wirken sich nun verschärft unmittelbar auf das Lernen im Unternehmen aus. Während früher die Teilnehmer einer Weiterbildung alle an einen Standort zusammengeholt wurden, erhalten sie heute oftmals einen Zugang zu einem digitalen Lernmedium. Diese Lernmedien und neue Lernstrategien sind unter dem Begriff »E-Learning« zusammengefasst und bieten eine breite Palette an Möglichkeiten, um Wissen zu erwerben und im Unternehmen zu verankern. Mit dem Einzug neuer Kommunikationstechnologien hat sich der Umgang mit Wissen in den letzten Jahren drastisch verändert.

E-Learning

Heute sprechen wir von User Generated Content, wenn ein Nutzer seine Erfahrungen und sein Wissen auf einer Plattform zur Verfügung stellt. Interessierte können dieses Wissen on demand abrufen, wann und wo sie es benötigen, wie zum Beispiel am Arbeitsplatz. Es ist egal, an welchem Ort sich der Fachexperte gerade aufhält, wenn sein Wissen gefragt ist.

User Generated Content
und Wissen on demand

Auch die Hochschulen und Weiterbildungsinstitutionen nehmen diesen Wandel wahr und reagieren auf die sich verändernden Lerngewohnheiten. Sie stellen sich nicht nur auf die neuen Anforderungen in Unternehmen ein, sondern auch auf die Gewohnheiten der Digital Natives, der sogenannten Generation Y. Das sind diejenigen, die nach 1980 geboren wurden und für die es heute selbstverständlich ist, das Wissen über Online-Quellen abzurufen. Sie verdeutlichen uns, dass informelles Lernen wesentlich zielorientierter und nachhaltiger ist. Unter informellem Lernen versteht man das »zufällige« Lernen über den Austausch mit anderen oder über Lernmedien. In jüngster Zeit kommt hier der Begriff des agilen Lernens hinzu, der allerdings in vielerlei Kontext genutzt wird. An dieser Stelle soll eine kurze Begriffsbestimmung diesen Ansatz der Wissensaneignung etwas verdeutlichen. »Agile Lernprozesse zeichnen sich durch kurze, klar strukturierte Abläufe bei gleichzeitiger Flexibilisierung und Individualisierung der Inhalte (zum Beispiel WOL, Barcamp) aus. Zielorientierung, Kollaboration, Selbststeuerung und Dynamik prägen diesen Ansatz. Im weiteren Sinne bedarf agiles Lernen eines passenden Mindsets (Selbstwirksamkeit und Entwicklungsfähigkeit), Skills (zum Beispiel Lernkompetenzen) und eine passende Fehler- und Lernkultur« (Graf/Schmitz 2019). Ein weiteres Beispiel für ein agiles Lernformat sind »Brown Bag Meetings«, die in Unternehmen speziell für kontinuierliche Weiterbildung eingesetzt werden.

Digital Natives

Informelles Lernen

Agiles Lernen

Verschiedene Studien beweisen, dass bei der Entwicklung moderner Lernformate Blended Learning prominent vertreten ist. Gerade der Mix aus Präsenz- und Online-Lernphasen weitet sich aus und unterstützt die Lerner beim Übergang vom Präsenz- zum Online-Lernen. Parallel dazu haben sich Formate wie Erklärvideos und Learning Nuggets entwickelt, die stark nachgefragt sind und in Kombination mit Blended Learning einen beträchtlichen Teil der Lernaktivitäten beeinflussen. Insbesondere Learning Nuggets sind schnell zu erfassende, prägnante Kurzinformationen und Aufgabenstellungen in kleinen Lerneinheiten, die auch als Mikrolernen (englisch microlearning) bezeichnet werden. Sie nehmen nur wenige Minuten Bearbeitungszeit in Anspruch. Learning Nuggets können sehr gut in Selbstlernphasen einge-

Blended Learning,
Erklärvideos und
Learning Nuggets

setzt werden und sind nicht an bestimmte Themen gebunden (mmkh »Horizon Report« 2020; MMB Trendmonitor 2019/2020; mmb Learning Delphi; <https://agile-unternehmen.de/lernen-im-unternehmen/>).

Der Virtual Classroom hat sich in den letzten Jahren als Lern- und Arbeitsmedium etabliert. Deshalb stoßen wir in unserer modernen Bildungslandschaft mittlerweile auf Live-Online-Trainings, die zu vielen Themen und für sehr unterschiedliche Zielgruppen angeboten werden. Sie sind bereits ein fester Bestandteil der Mitarbeiterqualifizierung in zahlreichen Unternehmen und öffentlichen Einrichtungen. Ganze Ausbildungsrichtungen und Weiterbildungen, die früher ausschließlich als Präsenzseminare für Auszubildende und Beschäftigte durchgeführt wurden, sind heute zu einem bestimmten Anteil als Live-Online-Trainings ausgewiesen. Einen staatlich anerkannten Abschluss kann man inzwischen auch über ein solches Blended-Learning-Szenario bekommen.

An Bedeutung haben Live-Online-Trainings nicht zuletzt deshalb gewonnen, weil die Kommunikation ähnlich wie im Präsenztraining funktioniert: in Echtzeit. Die Verbindung von interaktiven und kollaborativen Werkzeugen über virtuelle Konferenzräume gestattet es den Lernenden, mit anderen Teilnehmern zu kommunizieren und ausgewählte Themen gemeinsam zu bearbeiten. Der Austausch von Erfahrungen ist ein Hauptbestandteil des Lernerfolgs und kann mit keinem anderen Lernmedium in dem Maße erreicht werden.

Entscheidungskriterien

Doch nicht nur diese Entwicklung kann als Grund für die Erweiterung Ihres Angebotes auf Live-Online-Trainings angeführt werden. Es ist ratsam, das eigene Angebot zu erweitern, wenn Sie einige der nachfolgenden Fragen mit Ja beantworten:

Wollen Sie mehr Zeit an Ihrem Heimatort verbringen?

Sie wollen weniger reisen: Vielen Trainern ergeht es nach langen Jahren im Präsenzseminargeschäft wie Außendienstmitarbeitern: Sie sehnen sich nach einem »normalen« Leben. Das Schlafen in Hotelzimmern, das Essen in Restaurants und die tagelange Abwesenheit von zu Hause verlieren ihnen Reiz. Das Zusammensein mit der Familie und mit Freunden wird schmerzlich vermisst. Durch den Einsatz von Live-Online-Trainings erhalten Sie die Chance, dem »normalen« Leben wieder ein Stück näher zu kommen.

Gibt es Zeiten, in denen ich Seminare geben möchte, ohne das eigene Umfeld verlassen zu müssen? Wenn ja, welche sind dies?

Sie streben eine bessere Auslastung der Arbeitszeit an: Freie Tage im Trainerkalender sind wichtig! An diesen erledigen Sie Ihre Vor- und Nachbereitung oder gehen Ihrer eigenen Weiterbildung nach. Diese Tage sollten gut geplant und eingehalten werden. Doch nicht jeder Trainer kann behaupten, dass er voll ausgelastet ist und keine weiteren Aufträge mehr annehmen kann. Teilweise lässt es auch das familiäre Umfeld nicht zu, dass man jeden Tag in der Woche unterwegs ist. Nun können Sie Seminare durchführen, ohne Ihr Home-Office zu verlassen, und damit mehrere Ansprüche unter einen Hut bringen.

Habe ich den Trend wahrgenommen? Welche Auswirkungen verspüre ich bereits? Gibt es Kundinnen oder Kunden, die mich schon darauf angesprochen haben? Habe ich das Gefühl, handeln zu müssen?

Sie wollen den Trend nicht verpassen: Durch die stetig steigende Nutzung virtueller Räume in Unternehmen und das ebenso steigende Angebot an Seminaren, die online stattfinden, sehen sich Präsenztrainer einem Trend ausgesetzt, der sie zum Handeln veranlasst. Wer will schon gern zu den Letzten gehören, wenn innovative Lernformen sich ausbreiten. Nur wer rechtzeitig diesen Trend erkennt, wird sich in Zukunft den Herausforderungen des Seminararmarktes stellen können.

Bin ich neugierig und habe ich Freude am Ausprobieren neuer Medien und Methoden? Kann ich mich dadurch weiterentwickeln?

Sie suchen neue Herausforderungen: Ob durch Trends oder den eigenen Wunsch nach Veränderung hervorgerufen – Live-Online-Trainings sind eine neue Herausforderung. Nach langer Trainertätigkeit kann es reizvoll sein, neue Wege zu gehen, die Neugier und die Freude am Ausprobieren neuer Werkzeuge und Lernmethoden auszuleben und darin einen gewissen Anteil Selbstentwicklung zu sehen.

Gibt es Präsenzthemen, denen eine Ergänzung durch Online-Einheiten guttut?

Sie wollen die Präsenzseminare mit Online-Einheiten ergänzen: Das eine muss das andere nicht ersetzen. Die Aufnahme eines Live-Online-Trainings muss nicht die Absage an ein Präsenzseminar bedeuten. Im Gegenteil: Sie können sich gegenseitig bereichern und Ihnen durch zwei Standbeine die künftige Existenz sichern.

Gibt es potenzielle Teilnehmer außerhalb meines Stammsitzes?

Sie wollen mehr Teilnehmerinnen und Teilnehmer für das Thema begeistern: Trainer, die Kunden in ihrer Umgebung »abgegrast« und neue im fer-

nen oder sogar internationalen Umfeld suchen, finden im Live-Online-Training die perfekte Kombination aus stationärer Nähe und arbeitsauslastender Ferne. Sicher gibt es noch viele Kunden, die Ihr Angebot gern nutzen würden, aber nicht die Gelegenheit haben, ihren Standort zu verlassen.

Nutzen meine Kunden virtuelle Räume zur internen Kommunikation? Habe ich eine solche Anfrage eines Bestandskunden erhalten?

Ihre Bestandskunden stellen diese Anfragen: Viele global agierende Unternehmen und öffentlichen Institutionen organisieren ihre Weiterbildung zentral und nutzen zur internen Kommunikation virtuelle Räume. Da liegt es nahe, diese Räume künftig auch für Weiterbildungen verstärkt zu nutzen. Nicht selten kommt es vor, dass Trainer von ihren Bestandskunden die Anfrage erhalten, ob sie ihr Thema auch online präsentieren können.

Macht es Sinn, meine Teilnehmenden über einen längeren Zeitraum beim Lernen zu begleiten?

Sie wollen Ihre Teilnehmenden länger beim Lernprozess begleiten: Nach einem Präsenzworkshop sehen Sie sie in der Regel nicht wieder. Die letzte Rückmeldung ist ein Feedback-Fragebogen zum Seminarablauf. Damit das Lernen nachhaltig das Verhalten des Lernenden ändert, braucht es Zeit, Praxiserfahrung und eine Möglichkeit für Rückfragen während des Prozesses.

Möchte ich neue Impulse durch den Austausch mit Kolleginnen und Kollegen erhalten?

Sie wollen einen intensiveren Austausch mit Trainerkolleginnen und -kollegen pflegen: Als Einzelkämpfer unterwegs zu sein hat viele Vorteile, aber auch Nachteile in Bezug auf den Austausch von Erfahrungen. Es entwickeln sich immer mehr Gruppen in sozialen Netzwerken und virtuelle Stammtische, die Trainern diese Möglichkeit bieten.