

Bessere Online-Workshops

Richtig planen und interaktiv gestalten

» Hier geht's
direkt
zum Buch

DIE LESEPROBE

Vorüberlegung zur Reise: Wo soll's denn hingehen?



1.1 Wie viel Technik ist notwendig?

Wenn du nicht zu denjenigen gehörst, die spielend einfach mit Technik umgehen, kannst du natürlich trotzdem Online-Workshops machen.

Du siehst, dass andere lässig mit diesem ganzen technischen Schnickschnack umgehen, und glaubst, dass du das niemals schaffen wirst, wenn du nicht mindestens so technisch versiert bist wie der Kollege X oder die Kollegin Y? Lass dich davon nicht abschrecken oder demotivieren!

Das Geheimnis ist:

Du bist du, und auch als Nicht-Technikfreak kannst du einen tollen Online-Workshop liefern. Nicht nur liefern, sondern feiern! Vorausgesetzt, du hast Lust auf diese Arbeitsform und du nimmst dir die Zeit, dich einzuarbeiten. Vielleicht engagierst du auch einfach einen Technik-Host? Dazu findest du mehr in Kapitel 8 »Erfolgreich im Team«.

Denn ein Online-Workshop besteht nicht nur aus Technik. Ein Seminar besteht ja auch nicht nur aus dem Seminarraum. Auch in einem völlig ungeeigneten Raum kannst du mit ein paar Ideen ein tolles Seminar zaubern, oder? Vieles ist einfach Übung oder Routine.

Lass dich also von der Technikdiskussion nicht verrückt machen. Jemand, der nur auf die Technik setzt, aber weder Charme, Witz noch die Freude am Thema hat und versprüht, der sollte lieber aufhören. Was nützt dir die perfekte Technik, wenn der Funke nicht überspringt?



Ein romantisches Beispiel

Ins Seemannsgarn steigen wir gleich wieder ein, aber Großbritannien ist ja auch eine Insel. Deshalb gebe ich dir mal ein Beispiel aus dem Leben einer Romantikerin, die keine Folge Rosamunde Pilcher auslöst:

Der eine Typ hat ein echt geiles Auto, sieht nicht schlecht aus, trägt ganz coole Outfits. Er ist aber ein totaler Langweiler, sehr von sich überzeugt, und er erzählt dir Witze, mit denen schon dein Uropa bei den Frauen abgeblitzt ist.

Der andere Typ hat ein Car-Sharing-Abo, ist so auf den ersten Blick kein Frauentyp, bei Erscheinungsbild und Outfit gibt es noch Luft nach oben. Er besitzt aber einen unwiderstehlichen Charme und dazu einen wunderbaren Humor.

Ihm liegen die Frauen oder Männer kichernd zu Füßen, während der andere Kerl allein in seinem Auto herumfährt.



Zurück zum Thema!

Es gibt grundsätzliche technische Anforderungen, die du umsetzen solltest. Aber im Gegensatz zu allen anderen Anforderungen, denen du dich im Online-Workshop gegenüberstehst, ist der Technikteil verschwindend gering. Das musst du mir wirklich glauben.

Ich kann dafür nur Impulse geben, und das will auch dieses Buch. Es ist ein bisschen wie in der Segelschule. Dort sitzt du auch selbst am Steuer und übst, bevor du dich zur Prüfung anmeldest. Wenn du nur lernen möchtest, indem du dem Steuermann über die Schulter schaust, dann wirst du am Tag X die Prüfung nicht bestehen.



Tipp

Nutze jede Möglichkeit zum Üben.

Besorge dir deinen eigenen (kostenlosen) Zugang zu der Plattform, auf der du mit deinen Kunden aktiv werden wirst, und probiere alles selbst aus.

Tobe dich richtig auf der Plattform aus. Lasse keinen Knopf ungedrückt und lerne aus den Konsequenzen.

Schau dir Tutorials an und buche Einstiegstrainings zum System, mit dem du arbeiten wirst. Mittlerweile wirst du auch in deutscher Sprache auf den unterschiedlichsten Kanälen fündig.

Nutze Lernpartnerschaften, mit denen du nach Lust und Laune übst, bis jeder Handgriff ganz selbstverständlich geworden ist.

Lade Updates und frage immer wieder, wie die Software dich unterstützen kann. Das ist etwas, was du neben der Lektüre dieses Buches unbedingt machen solltest, damit du dich am Ende möglichst sicher fühlst.

Das gilt sowohl für Online- als auch Hybridveranstaltungen.

1.2 Visualisierung mit Präsentation oder Flipchart?

Für viele ist das wie ein Gesetz: »Wenn ich Online-Workshops mache, dann MUSS ich eine Präsentation haben.«

Ich habe auch schon hysterisches Gekreische gehört: »OMG! Ich MUSS ein iPad haben! Ich brauche jetzt ein iPad. Was soll ich machen? Ich kann es nicht bedie-

nen. Was soll ich bloß machen? Ich arbeite doch so gerne mit dem Flipchart. Das kann ich jetzt vergessen.«

Nein, nein, nein! Hier liegt ein großes Missverständnis vor. Die Geschichte des Online-Workshops ist eine Geschichte voller Missverständnisse.

Niemand zwingt dich, eine Präsentation zu erstellen. Wenn du gar keine Präsentation benötigst, weil es viel mehr Sinn macht, dein Wissen oder deine Kenntnisse live vor der Kamera oder im Screensharing zu präsentieren oder – sehr neudeutsch – zu performen, dann mach das. Unbedingt!

Aber wenn eine Präsentation für dich sinnvoll ist, dann muss diese noch lange nicht digital erstellt sein. Flipcharts gehen auch immer in Online-Workshops. Es gehen auch Zeichnungen auf DIN-A4-Blättern. JA, richtig: Dazu brauchst du ein bisschen Technik, aber die ist nicht schwierig. Eine zusätzliche Dokumentenkamera oder einfach dein Smartphone auf das Blatt oder das Flipchart ausrichten, und schon kann es losgehen.

Ich vergleiche es immer mit der Regel, die man Drehbuchautoren oder Regisseuren mit auf den Weg gibt: »Show, don't tell!« Sehr frei übersetzt mit »Zeigen statt Reden!«

Überlege dir genau, welche Art von Präsentation zu deinen Teilnehmenden und zu deinen Inhalten passt.

Es geht aber auch nicht nur darum, ob du eine Präsentation brauchst oder nicht, sondern es ist am wichtigsten, möglichst viele Sinne deiner Teilnehmenden anzusprechen und deine Veranstaltung bestenfalls so interaktiv wie möglich zu gestalten, damit sie viel lernen und mitnehmen.

Wenn du z.B. eine Software erklären möchtest, dann lass die Teilnehmenden etwas tun, um bei der Umsetzung eigene Erkenntnisse zu haben. Nebenbei stehst du mit Rat und Tat zur Seite.

Wenn du in deiner Live-Session jemandem zeigen willst, wie man einen Verband wechselt, eine Maschine bedient oder einen Topflappen häkelt, dann lass um Himmels willen die Folien weg. Du formulierst dich dabei um Kopf und Kragen. Oft wird ein Online-Workshop auch aufgezeichnet, und alles, was du machst, können sich deine Teilnehmenden noch x-mal auf dem Videomitschnitt ansehen. Also, mach einfach.

Wenn du magst, dann kannst du als Bonus noch eine Material- oder Checkliste mit deinen besten Tipps zur Verfügung stellen, aber niemand braucht hier eine Folie.

Ein bis zwei schöne Folien zum Ein- und Ausstieg wären schick. Aber das schaffst du, hier musst du dich nicht stundenlang dran abarbeiten, wenn du kein Power-Point- oder Keynote-Artist bist. Es gibt auch noch die Software Canva und hier



findest du mittlerweile jede Menge tolle Vorlagen, die du in Windeseile an dein Corporate Design anpassen kannst.

Apropos Visualisieren und Flipcharts: Ein Buch, das du zu diesem Thema unbedingt lesen solltest, ist z.B. »Das große Flipchart-Vorlagen-Buch«. 😊



Tipp

Jede Folie, die du nicht brauchst, ist eine gute Folie. Jede Folie, die du nicht brauchst, weil du etwas live in die Kamera zeigst, ist ein Gewinn für deinen Online-Workshop. Denn statt Folien kannst du auch Gegenstände nutzen, die du oder deine Teilnehmenden in die Kamera halten.

Zack, schon hast du einen wunderbaren Einstieg ins Thema. Wenn du gut zuhörst, dann erfährst du auch schon zwischen den Zeilen, was die Teilnehmenden bereits zum Thema wissen. Ein gemeinsamer thematischer Einstieg, der den Teilnehmenden im Kopf bleibt und der sie das Thema später viel besser erinnern lässt.

Jede Folie, die du nicht brauchst, weil deine Teilnehmenden selbst etwas erarbeiten, ist ein absoluter Hauptgewinn, weil sie die Erkenntnisse viel besser und intensiver erinnern.

1.3 Die drei grundlegenden Bausteine

Eins ist sicher: Solange du nicht die grundlegenden Bausteine deines Trainings erkundet hast, musst du dich mit der konkreten Planung und dem Aussehen einer Präsentation noch gar nicht auseinandersetzen.

Diese drei Punkte sind zunächst wichtig, bevor du konkret in die Planung einsteigst:

1. Deine Sichtweise auf das Thema
2. Deine Motivation für das Thema
3. Deine Zielgruppe

1.3.1 Deine Sichtweise auf das Thema

Frage an die Autorin:

»Du sagst, dass ich meine ureigene Sicht der Dinge darlegen soll? Aber hör mal, ich mache Prüfungsvorbereitung für die kaufmännische Aufstiegsfortbildung! Da kann ich nicht einfach so, wie ich will!«

Antwort:

»Doch, genau das kannst du und du musst das auch, sonst könntest du auch einfach durch eine KI ersetzt werden. Du hast dir über die Jahre eine echte Expertise erarbeitet.«

Wer sich eine Expertise erarbeitet, der eignet sich auch zwangsläufig eine eigene Sicht auf die Dinge und viel eigene Erfahrung bei der Vermittlung der Inhalte an. Klar, Themen wie Lagerkennzahlen und kaufmännisches Rechnen funktionieren immer nach den gleichen Formeln, aber es bleibt dir überlassen, wie du die Inhalte so transportierst, dass deine Teilnehmenden sie verstehen und die Prüfung bestehen.

Du überlegst dir hilfreiche Modelle und Beispiele am besten aus der Welt deiner Teilnehmenden, um die Themen greifbar und verständlich zu machen. Es sind deine speziellen Eselsbrücken, die hier helfen. Mal ehrlich, wenn du dir dein Thema nicht ganz persönlich erschließt, dann wirst du immer schwimmen. Dann kannst du nur ablesen, und das ist weder offline noch online hilfreich für alle, die von dir lernen wollen. Es ist auch nicht schlimm, wenn du das Thema humorvoll vermittelst und die eine oder andere Anekdote aus der Praxis dazu beitragen kannst. Kein Thema ist wirklich neu, du findest mittlerweile zu jedem noch so wilden Thema etwas im Internet.

Das, was jetzt noch fehlt zu diesem Thema, das ist deine ureigene Sicht auf die Dinge, deine Erfahrung mit diesem Thema und deine erfolgreiche Art, das Thema besonders gut zu vermitteln. Das ist der Grund, warum du von deinen Kunden gebucht wirst. Das ist weder die Sicht eines Gurus noch kann eine künstliche Intelligenz mit deiner Erfahrung mithalten. Sicher hast du dich von verschiedenen Seiten zu deinem Thema inspirieren lassen und jetzt hast du einen eigenen Blick darauf entwickelt. Genau um diesen Blick geht es. Das ist das, was deine Teilnehmenden von dir wissen wollen. Und es geht um deine Erfahrung, wie du dein Thema besonders gut oder praxistauglich vermittelst, sodass die Teilnehmenden die Inhalte möglichst gut und einfach verstehen können.

Bei dem Thema, das du anbieten möchtest, sollst du dich selbst auch zeigen. Falsch ist die Idee, dass du einfach nur ein Thema rüberschiebst. Du zeigst deine Sichtweise und deine Erfahrung mit dem Thema. Daraus ergeben sich die Lernziele, die dir für das Thema wichtig sind. Du musst für dich überlegen, was genau dich



besonders macht, im Zusammenhang mit deinem Thema. Das Ergebnis dieser Überlegungen sind ausführliche Lernziele. Oft leider viel zu viele für einen einzigen Online-Workshop.

Die Lernziele müssen nicht perfekt sein, aber du solltest schon wissen, was am Ende dabei rauskommen sollte. Deinen Teilnehmenden solltest du deine Lernziele auch mitteilen, damit sie wissen, was sie von deinem Workshop haben.

1.3.2 Deine Motivation für das Thema

Du solltest schon wirklich Lust auf dein Thema haben, sonst wird es dir schwerfallen, deinen Fokus und die Lernziele für deine Teilnehmenden zu finden. Immer wieder schießen Trendthemen wie Pilze aus dem Boden. Auf diese Themen springen dann plötzlich alle auf, weil das gerade diskutiert oder gerne gebucht wird – und ja, irgendwie so was haben sie ja auch vorher schon gemacht. Klar, »da simma dabei, dat ist prima« und los geht es.

Aber es funktioniert nicht, wenn du nur auf ein Thema einsteigst, weil es Trend ist, ohne dass es »dein« Thema ist. Denn wenn dann plötzlich Fragen gestellt werden und Tiefe und Variationen wichtig werden, dann löst das ganz schnell Frust bei dir aus und es wird anstrengend. Während die, die sich aus lauter Begeisterung dem Thema verschrieben haben, mit Variationen und viel mehr Tiefe und zusätzlich auch noch mit einem Online-Angebot dazu auf dem Markt vertreten sind.

Wenn du also für dein Thema wirklich brennst, dann hast du auch Lust, es in die Online-Version zu überführen. Wenn nicht, dann ist das anstrengend, zieht sich wie Kaugummi und wird weder für dich noch für deine Teilnehmenden zum Erlebnis.

1.3.3 Deine Zielgruppe

Hast du dich schon mit deiner Zielgruppe auseinandergesetzt? Gut, dann lass uns das konkretisieren. Für die Planung deines Online-Workshops musst du dir die folgenden Fragen stellen:

- Auf welchem Level kommen deine Teilnehmenden? Kommen sie als Einsteiger und brauchen grundsätzliche Orientierung?
- Sind sie Fortgeschrittene, die ihr Wissen vertiefen oder systematisieren möchten?
- Oder suchen sie vor allem Inspiration, neue Impulse und andere Perspektiven auf ein Thema, das sie bereits kennen?
- Aus welchen Bereichen kommen deine Teilnehmenden? Welche berufliche Praxis, welcher Erfahrungshintergrund steckt dahinter?

Die Antworten auf diese Fragen haben direkte Auswirkungen darauf, wie du deinen Workshop aufbaust, welche Methoden du einsetzt und wie viel Raum du für Austausch und Diskussion einplanst. Der Erfahrungshintergrund deiner Teilnehmenden gibt dir außerdem wertvolles Material für Beispiele, Aufgaben und Diskussionen, die wirklich treffen.

Ein Online-Workshop ist kürzer als ein Seminartag. Das bedeutet: Du musst dich noch entschiedener auf ein klar eingegrenztes Thema festlegen. Je genauer du deine Zielgruppe kennst, desto leichter fällt diese Fokussierung und desto größer ist der Nutzen für deine Teilnehmenden.

Jede Zielgruppe ist mehr oder weniger onlineaffin. Das beeinflusst, wie viel technische Anleitung du einplanst und welche Tools du sinnvoll einsetzt.

Grundsätzlich hast du online immer zwei Ebenen, die du verbinden musst: die Besonderheiten deines Online-Workshops und deine Teilnehmenden zum Thema.

Bist du bereit? Na, dann mal Leinen los.

1.4 Notiere erste Überlegungen für deinen Kurs

Bevor du weiterliest und richtig in die Planung der einzelnen Workshop-Phasen einsteigst, halte kurz inne und notiere dir hier ein paar Antworten zu den unten stehenden Impulsfragen. Für den Fall, dass du bereits ein Präsenztraining hast, das du umarbeiten möchtest, kannst du bei den fachlichen Themen später daraus schöpfen. Wenn du bisher kein eigenes Training hast, dann solltest du dir hier ruhig einen Moment länger Zeit nehmen.



Tipp

Wenn du ein bestehendes Präsenztraining hast, das du sowieso mal wieder überarbeiten wolltest, dann nutze hier ebenfalls die Chance. Aus meiner Erfahrung ergibt sich aus der Beschäftigung mit der Online-Variante auch (oft) automatisch eine Optimierung des Präsenztrainings. Das kommt einfach daher, dass du Vorgehensweisen infrage stellst und nicht selten hier etwas Neues ausprobierst. Das bringt dir neue Frische und wieder mehr Lust auf das (Experten-)Thema.

Ich verwende für diese ersten Überlegungen gerne Klebezettel oder Moderationskarten. Auch digital kannst du dir das sehr schön auf einem Online-Whiteboard



organisieren. Wichtig ist hierbei, dass du die einzelnen Inhalte später herumschieben und clustern kannst.

Los geht's:

- Umreiße stichwortartig **deine Zielgruppe**. Die kennst du schon, wenn du bereits ein Präsenztraining hast oder du dir nach dem Lesen des vorigen Abschnitts schon ein paar Stichpunkte dazu gemacht hast. Perfekt, denn so kannst du während der Planung deine Teilnehmenden in Gedanken viel besser mitnehmen. Du siehst sie praktisch schon vor dir, wie sie mit deinen Inhalten und Methoden interagieren.
- Erstelle eine **Ideensammlung** und notiere dir Stichworte zu deinem Thema. Schreibe ruhig alles auf, was dir dazu einfällt: Was gehört alles zu deinem Thema dazu? Verzichte an dieser Stelle erst einmal auf Ausbildungspläne etc. Lass nur die Themen aus deinem Expertenkopf zu.
- Mach den **Inhalts-Check**. Jetzt gleichst du deine geraden notierten Expertenthemen mit den offiziellen Ausbildungsplänen, den inhaltlichen Anforderungen deiner Auftraggebenden oder den Wunschinhalten aus der Auftragsklärung ab:
 - Was davon hast du bereits notiert oder deckst du bereits ab?
 - Bei welchen Inhalten kannst du aus der beruflichen Praxis der Teilnehmenden schöpfen? Markiere dir diese Themen besonders, denn sie bieten hinterher die Basis für kooperative Aufgaben oder Methoden.
 - Ergänze fehlende Aspekte auf deiner Ideensammlung.
- Was sind die drei **Key Takeaways (z.B. Erkenntnisse, Aha-Momente)**, die deine Teilnehmenden aus deinem Online-Workshop unbedingt mitnehmen sollten?

Ich habe hier bewusst drei gewählt, damit du dich wirklich auf die drei wichtigsten Erkenntnisse konzentrieren kannst. Jede Erkenntnis steht selbstverständlich nicht für sich allein. Dazu gehören immer noch Ergänzungen, Erklärungen, also Unterpunkte, die diese Erkenntnis stützen.

Vielleicht stellst du hier schon fest, dass bestimmte Inhalte, die sich bisher auch mal sperrig angefühlt haben, an dieser Stelle rausfallen? Wunderbar! Lass sie gehen. Vielleicht fällt dir auf, dass diese Themen einen eigenen Themenstrang in deiner Expertise belegen. Bedenke, dass du nicht alle Aspekte deines Themas in nur einem Online-Workshop abarbeiten musst.

Hast du das alles?

Noch nicht? Vielleicht hilft dir der folgende Abschnitt?

1.4.1 Einsatz einer KI?

... und was haben Online-Workshops mit künstlicher Intelligenz zu tun?

KI ist toll, und KI-Software kann hilfreich sein, wenn es darum geht, dass du:

- dir Ideen abholst, wenn es um deine Ausschreibung geht,
- wenn es um die thematische Struktur eines Kurses und
- das Erstellen von Handouts geht.

Gib also ruhig dein Thema, deine Zielgruppe und den zeitlichen Rahmen in eine KI-Anwendung ein und bitte sie, einen ersten Ablaufplan zu erstellen. Das Ergebnis liefert dir oft eine nützliche Rohstruktur, einen Ausgangspunkt, den du dann mit deinem Fachwissen, deiner Kenntnis der Zielgruppe und dem Handwerkszeug aus diesem Buch weiterentwickelst.

So könntest du dabei vorgehen: Du bittest die KI zunächst, aus deinem Fachthema konkrete Lernziele für deine Teilnehmenden abzuleiten. Das liefert dir schnell eine erste Struktur, was eigentlich vermittelt werden soll.



Anfrage an die KI

Ich plane einen 90-minütigen Online-Workshop für Kaufleute im Einzelhandel zur Vorbereitung auf die Abschlussprüfung, Thema: Lagerkennzahlen. Die Teilnehmenden haben Grundkenntnisse, müssen aber sicher in der Berechnung und Anwendung werden. Welche konkreten Lernziele sollte der Workshop abdecken und wie würdest du die 90 Minuten strukturieren?

Antwort (Beispiel)

Lernziele:

- Die Teilnehmenden können die wichtigsten Lagerkennzahlen (Lagerumschlagshäufigkeit, durchschnittlicher Lagerbestand, Lagerreichweite) benennen und erklären.
- Sie berechnen diese Kennzahlen anhand von Praxisbeispielen sicher und korrekt.
- Sie ordnen die Kennzahlen in betriebliche Zusammenhänge ein und leiten daraus Handlungsoptionen ab.



- Mögliche Struktur (90 Minuten):
 - Einstieg & Aktivierung (10 Minuten): kurze Abfrage des Wissensstands, z.B. über eine interaktive Umfrage
 - Input: Grundlagen & Formeln (15 Minuten): kompakter Überblick, Visualisierung der Formeln
 - Übung in Kleingruppen (20 Minuten): Bearbeitung von Fallbeispielen in Breakout-Rooms
 - Auswertung im Plenum (15 Minuten): Ergebnisse vorstellen, häufige Fehler besprechen
 - Verknüpfung mit dem Betrieb (15 Minuten): Diskussion: Was bedeuten diese Zahlen im Prüfungskontext und im Arbeitsalltag?
 - Abschluss & offene Fragen (15 Minuten): Zusammenfassung, Ausblick auf die Prüfung

Das ist ein solider erster Entwurf. Jetzt kommt dein Part: Prüfe das Ergebnis auf inhaltliche Richtigkeit, auf methodische Vielfalt und prüfe, ob das alles auch zu deiner Gruppe passt. KI-Systeme arbeiten mit Mustern, sie kennen deinen Raum, deine Teilnehmenden und dein Thema nicht so, wie du es kennst.

Genau hier helfen dir die Kapitel dieses Buches weiter: Welche Bausteine gehören an welche Stelle? Welche Sozialform macht hier Sinn? Wie lange sollten aktive Phasen dauern? Diese Entscheidungen triffst du, die KI gibt dir nur den ersten Entwurf.

Wenn es gut läuft mit uns beiden in diesem Buch, dann bist du spätestens jetzt bereit, diesen KI-Entwurf zu öffnen und ihn Schritt für Schritt zu einem wirklich guten Online-Workshop zu machen.

Auf jeden Fall kannst du dich beim Ideenpingpong von einer KI-Software, inspirieren lassen. Hier spricht absolut gar nichts dagegen. Du musst nur alles, was dir die KI vorschlägt, mit kritischen Augen betrachten, da können auch falsche Infos dabei sein.

Auch wenn es aktuell gerne anders dargestellt wird, solltest du dir nicht die Planung der einzelnen Phasen deines Workshops aus der Hand nehmen lassen. Das ist ja hoffentlich auch der Grund, warum du dieses Buch liest.

Im nächsten Kapitel geht es darum, welche technischen Möglichkeiten dir für deinen Online-Workshop zur Verfügung stehen, welches Schiff du für deine Seereise wählen kannst und wie du es ausrüstest.

1.5 Recap und warum du weiterlesen solltest

Jetzt hast du dein Thema mehr oder weniger fachlich ausgearbeitet vor dir liegen. Vielleicht hat die KI viele Fehler gemacht und dich in deiner Expertise bestärkt. Vielleicht hat die KI kaum Fehler gemacht und du bist erstaunt, wie viel Arbeit sie dir bis hierher abgenommen hat, und du fühlst dich vielleicht sogar ein bisschen gekränkt. Du hast aber auch dieses Buch gekauft, um die Extra-(See-)Meile zu absolvieren.

Fachlich holt uns die KI ein oder hat sie schon. Aber mit dem, was du hier in den nächsten Schritten zusätzlich dazugibst, weil du deine Teilnehmenden kennst und weil du viel Erfahrung mit der Vermittlung deines Themas hast und weil du individuell auf die Bedürfnisse deiner Teilnehmenden eingehen kannst, damit machst du jedoch den entscheidenden Unterschied.

Du siehst, es gibt sehr gute Gründe, weiterzulesen, um noch ordentlich was aus deinem Online-Workshop rauszuholen.

Nimm alle Informationen, die du zusammengetragen hast, mit, damit du gleich die nächsten Schritte machen kannst.

Das richtige Schiff samt Ausrüstung



2.1 Kreuzfahrtschiff oder Traditionssegler?

Zurück zur Seereise stellen wir eine Frage, die wir ganz am Anfang überzeugt beantworten müssen.

»Kreuzfahrtschiff oder Traditionssegler?«

Huii, das soll die einzige Unterscheidung sein? Das klingt sehr pauschal. Müsste man da nicht noch viel mehr in die Auswahl nehmen, schließlich besteht Seefahrt nicht nur aus diesen beiden Möglichkeiten?

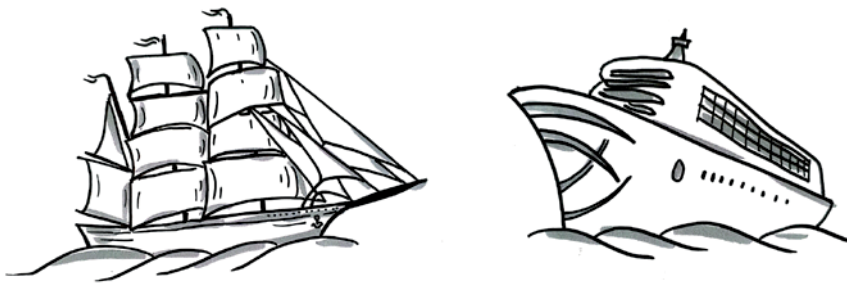


Abb. 2.1: Traditionssegler vs. Kreuzfahrtschiff

JA, das ist die Unterscheidung, die ich hier wähle, um möglichst nachvollziehbar das Vorgehen bei der Planung zu erklären. Diese beiden Schiffstypen unterscheiden sich in genau den für uns als Online-Workshop-Planende wichtigen Punkten.

Sowohl die Reise mit dem Traditionssegler als auch die Reise auf dem Kreuzfahrtschiff haben ihre Berechtigung. Es ist die Frage, worauf dein Online-Workshop abzielt.

Die Kreuzfahrtschiff-Variante wäre:

Nur Informationsvermittlung. Die Teilnehmenden hören zu und du hältst die Bühne.

Das stellt hohe Ansprüche an dich: Dein Vortrag muss mitreißend und unterhaltsam auf den Punkt gebracht sein. Denn wenn die Teilnehmenden nur passiv zuhören, wird Wissen selten wirklich angewendet, egal wie gut du die Inhalte auf deine Zielgruppe abgestimmt hast.

Ich möchte und empfehle aber, dass meine und deine Online-Workshops durch Interaktion einen bleibenden Eindruck hinterlassen und etwas bewirken, wie sie nur mit der Konzeption als Traditionssegler umgesetzt werden können. Denn ist der Workshop gut aufgebaut und sind die Teilnehmenden aktiv beteiligt, werden sie sich noch lange daran erinnern, so wie ich mich noch an ein wirklich forderndes Segelerlebnis mit anschließend unvergesslichem Sonnenuntergang erinnere.



Ich wünsche mir, dass du das ebenfalls in deinen Online-Workshops verwirklichen möchtest, um wirkliches Lernen und echte Transformation zu ermöglichen.

Dazu nutze ich alle im Onlineraum verfügbaren Tools, um die Lernziele zu erreichen. Ohne technische Kapriolen, denn coole Tools machen noch kein wirksames Training aus.

Einigen wir uns also für dieses Buch auf *Traditionssegler*: interaktive Trainings, Hand anlegen, echte Transformation durch Interaktion.

Jetzt brauchen wir nur noch das richtige Schiff aka die richtige Online-Plattform, mit der du alle Anforderungen gut umsetzen kannst.

2.2 Online-Workshop-Plattformen – Dein Weg zur passenden Lösung

Es gibt da draußen unzählige Lösungen oder besser ausgedrückt Plattformen, mit denen du arbeiten kannst. Diese Plattformen bieten dir virtuelle Lern- oder Arbeitsräume, die du anmieten kannst.

Ich bleibe hier mal bei dem Begriff »Plattformen«. Man spricht oft von (Video-) Konferenzplattformen, Meetingplattformen, Webinarräumen oder einfach Online-Besprechungsräumen. Diese Begriffe werden gerne analog gebraucht. Das hilft leider nicht, um mehr Klarheit zu bringen. So kann ich dir nur empfehlen, dir möglichst viele Plattformen anzuschauen, um dir selbst ein Bild zu machen.

2.2.1 Deine Plattform-Strategie zwischen Spezialisierung und Vielfalt

Einige Kunden aus meinen Train-the-Trainer-Trainings sagen mir bisweilen, dass sie ihre Leistungen nur in Zoom anbieten, weil sie sich dort sicher eingearbeitet haben. So erarbeiten sie sich dort einerseits eine Expertise, andererseits lehnen sie lukrative andere Aufträge ab, weil sie auf einer anderen Plattform arbeiten müssten, für die sie nach ihrem Gefühl keinen Führerschein besitzen. Das ist vernünftig, wenn man die eigene Kompetenz sicher einordnen kann.

Grundsätzlich gilt hier allerdings für Selbstständige: Du triffst eine Entscheidung für dein Business, denn du musst auch wissen, ob du es dir leisten kannst und willst, dich nur auf eine oder wenige Plattformen zu fokussieren.

Am besten führst du deine eigene Checkliste, wenn du wissen möchtest, welche Plattform am ehesten zu dir passt, und gleichst diese mit dem Angebot diverser Plattformen ab.

Sieh dir genau an, welche Plattform welche Funktionen bietet und welche dieser Funktionen dir besonders beim Erreichen der Lernziele deiner Teilnehmenden

hilfreich sind. In Abschnitt 2.3 gebe ich einen detaillierten Überblick über die wesentlichen Funktionen, die für dich eine Rolle spielen könnten.



Mein Tipp an dieser Stelle

Nimm dir Zeit, dich umfassend auf einer Plattform sicher zu fühlen, um dich nach und nach auch anderen Plattformen anzunähern.

Wenn du dich im Laufe der Zeit mit insgesamt vier bis fünf Plattformen beschäftigt hast, dann wirst du feststellen, dass es sehr viele Parallelen in der Bedienung gibt.

Je öfter du dich auf den unterschiedlichen Plattformen bewegst, desto sicherer wirst du im Umgang damit.

2.3 Welche Funktionen gibt es und welche brauchst du?

In diesem Abschnitt zeige ich dir die grundlegenden Funktionen, die die meisten Onlinerräume mitbringen.

Aber es reicht nicht, zu wissen, wo du das alles findest, vielmehr musst du auch lernen, wofür du die jeweiligen Funktionen einsetzen kannst.

Auf dem Schiff gibt es Sicherheitsunterweisungen für Dinge, die du tun oder unterlassen solltest, damit es für alle eine gute Reise wird. Wenn dich jemand in die Besonderheiten bei der Benutzung der Schiffstoilette einweist und Warnungen ausspricht, dann solltest du ebenfalls gut zuhören, denn sonst musst du die Konsequenzen auf die harte Tour lernen. Sehr nachhaltig für alle Sinne.

Hier zeigt sich wieder eine Gemeinsamkeit zwischen der Seereise und dem Online-Workshop: Es reicht nicht, zu wissen, wo du das alles findest, du musst die Gründe dahinter kennen und das alles auch bedienen können.

Im Onlineraum gibt es entsprechende Funktionen oder Werkzeuge. Auch hier nutzt jede Plattform eine andere Bezeichnung. Nehmen wir z.B. den Chat. Den gibt es auf jeder Plattform, und wenn du dich auf den Webseiten der unterschiedlichen Plattformen informierst, dann findest du den Chat als Tool, App, Feature, Werkzeug etc.

Es gibt aber nicht nur den Chat, sondern auch noch jede Menge anderer Möglichkeiten. Ich nenne sie hier mal Funktionen. Alle diese Funktionen stelle ich dir in den nächsten Abschnitten vor. Angenommen, du setzt sie alle im Laufe der Zeit in



deinem Online-Workshop ein, holla, dann hast du schon ganz schön viel Aktivität ermöglicht. Wusstest du das?

Um deine Aktivitäten aus dem Präsenztraining in deinen Online-Workshop zu bekommen, kannst du alle diese Funktionen einsetzen. Für manche Interaktionen musst du dazu auch mal um die Ecke denken. Deshalb solltest du dich intensiv mit den Möglichkeiten der einzelnen Funktionen auseinandersetzen. Je sicherer du damit wirst, desto leichter fällt es dir, sie einzusetzen oder anzuwenden, um deine Workshops in aktive Online-Workshops zu verwandeln.

2.3.1 Musik teilen

Musik zu teilen, ist gar nicht so leicht. Viel zu oft höre ich solche Ideen, wie: *»Ich stelle einfach meine Lautsprecherboxen vor mein Mikrofon und dann funktioniert das schon.«*

Bitte nicht! Schon allein der Gedanke daran lässt mich erschauern. Es kann ja sein, dass du die besten Lautsprecherboxen der Welt besitzt. Das Problem ist, dass der Ton, den du in dein System hineingibst, nicht so klar bei deinen Teilnehmenden ankommt. Je nach Online-Verbindung kommen dort vielleicht schlimme Klänge an. Denk also bei einer solchen Aktion immer an die Ohren deiner Teilnehmenden.

Eine ähnlich gut gemeinte Idee, die nicht funktioniert, ist es, den Computerton so laut zu stellen, dass der Ton aus deinem PC/Mac direkt in dein Mikrofon wieder hineinläuft. Nicht nur, dass du hier Gefahr läufst, schlimme Misstöne zu produzieren, der Sound wird ordentlich verzerrt.

Aus diesem Grund solltest du dich unbedingt mit den Werkzeugen zum Übertragen des Computertons deiner Plattform auseinandersetzen. Es gibt auf jeder Plattform eine Möglichkeit, den Computerton zu teilen. Ebenso, wie du ein Screensharing durchführst, kannst du auch den Ton teilen. Der Vorteil dieser Vorgehensweise liegt darin, dass der Ton, der auf diese Weise geteilt wird, direkt in das System deiner Teilnehmenden gestreamt wird. Du startest die Musik auf deinem Player und wählst das Teilen des Computertons. So kommt dieser Ton – je nach Online-Verbindung – sehr gut bei deinen Teilnehmenden an. Damit machst du dir Freunde unter den besonders auditiven Teilnehmenden.

Statt der Musik kannst du auch andere Audioformate teilen. Vielleicht gibt es auch einen Podcast, der zu deinem Thema passt und aus dem du gerne zur Einführung in dein Thema ein paar Sekunden lang Statements mit deinen Teilnehmenden teilen möchtest. Denk unbedingt daran, ordnungsgemäß die Quellen zu nennen.

Wenn du Musik einsetzt, um mit deinen Teilnehmenden zu tanzen, dann bringt Musik gleich einen ordentlichen Boost mit.