

TRAINCAMP 2021

# Umbrüche und neue Herausforderungen

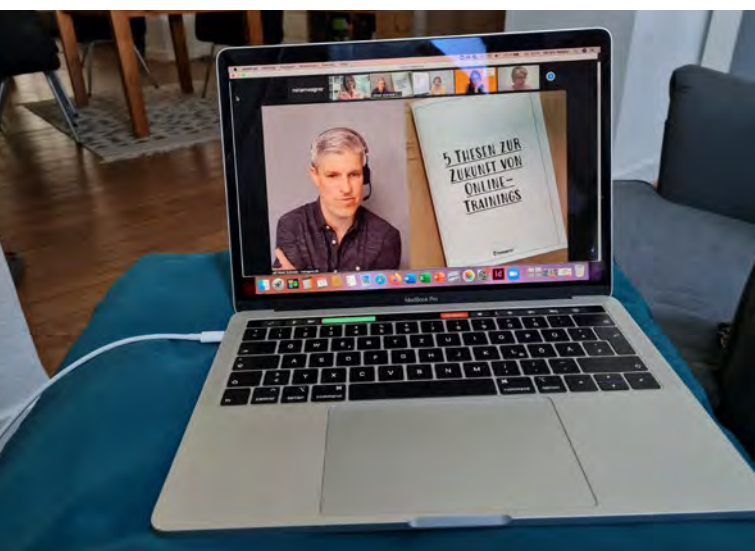


Foto: Miriam Wagner

War Online-Training nur ein Hype? Über diese und weitere Thesen diskutierten die Teilnehmenden einer Session beim TrainCamp angeregt.

**Von der Zukunft des Online-Trainings über Plattformökonomie am Weiterbildungsmarkt bis hin zu konkreten Marketing- und Tooltips – das TrainCamp spannte inhaltlich einen breiten Bogen. Bei dem digitalen Barcamp im Juni 2021 wurde deutlich: Weiterbildungspersonals stehen vor neuen Herausforderungen und Umbrüchen.**

„Habt ihr alle ein Planschbecken unter dem Tisch stehen?“ Die Frage von Eventorganisatorin und Moderatorin Marie Pein zur Eröffnung des TrainCamps am 17.6.2021 sorgte für viel Gelächter. Planschbecken waren zwar keine vertreten, aber die Teilnehmenden verrieten dennoch gerne, mit welchen Tricks sie der Hitze von über 30 Grad trotzten. Eine Teilnehmerin hatte sich nach draußen in den Schatten der Bäume gesetzt, eine andere empfahl Gurkenwasser. Trotz großer Hitze waren über 100 Teilnehmende zum zweiten digitalen Barcamp für die Weiterbildungsbranche

erschienen. Die allermeisten hielten nicht nur bis zum Schluss durch, sondern beteiligten sich auch rege, tauschten sich aus, stellten Fragen, reflektierten gemeinsam.

## Die Mehrheit trainiert derzeit bevorzugt digital

Obwohl das TrainCamp bereits das fünfte vom Verlag managerSeminare veranstaltete Barcamp war (bis einschließlich 2019 hatten sie stets analog stattgefunden), waren auch dieses Mal wieder viele Weiterbildungsprofessionals dabei, die zum ersten Mal an diesem speziellen Veranstaltungsformat teilnahmen. In einer Umfrage mit dem Tool Typeform zu Beginn der Veranstaltung (siehe auch Tool-Kasten) gab die Hälfte an, Barcamp-Neuling zu sein. Die Umfrage zeigte auch, dass über die Hälfte der Teilnehmenden derzeit bevorzugt digital trainieren, coachen und beraten. Etwa 12 Prozent arbeiten am liebsten hybrid, zehn Prozent analog. Fast ein Fünftel favorisierte keinen Weg besonders und antwortete mit: „Egal, Hauptsache ich kann arbeiten.“

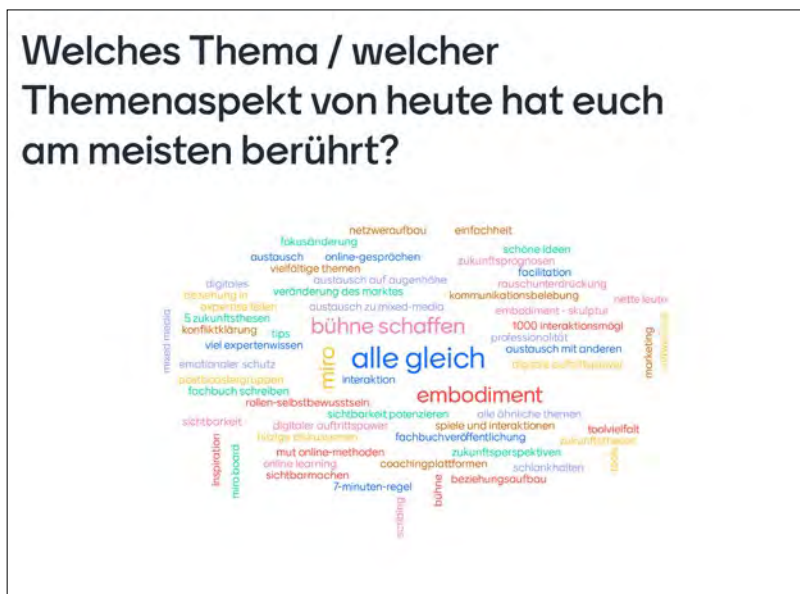
Entsprechend der Präferenz der Mehrheit drehten sich viele der Sessions um digitale Themen. Da ging es z.B. darum, wie sich analoge Medien in virtuelle Lernsettings integrieren lassen, wie man seine digitale Auftrittspower steigert oder wie sich das virtuelle Whiteboard

Miro in der Gruppenarbeit nutzen lässt. Wie bei Barcamps üblich, gestalteten dabei die Teilnehmenden das Programm selbst und wurden so zu „Teilgebenden“. Manche hielten einen klassischen Vortrag, viele setzten aber – was bei Barcamps immer besonders erwünscht ist – vor allem auf Interaktion.

### Online-Training nur ein Hype?

So etwa Oliver Schmidt, der seine Session der Zukunft des Online-Trainings widmete. Der Trainer und Teamentwickler hatte fünf Thesen mitgebracht, wie sich Online-Trainings nach Corona entwickeln könnten. Zum Austausch darüber schickte er die Teilnehmenden in Breakout Rooms und gab ihnen dort Raum und Zeit, zu diskutieren. Bei der ersten These „Online-Trainings waren ein Hype! Wer kann, wird wieder auf Präsenz setzen“ waren sich die Teilnehmenden schnell einig: Sie lehnten sie in dieser Radikalität ab. Zwar glaubten die meisten, dass Präsenztrai-

Beim TrainCamp kamen wie gewohnt verschiedene digitale Tools zum Einsatz – hier das Umfrage-Tool Mentimeter, das Antworten in einer Wortwolke abbilden kann.



Screenshot

nings eine gewisse Rückkehr erleben werden, sobald das wieder möglich ist. Aber Online wird in der Weiterbildung auch nach Corona einen wichtigen Platz einnehmen, so der allgemeine Tenor.

Woran in Zukunft festgemacht wird, ob ein Training eher on- oder offline stattfindet, daran schieden sich dann die Geister. Ein Teilnehmer meinte, dass kürzere Formate eher im virtuellen Raum stattfinden werden, längere in Präsenz. Andere Teilnehmende widersprachen und sahen eher das Thema als ausschlaggebend an. Maßnahmen zur Teamentwicklung werden in Zukunft z.B. wieder eher in Präsenz durchgeführt, war eine Teilnehmerin überzeugt. In diese Richtung ging auch eine weitere These von Sessiongeber

Oliver Schmidt: „Online-Trainings bleiben nur für bestimmte Bereiche spannend.“

### Die Anforderungen sind gestiegen

Viele Teilnehmende betonten, dass virtuelle Workshops die Anforderungen an Trainerinnen und Coachs noch einmal erhöht haben. „Was in Präsenz schon nicht funktioniert hat, funktioniert online erst recht nicht“, brachte es eine Teilnehmerin auf den Punkt. Als Beispiel führte sie Präsentationen an, bei denen der Vortragende einfach nur die Folien abliest – betreutes Lesen, wie sie es nannte.

Eine weitere neue Herausforderung identifizierte eine andere Teilnehmerin: Kunden wollen oft vorschreiben, mit welchen Tools online trainiert wird. Das sei zum einen schwierig, weil sich diese teilweise nicht oder nur schlecht für Online-Seminare eignen, zum anderen, weil sich Trai-

## Tools vom TrainCamp

Auch dieses Mal wurden auf dem TrainCamp wieder zahlreiche digitale Tools genutzt, vorgestellt oder erwähnt. Hier eine Auswahl:

- >> **Typeform:** Mit Typeform lassen sich Online-Umfragen und -Formulare erstellen, in die man Bilder und Videos aus einer angeschlossenen Bibliothek einbauen kann. Die Ergebnisse können auf der eigenen Homepage veröffentlicht, per Mail verschickt oder als Link geteilt werden. Auf dem TrainCamp z.B. nutzten die Veranstalterinnen Typeform für eine Abfrage zu Beginn. Link: [www.typeform.com](http://www.typeform.com)
- >> **Krisp:** Diese KI-basierte Web-App filtert unerwünschte Geräusche in Web-Meetings heraus. Sie unterdrückt Hintergrundgeräusche und Echos, sodass nur noch die Stimme der Sprecherin in HD-Qualität zu hören ist. Sie lässt sich mit jedem Headset, Mikrofon und Lautsprecher anwenden. Link: [krisp.ai](http://krisp.ai)
- >> **Clubhouse:** Clubhouse ist eine Audio-only-App, bei der man Gesprächen wie bei einem Live-Podcast lauschen oder sich aktiv an Diskussionen beteiligen kann. Wer teilnehmen will, benötigt einmalig eine Einladung. Markenstrategin Carmen Brablec hält die Social-Media-App für die Bühne, auf der man sich derzeit am schnellsten einen Expertenstatus aufbauen kann.
- >> **Inkarnate:** Mit diesem Online-Tool lassen sich Landkarten erstellen, die digital oder als Print verwendet werden können. Ursprünglich für Fantasy-Autorinnen und Game Master gedacht, können die Karten auch im Coaching und Training eingesetzt werden, z.B. um Gefühlszustände zu benennen oder Prozesse abzubilden. Dabei stehen verschiedene Kartentypen zur Auswahl: Kontinente, Regionen, Städte oder einzelne Gebäude. Link: [inkarnate.com](http://inkarnate.com)

nerinnen und Trainer gegebenenfalls immer wieder in neue Programme einarbeiten müssen. „Auf wie viele Tools soll ich mich denn noch einstellen?“, fragte ein Trainer.

### Plattformökonomie am Weiterbildungsmarkt

Um weitaus größere Veränderungen in der Weiterbildungslandschaft ging es in der Session, die Markus Brand hielt, Geschäftsführer vom Institut für Persönlichkeit in Köln. Er beschäftigte sich u.a. mit Online-Plattformen, die Training und Coaching anbieten, wie CoachHub oder Course-ara. Seiner Einschätzung nach haben diese das Zeug dazu, den Trainings- und Coachingmarkt umzukrempeln – ähnlich wie es AirBnB und Booking im Tourismus vorgemacht haben. Simple Angebote wie Managementtrainings werden in Zukunft nicht mehr bei Einzeltrainerinnen und -coachs gebucht, ist Brand überzeugt: „Die Plattformen können das besser und günstiger.“

Zusätzlich stellen sie zahlreiche kostenlose Angebote zur Verfügung, mit denen Einzelanbieter nicht konkurrieren können.

Als Trainerin oder Coach mit einer der Plattformen zu kooperieren, sieht Brand kritisch. Zum einen müssen die Anbieter dafür zahlen, zum anderen geben sie Marktmacht an die Plattform ab und verlieren ihre eigene Vermarktungskompetenz, gibt er zu bedenken. Außerdem werde man austauschbarer, wie ein Teilnehmer ergänzte. Eine Teilnehmerin setzte dieser Kritik ein positives Beispiel entgegen: Ein Kollege von ihr hatte über eine Coachingplattform einen Kunden aus der Geschäftsführung eines Unternehmens gewonnen – ein attraktiver Auftrag.

Ob man sich nun für oder gegen eine Zusammenarbeit mit CoachHub & Co. entscheidet: Die kommenden Jahre werden wohl große Änderungen für Weiterbildungsprofessionals mit sich bringen. Um auch als kleiner Anbieter weiter am Markt bestehen zu können, gab Brand

Zwar werden Präsenztrainings eine gewisse Rückkehr erleben, aber Online wird weiterhin einen wichtigen Platz in der Weiterbildung einnehmen.

einen grundlegenden Tipp: „Bildet euch auf ein Niveau aus, das diese Plattformen nicht abbilden können.“ Eine Möglichkeit ist hier aus seiner Sicht, nicht mehr länger nur bestimmte Themen zu trainieren oder einzelne Führungskräfte zu coachen, sondern durch Organisationsberatung Prozesse in Unternehmen langfristig zu begleiten. „Man ist Teil des Systems, man ist nicht mehr austauschbar“, erklärte er den Vorteil davon. Begleitung, Moderation, Facilitation – das sind die Dinge, die Unternehmen in Zukunft stärker brauchen, zeigte sich Brand überzeugt.

### Bühnen erkennen und nutzen

Neben diesen Überlegungen, in welche Richtungen sich die Weiterbildungslandschaft und damit die Anbieter in Zukunft entwickeln, gab es auf dem TrainCamp auch konkrete Empfehlungen dazu, wie man sich bereits heute erfolgreich am Markt behaupten kann – zum Beispiel in der Session von

Carmen Brablec. Die Markenstrategin gab handfeste Tipps an die Hand, welche Bühnen Trainerinnen, Berater und Coachs nutzen können, um sichtbar zu werden.

Dabei geht es gar nicht immer darum, um jeden Preis die größte Bühne zu ergattern. Von Modellen, bei denen man als Speaker oder Rednerin Tickets einer Veranstaltung kaufen muss, um dort aufzutreten, riet Brablec etwa explizit ab. Stattdessen plädierte sie dafür, auch kleine Gelegenheiten beim Schopf zu packen. Ein Beispiel: Sie selbst hatte an einer Veranstaltung von Trainertreffen – einem Netzwerk für Weiterbildungsprofessionals – teilgenommen. Zu Beginn gab es die Möglichkeit, sich in Form eines einminütigen Pitches kurz

vorzustellen. Zwölf solcher Slots standen für die 80 Teilnehmenden zur Verfügung. Neben einem weiteren Besucher machte nur Brablec davon Gebrauch. Mit Erfolg: Nach der Veranstaltung wurde sie aufgrund ihres Pitches prompt für einen Vortrag beim nächsten Event angefragt.

Weitere mögliche Bühnen: Social Media, Podcasts, Netzwerke und Barcamps. All das funktioniert laut Brablec immer nach dem Karma-Prinzip: Erst etwas geben, dann kommt auch etwas zurück. Sprich: Wer interessante Inhalte verbreitet, kann damit seine Expertise nach außen darstellen und so potenzielle Kunden oder Empfehlungsgeber auf sich aufmerksam machen. Wer hingegen offensiv sein eigenes Angebot vermarktet, ohne vorher Content bereitzustellen, fällt eher negativ auf und macht sich oft unbeliebt. Auch reicht es meistens nicht, *einen* Vortrag zu halten, *einmal* als Gast in einem Podcast aufzutreten oder *eine* Session auf einem Barcamp zu geben. Echtes Vertrauen aufzubauen, dauert länger, wie Brablec betonte. Wichtig sei dabei auch, dass Optik, Inhalt und Verhalten immer kongruent sind. Wer sich z.B. als modern und hip präsentiert, sollte besser keinen 20 Jahre alten Laptop dabei haben.

Miriam Wagner ■