

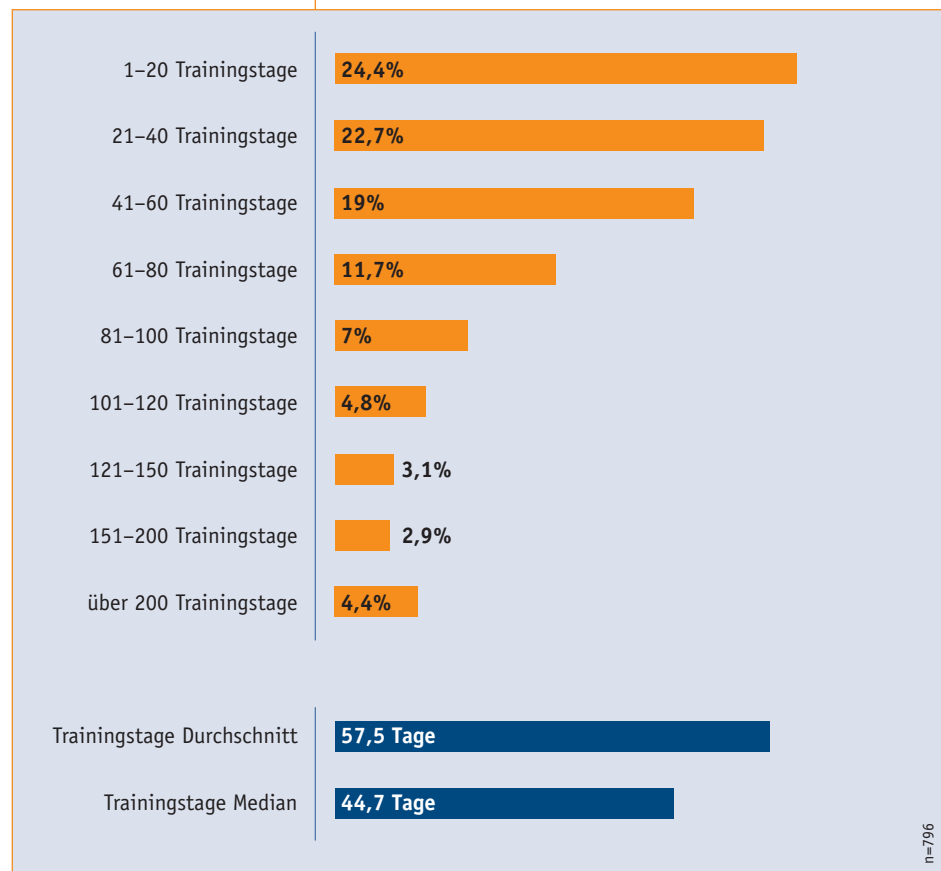
Geschlecht/Berufserfahrung	8
Dauer der Tätigkeit in der Weiterbildungsbranche	8/9
Beschäftigungsverhältnis	9
Qualifikation	10
Teilnehmer/Zielgruppen	11
Branchentätigkeit	12

Aufgaben und Arbeitsaufwand	14
Netzwerk-/Kooperationspartner	
_ Anzahl der Netzwerk-/Kooperationspartner	16
_ Anteil allein durchgeführter Aufträge	16
Einbindung externer Dienstleister	17
Ausgaben für Marketing und eigene Weiterbildung	18
Spezialist versus Generalist	
_ Gesamtbetrachtung	19
_ abhängig vom Beschäftigungsverhältnis	20
Verhältnis Training, Coaching, Beratung, Speaking	
_ Gesamtbetrachtung	21
_ abhängig vom Beschäftigungsverhältnis	22
Länge der Seminare	
_ Gesamtbetrachtung	23
_ abhängig vom Beschäftigungsverhältnis	24
Entwicklung der Seminardauer	25
Anteil firmeninterne/offene Seminare	26

Aktuell bediente Themenbereiche	28
Zukünftige Entwicklung der Themenbereiche	29
Vergleich Geschlecht	30/31
Vergleich Berufserfahrung	31/32

Durchgeführte Seminar-/Trainingstage 2020	
_ Gesamtbetrachtung	34
_ nach Beschäftigungsverhältnis	35
_ nach Geschlecht	35
_ nach Dauer der Tätigkeit in der Weiterbildungsbranche	36/37
Entwicklung der Seminartage	38
Durchführungsformate (Präsenz – Blended – Online)	39
Einsatz digitaler Tools	
_ Gesamtbetrachtung	40
_ nach Beschäftigungsverhältnis	41
_ Nutzungsintensität	42
_ Investitionen	43
Teilnehmerzahlen 2020	
_ Gesamtbetrachtung	44
_ nach Beschäftigungsverhältnis	45
_ nach Geschlecht	46
_ nach Dauer der Tätigkeit in der Weiterbildungsbranche	47
Entwicklung der Teilnehmerzahlen	48
Durchgeführte Coachingstunden 2020	
_ Gesamtbetrachtung	49
_ nach Beschäftigungsverhältnis	50
_ nach Geschlecht	51
_ nach Dauer der Tätigkeit in der Weiterbildungsbranche	52
Entwicklung der Coachingstunden	53
Durchführungsformate (Präsenz – Hybrid – Online)	54
Einsatz digitaler Tools	
_ Gesamtbetrachtung	55
_ nach Beschäftigungsverhältnis	56

Abb. 28: Durchgeführte
Trainingstage 2020
– Verteilung und
Durchschnittswerte



Krisen hat die Weiterbildungsbranche schon einige erlebt. Wer schon länger im Geschäft ist, weiß auch, dass Ereignisse wie das Terrorjahr 2001, das Platzen der Internetblase oder auch die weltweite Finanzkrise 2008 sehr schnell auf die eigene wirtschaftliche Situation durchschlagen. Die Unternehmen deckeln ihre Kosten, Budgets werden rigide zusammengestrichen und in aller Regel fallen dann auch schnell die geplanten Weiterbildungsmaßnahmen dem Rotstift zum Opfer. Dass das eigene Geschäft allerdings wegen eines Lockdowns von heute auf morgen zum Stillstand

kommt, war auch für Trainerinnen und Coaches eine neue Erfahrung. Die Auslastungszahlen der knapp 800 befragten WeiterbilderInnen belegen – wenig überraschend – den stärksten Einbruch seit Beginn der jährlichen Erhebungen im Rahmen der WeiterbildungsSzene Deutschland (vgl. auch Abb. 32).

Gleichzeitig zeigen sie aber auch, dass das Geschäft mitnichten gänzlich zum Erliegen kam. Vielen ist es gelungen, die Seminar- und Trainingstätigkeit im Verlaufe des Jahres

durch verstärkten Einsatz von Online-Formaten (vgl. Abb. 33) wieder aufzunehmen. Betrachtet man den Median, der statistische Ausreißer nivelliert und damit ein realistischeres Bild der Mehrheit der Befragten widerspiegelt, so konnten sie am Ende des Jahres 2020 auf knapp 45 durchgeführte Trainingstage zurückblicken. Das ist rund ein Viertel weniger als in den Jahren zuvor. Ob und inwieweit diese Seminar- und Trainingstage auch im Rahmen der üblichen Auftragsbedingungen und Honorarvereinbarungen erbracht wurden, sagen diese Zahlen natürlich nicht aus.

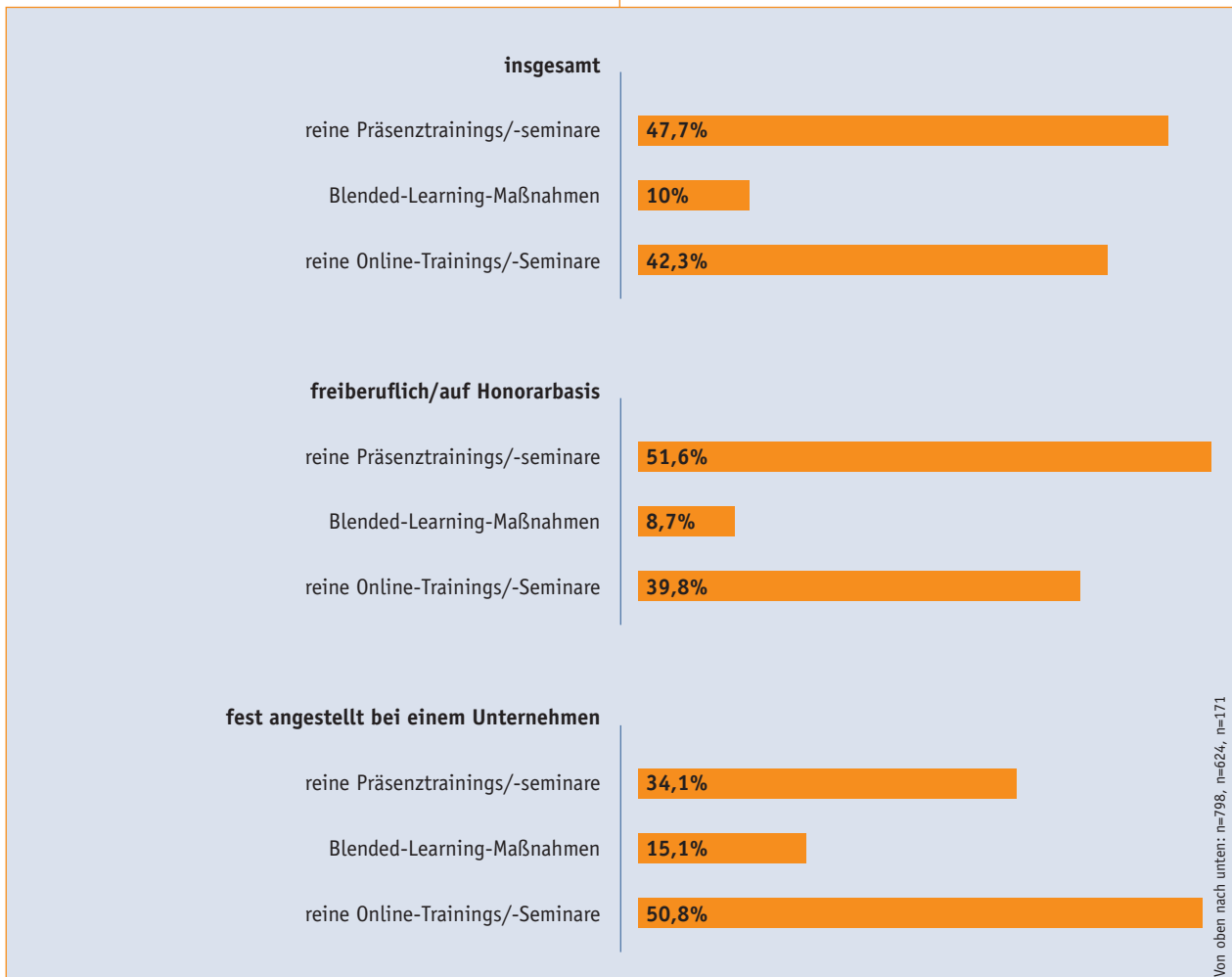


Abb. 33: Anteile Präsenz- und Online-Durchführung

„Für vier von fünf Trainern lag der Anteil von Online-Trainings und Webinaren 2017 bei maximal zehn Prozent des gesamten Trainingsaufkommens.“ Drei Jahre liegen zwischen dem hier zitierten Ergebnis aus der vorhergehenden Studie und den aktuellen Zahlen. Und es sei die Behauptung gewagt: Bis Ende 2019 hätte man wohl das Eingangszitat nahezu unverändert übernehmen können. Das Jahr 2020 brachte – um ein großes Wort zu benutzen – einen Paradigmenwechsel.

Das insbesondere von freiberuflichen WeiterbilderInnen bis dahin eher stiefmütterlich behandelte Online-Training avancierte zum Alltag und steht nun als Durchführungsformat gleichberechtigt neben dem Präsenztraining. Natürlich ist dies eine Momentaufnahme und es ist davon auszugehen, dass nach dem Überwinden der Corona-Krise das Pendel wieder ein gutes Stück in Richtung Präsenztraining zurückschwingt. Was aber

bleibt, ist, dass sich die Branche innerhalb eines Jahres ein Maß an digitaler Expertise angeeignet hat, für das sie unter „normalen“ Zeiten vermutlich eine gute Dekade gebraucht hätte. Das tut der Weiterbildung an sich gut und hilft, dass sich Weiterbildungsanbieter und Auftraggeber auf Augenhöhe begegnen können. Polarisierende Standpunkte („Das geht nur mit Präsenztraining.“ vs. „Wir stellen in allen Bereichen auf online um.“) können so überwunden werden.

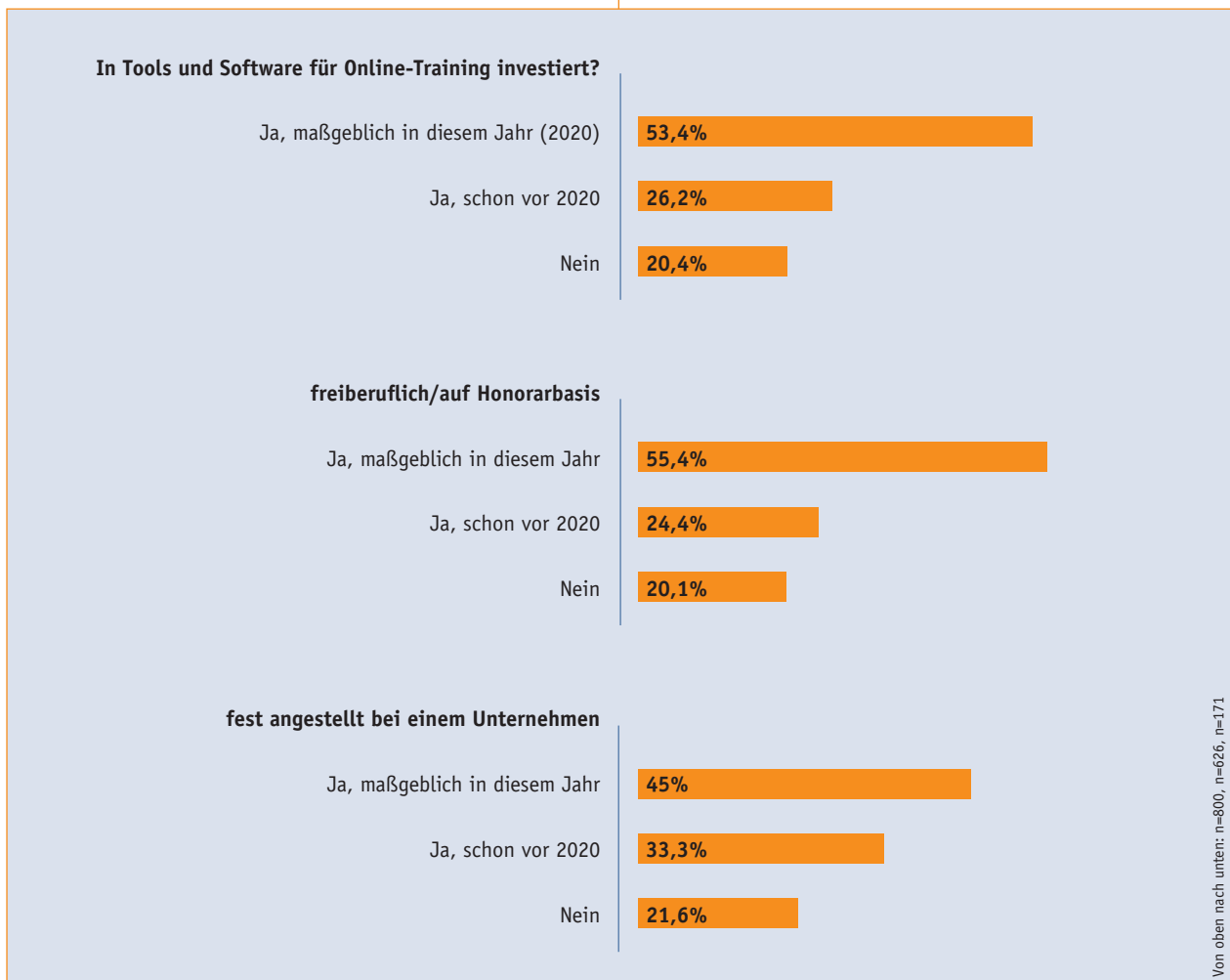


Abb. 37: Investitionen in digitale Tools für Online-Trainings/-Seminare

Man lehnt sich nicht aus dem Fenster mit der Behauptung, dass sich die Sympathie für Online-Trainings vor 2020 insbesondere unter freiberuflichen Trainerinnen und Trainern in engen Grenzen hielt (vgl. Abb. 35). Der Lockdown setzte vielen schlichtweg die Pistole auf die Brust, entweder auf unabsehbare Zeit gar keine Trainings mehr durchführen zu können oder sich nunmehr tatsächlich mit dem technischen Equip-

ment für Online-Trainings auszustatten – um damit überhaupt im Geschäft zu bleiben. Mehr als die Hälfte der Befragten investierten dann auch 2020 in entsprechende Tools und Software. Immerhin ein Viertel tat dies schon vor 2020. Und auch das ist ein Ergebnis: Jede/r fünfte Befragte glaubt auch zum Zeitpunkt der Befragung am Ende des Jahres 2020, darauf verzichten zu können. Differenziert man wiederum zwischen freiberuflichen und fest angestellten Weiterbild-

nerInnen, so zeigt sich einmal mehr, dass letztere einen leichten Erfahrungs- und Routinevorsprung mitbringen. Immerhin jeder Dritte verfügte bereits vor dem Jahr 2020 über eine entsprechende technische Ausstattung. Doch auch in dieser Gruppe überwiegt klar der Anteil derer, für die Corona der eigentliche Anstoß für Investitionen war.

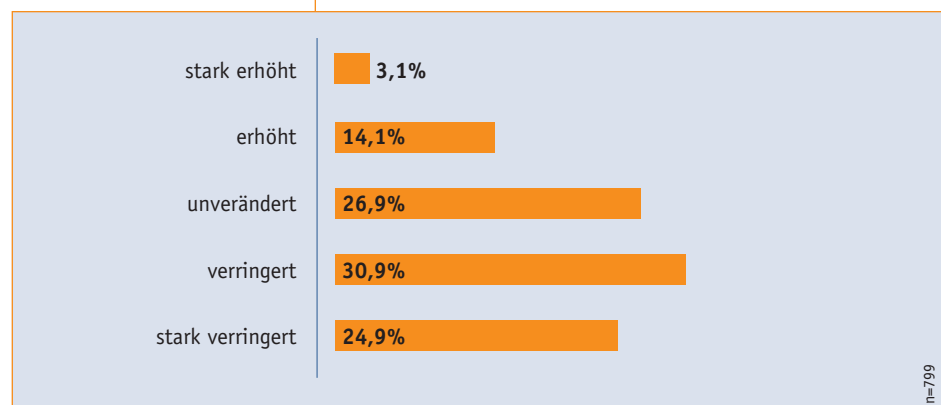


Abb. 42: Entwicklung der Teilnehmerzahlen 2020 im Vergleich zum Vorjahr

Der Rückgang der Teilnehmerzahlen wird von den Befragten nicht ganz so dramatisch eingeschätzt wie der Rückgang der Seminar- und Trainingstage (vgl. Abb. 32). An Klarheit fehlt es dem Ergebnis aber auch nicht. Knapp 56 Prozent verzeichneten 2020 einen Rückgang der Teilnehmerzahlen, jede/r

Vierte konstatierte sogar einen starken Rückgang. 2018 lag dieser Anteil bei gerade einmal 14 Prozent, wobei nicht einmal ein Prozent einen starken Rückgang der Teilnehmerzahlen hinnehmen mussten.

Einleitung	58
Erwartung an E-Kompetenz der TrainerInnen	59
Bedeutung Online-Training und Webinare	60
Konzeptioneller Aufwand für Online-Trainings	61
Technik versus Didaktik beim Online-Training	62
Online als Herausforderung für TrainerInnen	63
Online als Motivation für TrainerInnen	64
Technikaffinität der User	65
Didaktische Grenzen des Online-Trainings	66
Didaktische Grenzen kurzer Lernmodule	67
Nachhaltigkeit versus „Quick wins“	68
Selbstorganisation der Weiterbildung	69
Einbindung der Weiterbildungsanbieter	70
Selbstverantwortung für Weiterbildung	71
Digitale versus analoge MitarbeiterInnen	72
Bedeutung der IT-Kompetenzen	73
Digitalisierung der Arbeitswelt	74
Qualifizierung älterer Mitarbeiter	75
Arbeitsüberlastung hochqualifizierter Mitarbeiter	76
Vernetzung der Weiterbildungsanbieter als Erfolgsfaktor	77

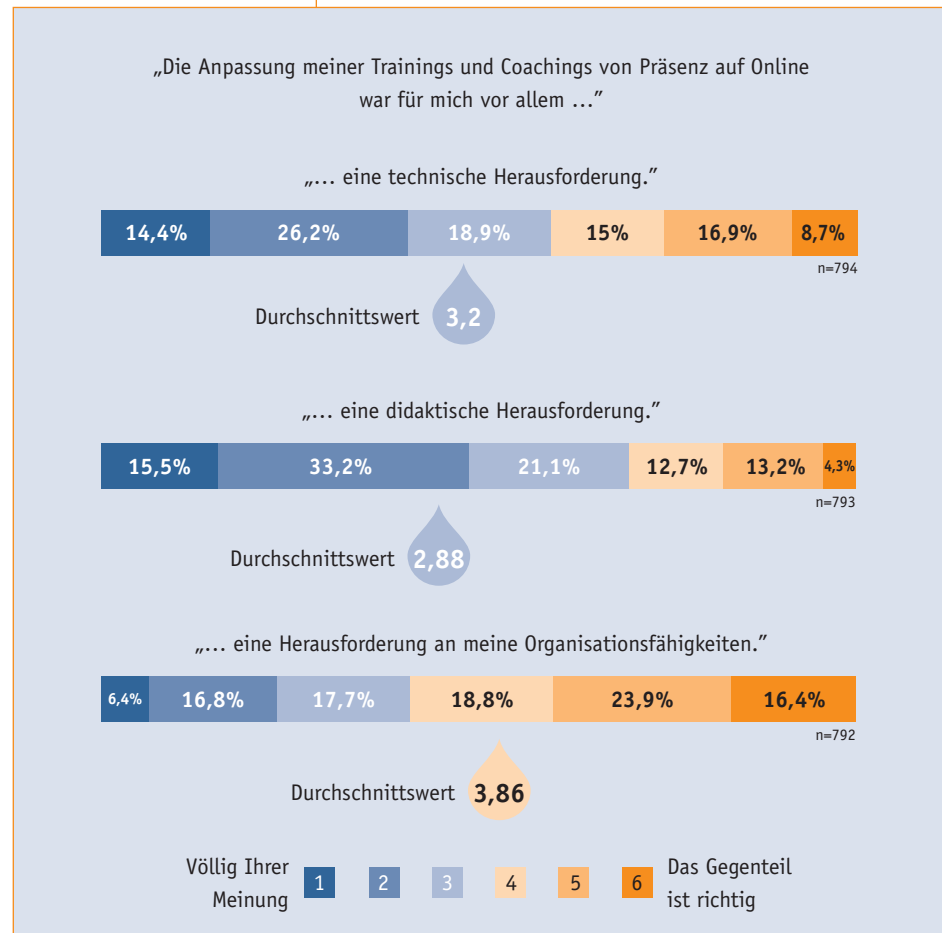
Abb. 53



Das Jahr 2020 zwang in Sachen Online-Training eine beträchtliche Zahl von Trainerinnen und Trainern zum berühmten „Sprung ins kalte Wasser“. Denn Online-Trainings waren plötzlich alternativlos. Ging es bis dato selbst bei den digital-affinen WeiterbildnerInnen eher um den Aspekt „Welche Inhalte kann ich gegebenenfalls auch online vermitteln?“, so lautete die Fragestellung nunmehr: „Wie schaffe ich es, meine Inhalte möglichst komplett auf online umzustellen?“ Und das ist eine Frage von explizit anderer Qualität. Angewohnte Arbeitsroutinen und Erfahrungswerte aus

dem Präsenztraining konnten Trainerinnen und Trainer nicht mehr andocken. Vor allem aber brauchen Online-Trainings eine komplett andere didaktische Struktur und Konzeption: Kürzere Module, verdichtete oder reduzierte Inhalte, mehr und andere Aktivierungen der Gruppe (die vor dem Bildschirm keine Gruppe mehr ist), häufigere Reflexionsphasen, andere Feedback-Tools, mehr Pausen. Dass Online-Trainings diesbezüglich aufwendiger sind als Präsenztrainings, dieser Aussage stimmen dann auch drei von vier Befragten zu – mehr als ein Viertel tut dies sogar voll und ganz. Und auch größere Routine wird diesen Mehraufwand allenfalls ein Stück weit kompensieren können.

Abb. 55



Fasst man die persönlichen Herausforderungen der befragten Trainerinnen und Trainer zusammen, die der Wechsel von Präsenz- auf Online-Trainings mit sich brachte, so rangiert die Didaktik an erster Stelle, mit etwas Abstand dahinter folgt die Auseinandersetzung mit der Technik.

Hinsichtlich der eigenen organisatorischen und Selbstmanagementfähigkeiten ist sich hingegen die Mehrzahl der Befragten einig, die Umstellung auf online recht problemlos im Griff zu haben.

Hat Ihnen diese Leseprobe gefallen?

Als Mitglied von **Training aktuell** erhalten Sie beim Kauf von Trainingsmedien Sonderpreise. Beispielsweise bis zu **20 % Rabatt auf Bücher**.

Zum Online-Shop

Training *aktuell* einen Monat lang testen



Ihre Mitgliedschaft im Testmonat beinhaltet:

- ▶ eine **ePaper-Ausgabe Training aktuell** (auch Printabo möglich)
- ▶ **Teil-Flatrate** auf 5.000 Tools, Bilder, Inputs, Vertragsmuster www.trainerkoffer.de
- ▶ **Sonderpreise** auf Trainingsmedien: ca. **20 % Rabatt** auf auf Bücher, Trainingskonzepte im Durchschnitt **70 EUR günstiger**
- ▶ **Flatrate auf das digitale Zeitschriftenarchiv**: monatlich neue Beiträge, Dossiers, Heftausgaben

Mitgliedschaft testen