



X-media.press

Anita Hermann-Ruess
Max Ott

X-media.press ist eine praxisorientierte Reihe zur Gestaltung und Produktion von Multimedia-Projekten sowie von Digital- und Printmedien.

2. Auflage

Das gute Webinar

Das ganze Know How für bessere
Online-Präsentationen,
ein Praxisratgeber: Online
präsentieren und Kunden gewinnen



Springer Vieweg

X . media . press



X.media.press ist eine praxisorientierte Reihe zur Gestaltung und Produktion von Multimedia-Projekten sowie von Digital- und Printmedien.

Anita Hermann-Ruess · Max Ott

Das gute Webinar

Das ganze Know How für bessere
Online-Präsentationen, ein Praxisratgeber:
Online präsentieren und Kunden
gewinnen

2. Auflage

 Springer Vieweg

Anita Hermann-Ruess
Hermann-Ruess & Partner
Amtzell, Deutschland

Max Ott
Hermann-Ruess & Partner
München, Deutschland

ISSN 1439-3107

ISBN 978-3-658-03858-8

DOI 10.1007/978-3-658-03859-5

ISBN 978-3-658-03859-5 (eBook)

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Springer Vieweg

Die erste Auflage des Werkes erschien 2012 unter dem Titel "Das gute Webinar" im Addison-Wesley Verlag (Pearson).

© Springer Fachmedien Wiesbaden 2014

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier.

Springer Vieweg ist eine Marke von Springer DE. Springer DE ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media

www.springer-vieweg.de

Vorwort

Liebe Leser,

Webinare sind auf dem Vormarsch. Mit scheinbar minimalem Aufwand an Zeit, Kosten und Ressourcen lassen sich Botschaften im Nu zu einem riesigen, globalen Publikum transportieren. Der Return on Invest liegt im vierstelligen Bereich, kein anderes Medium erreicht und beeinflusst so viele Entscheider.

Andererseits führen genau diese Vorteile dazu, dass Webinare unbedacht eingesetzt werden. Schnell wird eine schon vorhandene Präsenz-Präsentation in ein Webinar umgewandelt, ganz nebenbei werden Webinar-Reihen aufgesetzt, Menschen ohne Webinar-Wissen werden zum Webinar-Master befördert. Und so kommt es, dass Webinare oft nicht funktionieren. Viele sind zum Wegklicken langweilig, manche penetrant marktschreierisch, die meisten nichtssagend.

Webinare haben ihre eigenen Gesetzmäßigkeiten. Wer sie kennt, kann dieses neue Medium grandios nutzen und viele Menschen für sich und seine Ideen gewinnen und begeistern. Ein gutes Webinar fesselt das Publikum an den Bildschirm, schafft wahre Begegnungen, indem es den Zuschauer regelrecht in den virtuellen Raum hineinzieht. Ein gutes Webinar fasziniert und berührt die Menschen über Kontinente hinweg, bringt sie zum Schmunzeln, aktiviert ihre Gehirnzellen, lässt sie staunen, mitdenken, mitmachen. Ein gutes Webinar lässt alle vergessen, dass sie alleine vor einem PC sitzen, es vereint viele Individuen vor ihren Bildschirmen zu einem einzigen „Wir“.

Diese Kraft haben gute Webinare. Gute Webinare unterscheiden sich von schnell zusammenkopierten Webinaren dadurch, dass sich die Veranstalter mit den Gesetzmäßigkeiten virtueller Kommunikation vertraut gemacht haben. Sie erkennen sowohl die Gemeinsamkeiten, als auch die Unterschiede zu Präsenz-Veranstaltungen an. Sie sehen die Chancen, aber auch die Risiken, die Webinare bieten. Sie umgehen Stolpersteine und tapen nicht in jede virtuelle Falle.

Dieses Buch möchte Ihnen die Gesetzmäßigkeiten guter Webinare verraten. Damit befindet es sich in der machtvollen Tradition der Rhetorik, die seit 2500 Jahren die Gesetze des kommunikativen Erfolgs beobachtet, analysiert und archiviert. Wir schlagen ein neues Kapitel auf, das der virtuellen Rhetorik, und verraten Ihnen, wie Sie auch im virtuellen Raum Ihr Publikum überzeugen, begeistern und fesseln können. Wir zeigen Ihnen, wie Sie PowerPoint beeindruckend nutzen können, wie Sie mit Ihrer Stimme lebendig und pa-

ckend erzählen können, wie Sie die Online-Tools inspirierend und kreativ nutzen können. Sie erfahren, wie die Technik funktioniert, welche Software für Sie die Richtige ist, wie Sie ein Webinar produzieren, bewerben, halten, aufzeichnen, vermarkten. Sie benötigen kein Vorwissen. Auch wenn Sie Respekt vor dem neuen Medium mit seinen technischen Herausforderungen haben – wir nehmen Sie Schritt für Schritt an der Hand und bereiten mit Ihnen Ihr erstes Webinar vor.

Wenn Sie schon Erfahrung haben mit Webinaren, dann zeigen wir Ihnen, wie Sie es noch packender machen können. Wie Sie die Online-Tools kreativ und faszinierend miteinander kombinieren können, wie Sie Ihr Publikum immer wieder überraschen und aktivieren können, wie Sie sich wohltuend von gewöhnlichen Webinaren unterscheiden können.

Freuen Sie sich auf diese tolle Möglichkeit. Wir leben heute auch in einer globalen, virtuellen Welt. Hier einen guten, nachhaltigen Eindruck zu hinterlassen, wird immer wichtiger. Kultur-, Länder-, ja Kontinentgrenzen jederzeit ohne teure, umweltverschmutzende und aufwendige Reisen zu überwinden, lässt uns alle näher rücken. Gute Ideen lassen sich jedem, der sich für sie interessiert, näher bringen, tolle Inhalte für jeden Lernwilligen aufbereiten – unabhängig von seinen begrenzten Möglichkeiten.

Webinare werden und sollen die realen Begegnungen zwischen den Menschen nicht ersetzen. Ein echter Händedruck, ein tiefer Blickkontakt, eine mühsame Reise – sie sind und bleiben wichtig, um eine vertrauensvolle und gute Beziehung aufzubauen. In der klugen Kombination aus Präsenz- und virtuellen Begegnungen liegt die Zukunft guter Webinare.

Wir wünschen Ihnen nun viel Freude und viele Aha-Erlebnisse beim Lesen und viel Erfolg bei Ihren Webinaren.

Ihre Autoren

Anita Hermann-Ruess und Max Ott

Hinführung

Wir leben in einer Zeit, in der wir uns in zwei Welten souverän bewegen müssen: in der virtuellen und in der realen. In beiden Welten kommt es darauf an, sich gut zu präsentieren. In beiden Welten möchten wir sympathisch und kompetent wirken, Entscheidungen herbeiführen, Menschen gewinnen, begeistern und faszinieren. In beiden Welten benötigen wir Wissen darüber, wie wir eine *gute* Präsentation beziehungsweise ein *gutes* Webinar halten. Ihnen anschaulich und praxisnah zu zeigen, wie ein gutes Webinar organisiert, produziert und live durchgeführt wird, ist unser Anliegen.



Mit diesem Buch möchten wir unsere Erfahrungen und unser Wissen über diese Kommunikationsform mit Ihnen teilen. Es gibt Antworten auf die Fragen: Wie können Sie das Format „Webinar“ in Ihrem Unternehmen sinnvoll einsetzen? Wie produzieren Sie Präsentationen onlinegerecht? Wie halten Sie ein Webinar überzeugend und fesselnd live? Hierfür haben wir in unserer Kommunikationsberatung Hermann-Ruess & Partner (HRP) effektive Methoden entwickelt, die wir hier an Sie weitergeben.

Das Buch wendet sich an alle Leser, die gute Webinare organisieren, produzieren und halten möchten. Es wendet sich aber auch an die Leser, die diesem Format skeptisch bis kritisch gegenüberstehen. Denn das waren wir am Anfang auch. Als wir den ersten Auftrag erhielten, ein Webinar zu halten, fragten wir uns, ob wir unser Publikum auch wirklich erreichen, wenn wir mit einem leblosen Bildschirm statt mit lebendigen Menschen sprechen. Wir kommen nicht aus der Welt der Technik und der IT und wussten am Anfang nicht, wie wir die Tools und Programme sinnvoll und rhetorisch klug nutzen sollen. Gleichzeitig fanden wir die Idee einer „Rhetorik im Netz“ unglaublich aufregend und spannend.

Wer sind wir? Ich bin Präsentations- und Rhetorikexpertin. Seit vielen Jahren schreibe ich Bücher über wirkungsvolles Präsentieren und fesselnde Rhetorik. In Seminaren unterstütze ich meine Teilnehmer dabei, sicher, kompetent und ansprechend zu präsentieren. Koautor Max Ott ist der Spezialist für visuelle Kommunikation. Er findet für unsere Kunden die richtige Bildsprache, illustriert komplexe Zusammenhänge und gestaltet PowerPoint-Charts nach den neuesten Erkenntnissen aus Rhetorik und Design. Inzwischen nutzen wir immer häufiger Webinare. Unser Institut berät Unternehmen in allen Fragen überzeugender Businesskommunikation, angefangen von den richtigen Worten bis hin zur Wahl der richtigen Kommunikationskanäle, die heute eine immer wichtigere Rolle spielen.

Inzwischen sind wir vom virtuellen Präsentieren und Trainieren als Ergänzung zu unseren Präsenzpräsentationen und -trainings überzeugt. Wir präsentieren online, zum Teil vor über 500 Teilnehmern, wir trainieren online, wir arbeiten online zusammen. Und wir unterstützen unsere Kunden und Teilnehmer darin, dieses virtuelle Format so sinnvoll wie möglich zu nutzen.

Wie ist es zu diesem Buch gekommen? Da es wenig Literatur dazu gab und gibt, wie man ein gutes Webinar macht, waren wir auf uns allein gestellt. Wir machten uns mit der Technik vertraut und stellten erleichtert fest, dass die heutige Software intuitiver und einfacher zu bedienen ist als befürchtet. Als Rhetorik- und Präsentationsexperten gehört es zu unseren täglichen Aufgaben, Präsentationen zu analysieren und zu sehen, was funktioniert und was nicht. Wir erkannten schnell, dass gute Webinare gewissen Gesetzmäßigkeiten folgen: Sie brauchen zum Beispiel einen starken Einstieg, sie benötigen eine viel schnellere Abfolge von bildhaften Charts, sie müssen von Beginn an spannend und interessant sein, sonst schalten die Teilnehmer ab oder klicken weg. Wir integrierten interaktive Elemente wie Umfragen, Chats, Hand-hoch-Abfragen, Quiz und Diskussionen, um die Präsentation lebendig zu gestalten und eine Beziehung zu unseren unsichtbaren Teilnehmern aufzubauen. So entstand ein interner Leitfaden mit Ideen und Highlights für unsere Onlinepräsentation, und daraus entstand die Idee zu diesem Buch.



Was benötigen gute Webinare? Im Vergleich zu Präsenzpräsentationen gilt für virtuelle Präsentationen:

- Sie benötigen viel mehr Abwechslung, deshalb sollte mindestens alle 1 bis 2 Minuten das Chart wechseln.
- Webinar-Charts sollten bildreich, emotional und anziehend sein, Textfolien sind für Webinare nicht geeignet.

- Sie benötigen viele Highlights – alle 5 bis 8 Minuten sollte ein spannendes rhetorisches Highlight die Aufmerksamkeit der Zuhörer fesseln.
- Sie benötigen regelmäßig interaktive Elemente – Chats, Schätzungen, Quiz, Gruppenarbeit, Einzelarbeit ...
- Sie benötigen eine sichtbare, nachvollziehbare und logische Struktur, die Ihnen und den Zuhörern Orientierung im virtuellen Raum bietet.
- Sie benötigen stimmliche und stilistische Abwechslung, um die Aufmerksamkeit aller Zuhörer zu halten.

Was zeichnet gute Webinare aus? Gute Webinare verbinden immer Technik und Emotion. Gute Webinare bieten den Zuhörern Wissen, Nutzen, Mehrwert und eine interessante gemeinsame Zeit. Virtuelle Präsentationen sind genauso „real“ wie konventionelle Präsentationen. Auch in den virtuellen Räumen treffen echte Menschen auf echte Menschen mit echten Zielen oder Problemen. Menschen haben Sehnsüchte, Wünsche, Ängste – wenn wir diesen emotionalen Aspekt der Kommunikation im virtuellen Raum nicht berücksichtigen, dann nützt uns die ganze Technik nichts. Im Gegenteil, sie kann die Beziehungsebene der Kommunikation belasten und die Zusammenarbeit erschweren. Gute Webinare nutzen die Technik als effektives Hilfsmittel für einen reibungslosen und freien Austausch von Ideen. Der Anspruch, den wir uns gesetzt haben, ist, Tools nicht nur anzuwenden, sondern sie auch wirkungsvoll, lebendig, berührend, motivierend, inspirierend zu nutzen. Virtuelle Präsentationen können genauso gut beziehungsweise genauso langweilig sein wie konventionelle. Es stellt sich nicht die Frage: „Was ist die bessere Art zu präsentieren: konventionell oder virtuell?“ Vielmehr geht es darum: „Wie können wir beides gut machen, und was passt in dieser Situation am besten?“

Wo sind die Grenzen guter Webinare? Nicht immer passen Webinare. Immer dann, wenn die Beziehungsebene eine ganz wichtige Rolle spielt, sollten wir auf dieses Format verzichten. Vertrauen aufbauen lässt sich immer noch am besten, wenn wir Menschen in die Augen sehen und ihnen die Hand geben. Wertschätzung lässt sich am sichtbarsten zeigen, wenn wir jemanden persönlich besuchen.

Aber auch Präsenzpräsentationen eignen sich nicht immer. Vielleicht ist der Kunde zu weit weg, um sie persönlich zu besuchen, oder der logistische Aufwand ist einfach zu hoch für alle Beteiligten. Statt nur zum Telefon zu greifen oder die Veranstaltung ganz ausfallen zu lassen, sind jetzt Webinare das Mittel der Wahl. In der genauen Feinabstimmung und sinnvollen Ergänzung zwischen Offline- und Onlineformaten liegt der wahre Schlüssel zum Erfolg.

Wie ist dieses Buch aufgebaut? In sechs Kapiteln führen wir Sie in die Welt der Webinare ein. Im **Anhang** erhalten Sie viele Materialien, Checklisten, Pläne und Inspirationen, die Sie für Ihre Vorbereitung benötigen. Auf einer extra Website zum Buch erhalten Sie die wichtigsten Vorlagen zum Herunterladen, ein Bonuskapitel zum Thema Onlinemarketing, Beispiel-Webinare zum Anschauen und viele weitere Informationen. Die kostenlosen

Downloads finden Sie auf der Website zum Buch (www.dasgutewebinar.de). Das Passwort für den Bereich lautet *web*. Schauen wir uns die Kapitel im Einzelnen an, um uns einen Überblick über das Buch zu verschaffen.

Im **1. Kapitel** erfahren Sie, was Webinare überhaupt sind, und wir klären den Begriff Webinar. Wir schauen uns dann Gemeinsamkeiten und Unterschiede zu konventionellen Präsentationen an und gehen auf die Risiken, Chancen und Vorteile von Webinaren ein. Zum Schluss zeigen wir Ihnen, was Sie benötigen, um ein wirklich gutes Webinar zu halten.

In **Kap. 2** lernen Sie die Software und deren Nutzung kennen. Wir stellen Ihnen die vier wichtigsten Anbieter von Übertragungsprogrammen im Detail vor und leiten Sie schrittweise bis zum sicheren Beherrschen der Onlinemethodik anleiten.

Kapitel 3 zeigt Ihnen dann, wie Sie ein Webinar organisieren, bekannt machen und produzieren. Gemeinsam bereiten wir ein Webinar auf strategischer, organisatorischer und rhetorischer Ebene vor. Sie bekommen eine von uns speziell für Webinare entwickelte Methode, mit der Sie Ihr Webinar systematisch produzieren können. Der Visualisierungsexperte Max Ott zeigt Ihnen anschaulich, wie Sie mit PowerPoint onlinegerechte, bildhafte und ansprechende Charts gestalten.

In **Kap. 4** zeigen wir Ihnen an einem konkreten Beispiel, wie Sie Ihr Webinar fesselnd und lebendig durchführen, sodass die Teilnehmer regelrecht in den virtuellen Raum hineingezogen werden.

In **Kap. 5** stellen wir Ihnen Onlinetools unter methodisch-didaktischen Gesichtspunkten vor. Wir gehen auf die Fragen ein, wie viel Online-Methodik nötig ist und welche Online-Tools unbedingt benötigt werden. Außerdem finden Sie in diesem Kapitel Ideen für kreative Einsatzmöglichkeiten der vorgestellten Optionen.

In **Kap. 6** stellen wir Ihnen Unternehmen vor, die Onlinepräsentationen schon nutzen. Dabei gehen wir nicht so sehr auf die Onlinepräsentationen an sich ein, sondern nutzen das Kapitel, um den Horizont zu erweitern für die vielen Möglichkeiten virtueller Kommunikation. An dieser Stelle geht unser Dank an all die Unternehmen, die uns hier an ihren Erfahrungen teilhaben lassen.

In **Kap. 7** zeigen wir Ihnen den unternehmerischen und finanziellen Mehrwert von Webinaren auf und gehen auf die immensen Vorteile bei der Leadgenerierung ein.

Im **Anhang** bekommen Sie viele Extrainformationen, Exkurse, Checklisten, Materialsammlungen und Inspirationslisten. Diese sollen Sie im Detail bei der Implementierung, Organisation und Produktion von Webinaren unterstützen.

Ein detailliertes **Literatur- und Linkverzeichnis** zeigt Ihnen, wo Sie bei Bedarf weitere Unterstützung zu bestimmten Themen finden.

Die **Website zum Buch** schließlich ermöglicht Ihnen, aufgezeichnete Webinare anzuschauen, die Strukturpläne und Checklisten für den sofortigen Gebrauch auszudrucken, sodass Sie schnell und effektiv arbeiten können. Schauen Sie öfters vorbei, denn wir werden die Site immer wieder aktualisieren und wichtige Weiterentwicklungen, Anschauungsmaterial und gute Tipps für Sie bereitstellen.

Nun wünschen wir Ihnen viele neue Erkenntnisse beim Lesen, viel Freude beim Produzieren und viele begeisterte Zuhörer bei Ihrem guten Webinar!

Danksagung

Mit herzlichem Dank an Vanessa Engber für die hervorragende Unterstützung bei der Überarbeitung der 2. Auflage.

Inhaltsverzeichnis

1	Die Grundlagen guter Webinare	1
1.1	Was genau sind Webinare?	2
1.1.1	Ein Beispiel zur Verdeutlichung	2
1.1.2	Was genau bedeutet „Webinare“?	7
1.2	Worin unterscheiden sich virtuelle von konventionellen Präsentationen?	11
1.3	Risiken und Chancen von Onlinepräsentationen	15
1.3.1	Die Risiken von Onlinepräsentationen	15
1.3.2	Die Chancen von Onlinepräsentationen	16
1.4	Was brauchen Sie für gute Webinare?	22
1.4.1	Gute Charts	23
1.4.2	Gute Rhetorik	25
1.4.3	Ein gutes Persönlichkeitsmodell	27
1.4.4	Gute Stimme	29
1.4.5	Gute Methoden	31
1.4.6	Gute Technik	33
2	Software, Tools und Techniken für Ihre Onlinepräsentationen	35
2.1	Die technischen Grundlagen	35
2.2	Die richtige Software	38
2.2.1	Die fünf Unterscheidungskriterien bei der Softwarewahl	39
2.2.2	Die wichtigsten Anbieter kurz vorgestellt	43
2.3	Online-Präsentationstools kennenlernen und wirkungsvoll einsetzen	50
2.3.1	Die verschiedenen Rollen bei einer Onlinepräsentation	51
2.3.2	Pre-Meeting-Tools – die Präsentation richtig vorbereiten	51
2.3.3	In-Meeting-Tools – die Werkzeuge während der Präsentation	55
2.3.4	Post-Meeting-Tools – die Nachbereitung der Präsentation	63
3	Die Vorbereitung eines guten Webinars	69
3.1	Schritt 1: Meine Idee, mein Ziel, meine Zielgruppe	70
3.2	Schritt 2: Organisation, Marketing und Werbung für das Webinar	72
3.2.1	Gesamtplan	73

3.2.2	Der Marketingplan	77
3.3	Schritt 3: Die richtige Struktur für meine Präsentation	80
3.4	Schritt 4: Ideen visualisieren: Charts richtig einsetzen	85
3.5	Schritt 5: Das Publikum bei Laune halten – die belohnende Onlinedramaturgie	105
3.6	Schritt 6: Manuskript, Feinschliff und Stimmübungen	111
3.6.1	Flüssig präsentieren mit Stichwortmanuskript	111
3.6.2	Präzise und klar präsentieren durch Feinschliff	112
3.6.3	Lebendig präsentieren mit engagierter Stimme	113
3.7	Schritt 7: Üben und Generalprobe	115
3.8	Schritt 8: Die Präsentation halten	119
3.9	Schritt 9: Nachbereitung – interne Auswertung, Marketing und Vertrieb	122
4	Webinare spannend und abwechslungsreich durchführen	125
5	Mit Online-Methodik fesselnd und lebendig präsentieren	147
5.1	Online-Methodik sinnvoll einsetzen	147
5.2	Wie viel Online-Methodik ist nötig?	149
5.3	Welche Online-Tools benötige ich unbedingt?	152
5.4	Ideen für kreative Einsatzmöglichkeiten von Online-Tools	153
6	Lernen von den Besten – Beispiele erfolgreicher Onlinepräsentationen	163
6.1	Kunden gewinnen – Onlinepräsentationen als Akquisemittel	164
6.2	Onlinezusammenarbeit im Kampf gegen HIV/Aids	166
6.3	Personal trainieren – Onlinepräsentationen als interne Trainings	168
6.4	Weiterbildende Webinare als kostenloses Informationsangebot und Kundenservice	169
6.5	Virtuelle Räume ersetzen den Hörsaal – Onlinepräsentationen im Studium	171
6.6	Grüneres Arbeiten von Umweltschutzorganisation dank Onlinemeetings	173
6.7	Interne Onlinecollaboration zur Steigerung der Produktivität	175
6.8	Onlinezusammenarbeit über Firmengrenzen hinweg	178
6.9	Innovative Weiterbildungsplattform, die Trainer und Lernende zusammenbringt	180
6.10	Ein Vertriebsteam rückt zusammen – Nähe schaffen durch Treffpunkte im virtuellen Raum	182
7	Der unternehmerische Mehrwert von Webinaren	185
7.1	Collaboration als Zukunftstechnologie	185
7.1.1	Was bringt Collaboration?	186
7.1.2	Welchen monetären Nutzen hat Collaboration?	188
7.1.3	So ziehen Sie den größten Nutzen aus den Collaboration-Lösungen	190
7.2	Die Erfolgsfaktoren von Webinaren im Hinblick auf Leadgenerierung	191

Anhang	195
Die Autoren	213
Webinar-Glossar	215
Weiterführende Literatur	223
Sachverzeichnis	227

Webinare werden für Unternehmen und Selbstständige immer wichtiger: Sie können damit schnell, kostengünstig und global sehr viele Kunden gewinnen und binden. Virtuelle Echtzeitkommunikation ist ein rasant wachsender dynamischer Markt, dessen Potenziale sich erst jetzt einem großen Kreis erschließen. Die dazu benötigte Software hat in den vergangenen Jahren eine enorme Entwicklung hin zu Stabilität und Nutzerfreundlichkeit gemacht und erreicht nun auch die große Masse der Nutzer und Anwender. Während früher nur Topmanager in den Genuss von Telekonferenzen kamen, die teuer, hardware- und supportlastig waren, steht diese inzwischen kostengünstige, softwarebasierte Technik heute allen Personen, die einen PC mit Internetverbindung haben, zur Verfügung.

Gesellschaftliche Entwicklungen verstärken die Tendenz zum virtuellen Präsentieren: Globalisierung, Kosten- und Zeitdruck, härterer Wettbewerb, Diversifizierung durch Nutzung eines neuen Mediums, Work-Life-Balance, ökologisches Bewusstsein – um nur einige zu nennen. Die Vorteile liegen auf der Hand: Bequem vom eigenen Büro können wir Hunderte von Teilnehmern auf aller Welt erreichen. Wir können ihnen unsere Präsentation vorführen, uns live mit ihnen austauschen und mit ihnen interagieren. Wir können den Teilnehmern unsere Konzepte oder Ideen nahebringen, Fragen sofort klären und Entscheidungen beschleunigen oder sogar herbeiführen. Wir können unser Mitarbeiter und

Kunden schnell und einfach informieren und trainieren. Dabei schonen wir die Umwelt und helfen den CO₂-Ausstoß weltweit zu verringern.



In diesem Kapitel bieten wir allen Anfängern auf diesem Gebiet eine anschauliche Einführung in das Thema „Webinare“. Zuerst zeigen wir Ihnen an einem Beispiel, wie ein Webinar aussehen kann. Dann klären wir den Begriff Webinar und werden feststellen, dass er in unterschiedlichen Kontexten ganz unterschiedlich verwendet wird. Wir beantworten die Frage, worin sich virtuelle von konventionellen Präsentationen unterscheiden, gehen auf die Risiken und Chancen von Onlinepräsentationen ein und geben zum Schluss einen Überblick über die Skills und Tools, die Sie benötigen, um ein gutes Webinar zu halten.

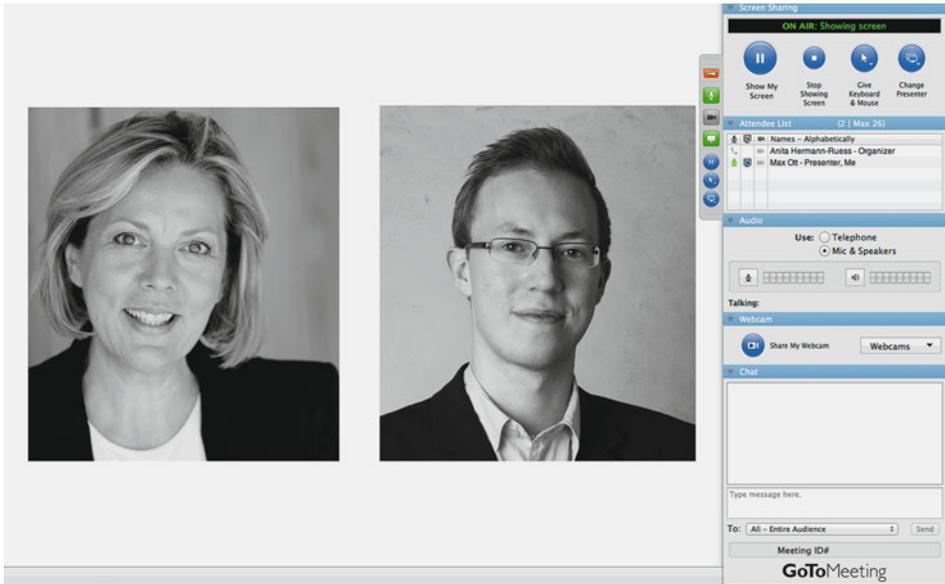
1.1 Was genau sind Webinare?

One-to-many-Prinzip, virtueller Vortrag, die Rede im Netz, Onlinepräsentation, virtuelle Präsentation, virtuelle Rhetorik, Webinar, Onlinetraining, E-Learning, Collaboration – alles Bezeichnungen, die uns im Verlauf unserer Recherche zu diesem Buch begegnet sind. Es gibt keine klare Verwendung der Begriffe, vor allem der angesagte Begriff Webinar wird widersprüchlich und in verschiedenen Kontexten unterschiedlich verwendet. Bevor wir die Begriffe klären, möchten wir Ihnen, vor allem wenn Sie noch ganz wenig Erfahrung mit Webinaren haben, ganz anschaulich zeigen, worum es in diesem Buch gehen wird.

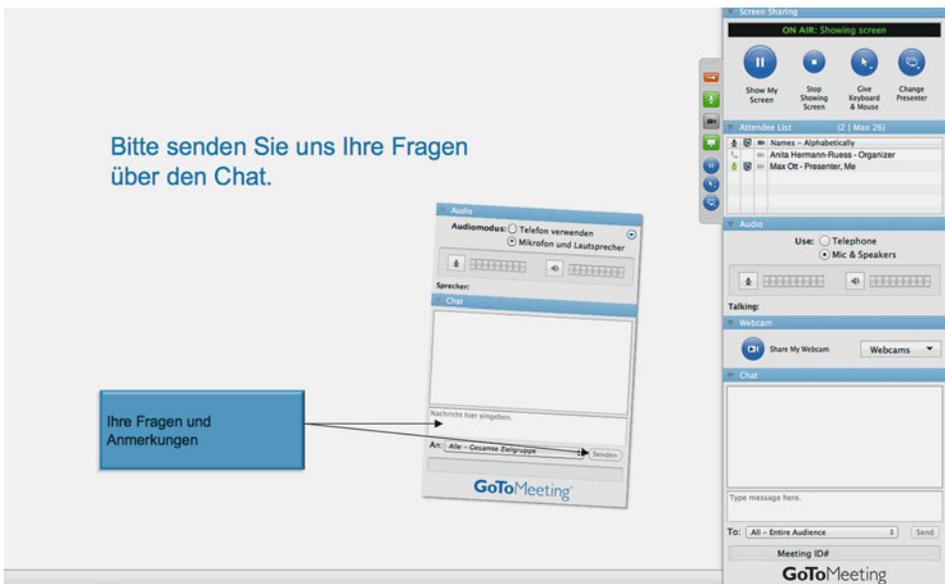
1.1.1 Ein Beispiel zur Verdeutlichung

Stellen Sie sich vor, Sie sitzen vor Ihrem PC oder Notebook. Sie haben ein Headset auf. Über einen Link haben Sie sich in das Webinar eingewählt.

Nun sehen Sie auf Ihrem Bildschirm eine Willkommensfolie und eine Uhr, die Ihnen anzeigt, wie lange es noch dauert, bis die Präsentation anfängt. Pünktlich begrüßt ein Moderator Sie und die anderen herzlich. Die erste Folie der Präsentation erscheint. Nachdem der Moderator sich selbst, den präsentierenden Experten und das Thema kurz vorgestellt hat, werden Sie schon aufgefordert, etwas zu tun.



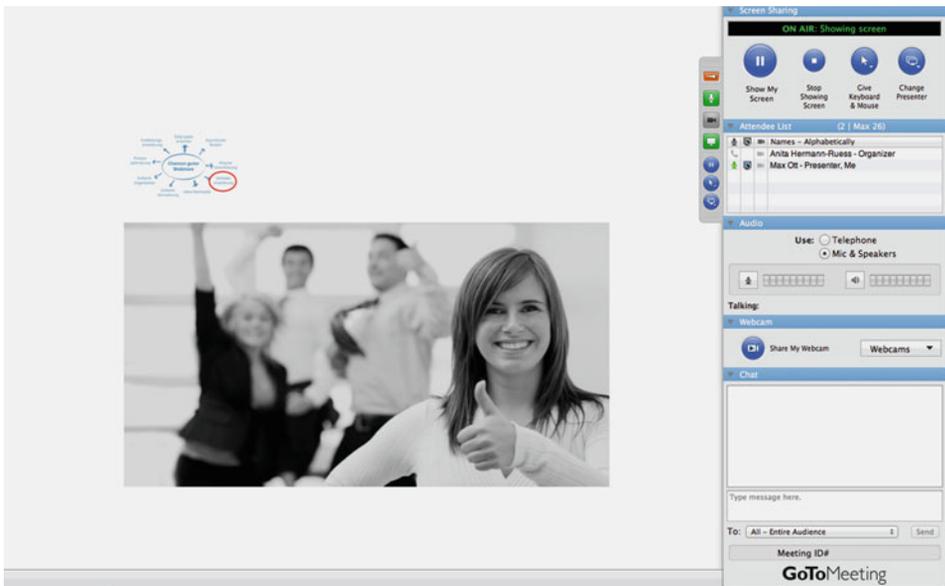
Der Moderator möchte wissen, von wo aus Sie heute zusehen und wie das Wetter bei Ihnen ist. Er bittet Sie, hierzu den Chat zu benutzen. Eine neue Folie erscheint auf Ihrem Bildschirm, die genau visualisiert, wie Sie das Chatfenster nutzen können.



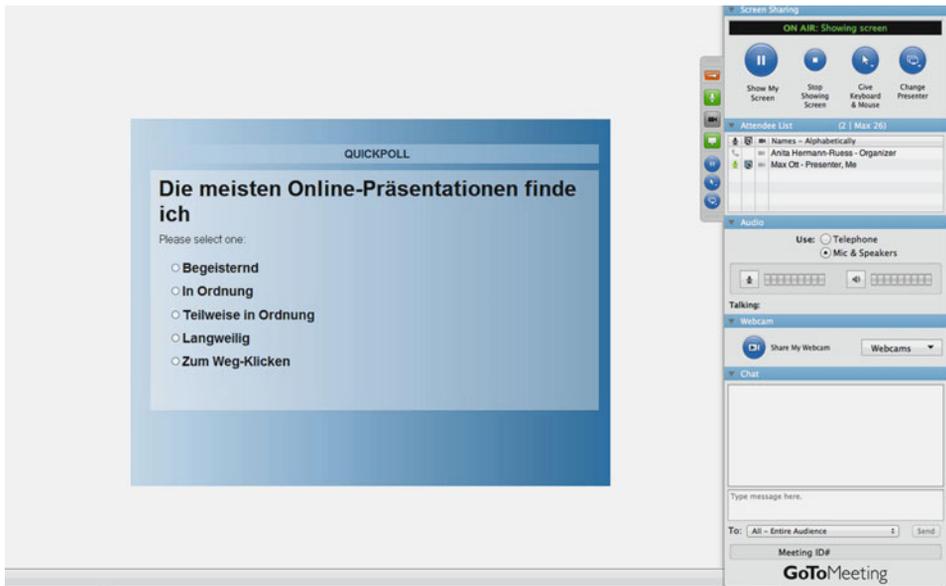
Sie tippen in das Chatfenster den Namen „München“ und „Schneegestöber“ ein. Sie sind schon ganz gespannt, von wo die anderen Teilnehmer heute zuhören. Der Moderator liest

einige Städte vor, und Sie erfahren, dass Teilnehmer aus dem ganzen deutschsprachigen Raum dabei sind. Einige sitzen im benachbarten Ausland, und einer meldet sich sogar aus Südamerika! Sie erfahren auch, dass heute über 500 Leute teilnehmen. Und Sie erfahren, wie unterschiedlich das Wetter in Deutschland sein kann.

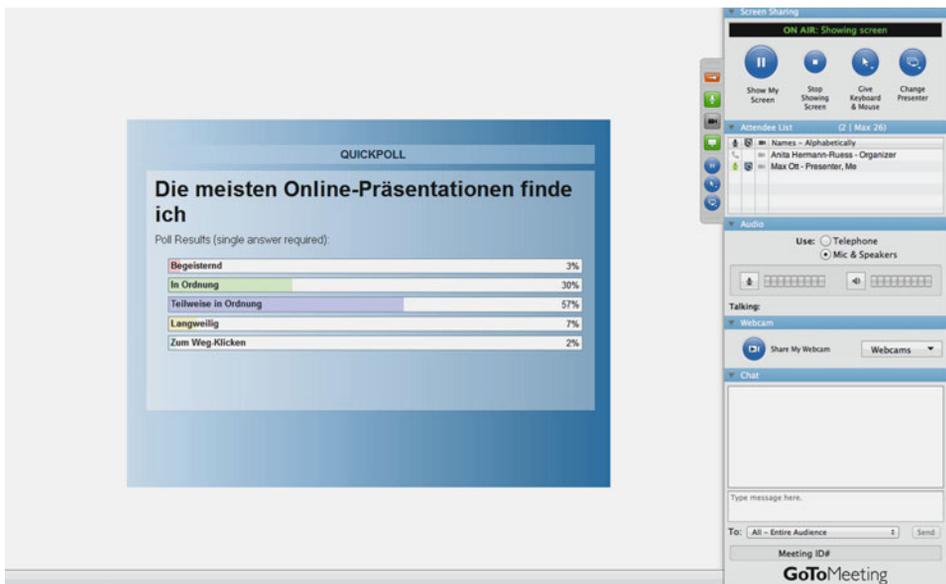
Der Moderator gibt nun dem Präsentator das Wort. Auch er begrüßt Sie und steigt dann direkt und engagiert in seine Präsentation ein. Sie sehen seine bildhaften Charts und hören über das Headset seine Stimme.



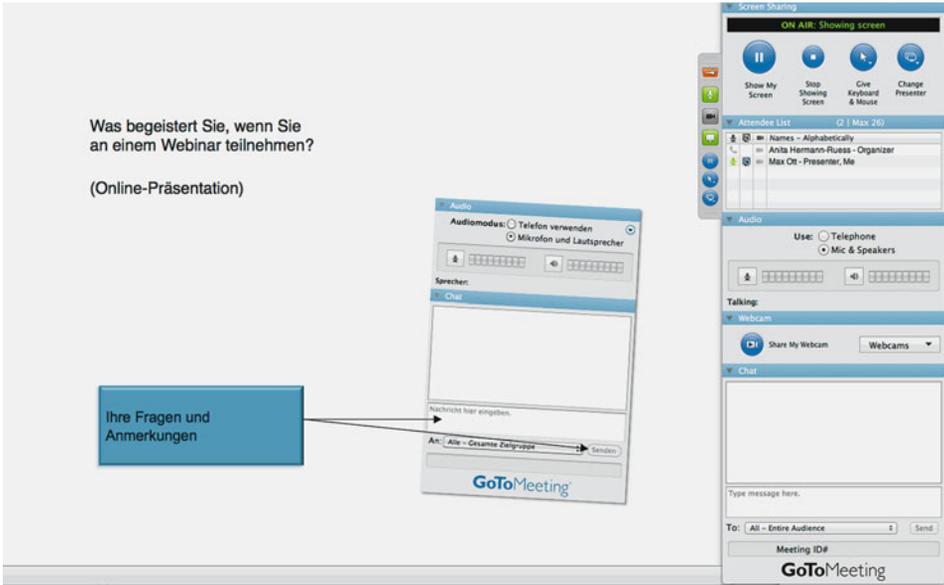
Per Chat könnten Sie jederzeit Fragen stellen. Das Thema ist interessant und spannend verpackt. Der Präsentator erzählt lebendige Geschichten, berichtet über neueste Forschungsergebnisse, zeigt Statistiken und Zahlen. Etwas später werden Sie aufgefordert, an einer Umfrage teilzunehmen. Ein Umfragefenster öffnet sich. Sie können eine von fünf Antworten anklicken.



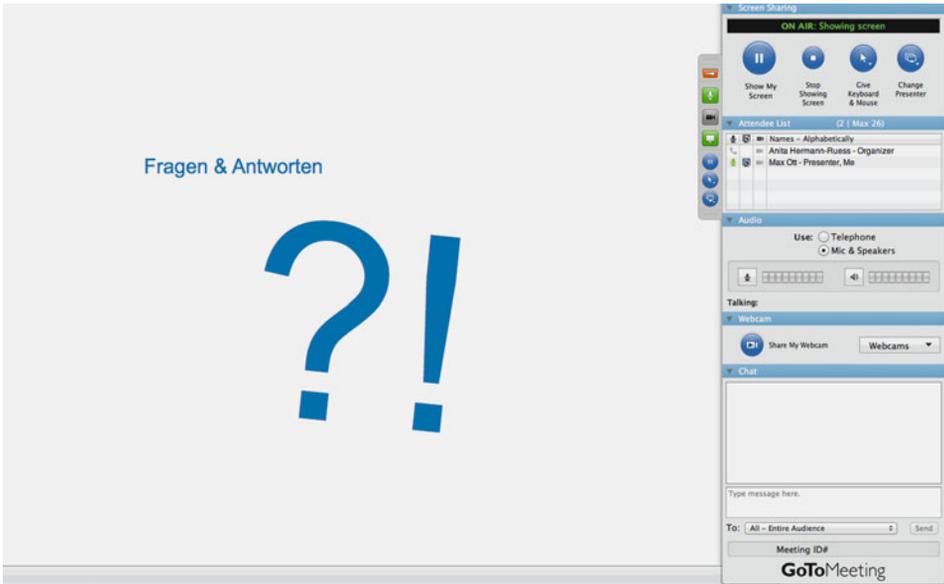
Nachdem Sie Ihre Antwort abgegeben haben, schließt der Moderator die Umfrage. Ganz gespannt warten Sie auf das Ergebnis, das dann auch sofort auf Ihrem Bildschirm erscheint, visualisiert als Balkendiagramm mit genauen Prozentangaben.



Die Präsentation ist spannend und fesselnd. Immer wieder werden Sie aufgefordert, zu chatten, abzustimmen, selbst etwas zu tun, zu schätzen ...



Zum Schluss fordert der Moderator noch einmal alle Teilnehmer auf, Fragen zu stellen. Sie tippen eine Frage, die Ihnen schon die ganze Zeit auf den Nägeln brannte, ins Chatfenster. Der Moderator reicht die Frage an den Experten weiter, der sie kompetent beantwortet.



Zum Schluss wiederholt der Präsentierende noch einmal seine zentralen Botschaften und endet mit einem Highlight. Der Moderator übernimmt wieder und verweist noch auf

die Folgemail, mit der Sie das Whitepaper und die Aufzeichnung der Präsentation erhalten. Er verabschiedet sich. Sie beenden das Programm und verlassen den virtuellen Präsentationsraum. Ein Fenster mit einer kurzen Umfrage öffnet sich. Sie werden gebeten, das Webinar zu bewerten, was Sie schnell mit einigen Klicks erledigen.

Am nächsten Tag erhalten Sie wie versprochen die Folgemail mit den Dokumenten. Nun können Sie sich in Ruhe das Whitepaper mit weiteren Details und Hinweisen durchlesen. Die Präsentation können Sie, wann immer Sie wollen, noch einmal ansehen oder an Ihre Kollegen weiterleiten. Sie sind begeistert. Denn Sie haben etwas Neues gelernt, das Sie weiterbringt, und Sie hatten eine gute Zeit – und das alles, ohne Ihr Büro zu verlassen, ohne Zeit zu verschwenden, ohne Reisekosten.

- ▶ **Tipp** Auf unserer Website www.dasgutewebinar.de finden Sie zwei unserer Webinare und Links zu weiteren Webinaren, die Sie kostenlos einsehen können.

Schauen wir uns nun an, was der Begriff genau bedeutet und wie er heute in unterschiedlichen Kontexten verwendet wird.

1.1.2 Was genau bedeutet „Webinare“?

Das One-to-many-Prinzip Am treffendsten lassen sich Webinare durch das **One-to-many-Prinzip** beschreiben: Es gibt einen Vortragenden und viele Zuhörer. Der Vortragende sitzt vor seinem Bildschirm und teilt diesen über eine Software mit seinen Zuhörern (Screensharing). Diese sehen auf ihren Bildschirmen und hören über Telefon oder VoIP (Internettelefonie) die Präsentation des Vortragenden.

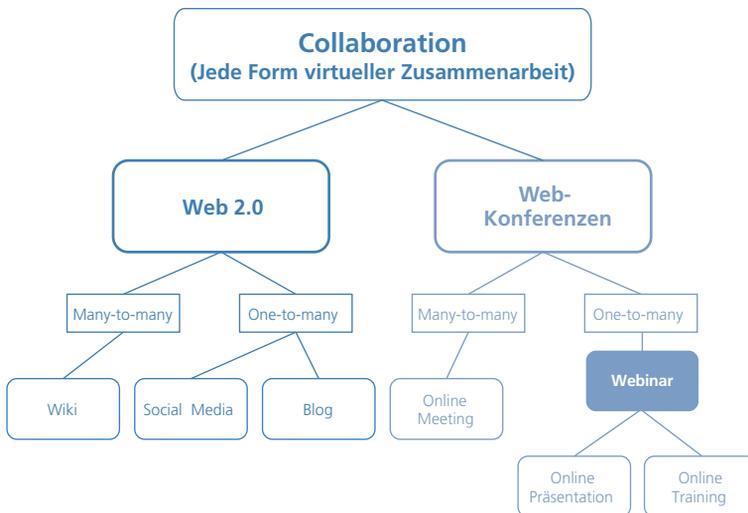


Über bestimmte Tools, die Sie in den nächsten Kapiteln genauer kennenlernen, wie Chat, Umfragen, Whiteboard, Applaus, Handheben, Webcam, und Screensharing können die virtuellen Teilnehmer mit dem Präsentierenden interagieren und kommunizieren. Die

Präsentation wird von ihm präzise vorbereitet und nicht ad hoc gehalten. Er steuert den gesamten vordefinierten Prozess. Im Gegensatz zur One-to-many-Kommunikation bedeutet Many-to-many-Kommunikation, dass alle Beteiligten sich untereinander austauschen, beispielsweise in einem ad hoc einberufenen virtuellen Meeting.



Many-to-many-Kommunikation findet immer dann statt, wenn sich Menschen zur Zusammenarbeit im virtuellen Raum treffen. Many-to-many- und One-to-many-Kommunikation nutzen dieselbe Software und dieselben Tools, die wir Ihnen in Kap. 2 genauer vorstellen. Das bedeutet, wenn Sie sich für eine Webinar-Software entscheiden, dann können Sie sie auch nutzen, um mit internen oder externen Partnern zusammenzuarbeiten. Der Überbegriff für Many-to-many- und One-to-many-Kommunikation heißt Collaboration, die Software heißt Collaboration-Software. Collaboration meint jede Form von virtueller Zusammenarbeit.



Die zwei Bedeutungen von „Webinar“ Wie wir in der folgenden Abbildung sehen können, hat der Begriff „Webinar“ heute zwei Bedeutungen: einerseits Onlinepräsentation und andererseits Onlinetraining. „Webinar“ bedeutet **nicht** immer Onlinetraining, was das Wort Webinar (Seminar im Web) nahelegt. Wenn heute ein Webinar angekündigt wird, können Sie davon ausgehen, dass es sich meist um eine interaktive Onlinepräsentation hauptsächlich zu Marketingzwecken handelt. Der Unterschied zum Onlinetraining liegt in der Zielsetzung: Beim Onlinetraining wird **Können** vermittelt, und nur Referenten mit didaktisch-methodischer Ausbildung sind hierzu wirklich befähigt. Eine Onlinepräsentation hingegen kann jeder halten, der präsentieren und verkaufen kann, da es hier darum geht, Menschen für seine Ideen, Konzepte und Produkte zu gewinnen. Das Ziel ist also **Kennen**, „Kennenlernen“ statt „Können“. Onlinepräsentationen können mit Tausenden von Zuhörern durchgeführt werden, bei Live-Onlinetrainings geht das nicht.

Die Unschärfe des Begriffs Webinar als Onlinetraining einerseits und Onlinepräsentation andererseits wird verstärkt durch die Tatsache, dass beide dieselben Programme und Tools nutzen (Kap. 2) und die Grenze zwischen „nachhaltig etwas kennenlernen“ (Präsentation) und „nachhaltig etwas können“ (Training) fließend ist. Meist ist ein Onlinetraining kostenpflichtig, Marketing-Webinare sind es in der Regel nicht.

Je mehr wir uns von der ONLINEPRÄSENTATION zum ONLINETRANING begeben, umso weniger werden wir **frontal** präsentieren – umso mehr **interaktive** Elemente werden wir einsetzen. Das ist ähnlich wie beim konventionellen Präsentieren: Auch hier nutzen Sie Vorträge, Präsentationen, Seminare – je nachdem, mit welchem Format Sie Ihr Ziel am besten erreichen.



Der Fokus in diesem Buch liegt auf der ersten Bedeutung des Begriffs Webinar. Da wir auch auf interaktive Elemente eingehen werden und die Grenze zwischen Kennen und Können fließend ist, werden wir immer wieder Hinweise für Onlinetrainings geben. Somit