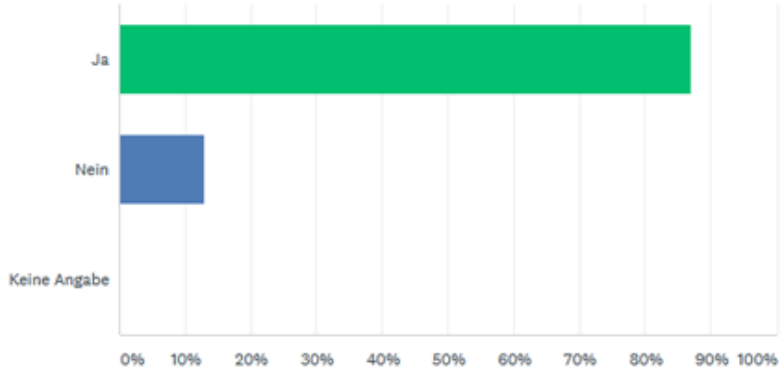
Frosch Text Coaching
www.frosch.biz

Die Corona-Umfrage Juli 2020: Ergebnisse

In der C-Phase haben wir die Zahl der Online-Seminare erhöht

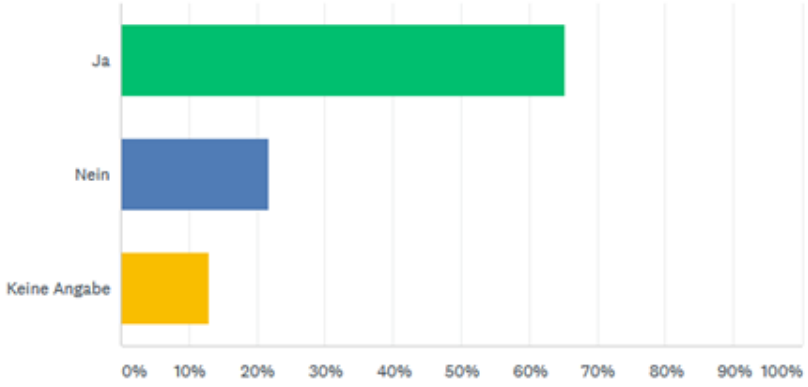
Answered: 23 Skipped: 0



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Ja	86,96%	20
Nein	13,04%	3
Keine Angabe	0,00%	0

in der C-Phase haben wir die Qualifizerung von Dozent*innen für Online-Seminare intensiviert (z.B. mit train-the-online-trainer-Angeboten)

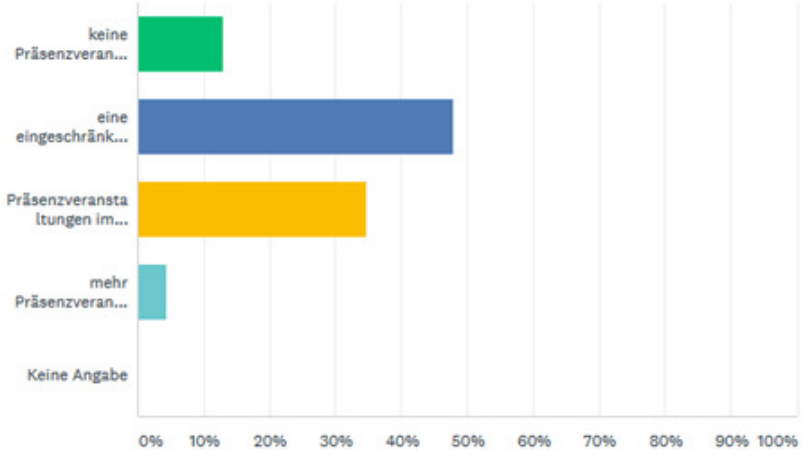
Answered: 23 Skipped: 0



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Ja	65,22%	15
Nein	21,74%	5
Keine Angabe	13,04%	3

Für den Herbst planen wir

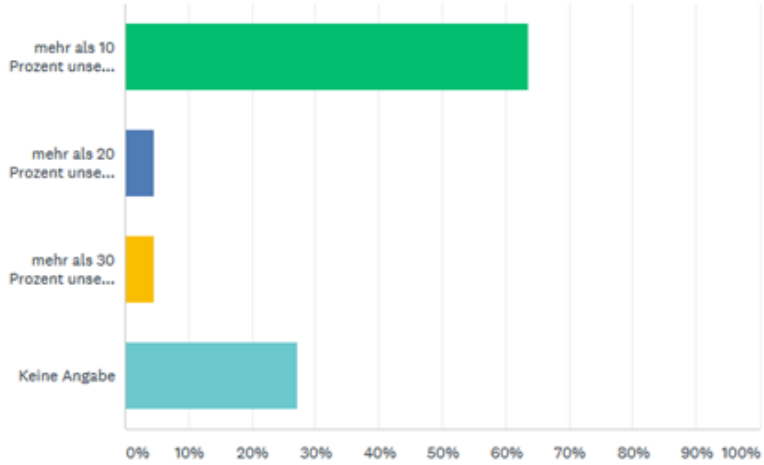
Answered: 23 Skipped: 0



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
keine Präsenzveranstaltungen	13,04%	3
eine eingeschränkte Zahl an Präsenzveranstaltungen	47,83%	11
Präsenzveranstaltungen im üblichen Umfang	34,78%	8
mehr Präsenzveranstaltungen als üblich	4,35%	1
Keine Angabe	0,00%	0

Für 2021 planen wir

Answered: 22 Skipped: 1



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
mehr als 10 Prozent unseres Angebots als Online-Seminare	63,64%	14
mehr als 20 Prozent unseres Angebots als Online-Seminare	4,55%	1
mehr als 30 Prozent unseres Angebots als Online-Seminare	4,55%	1
Keine Angabe	27,27%	6

© Günther Frosch 2020

6 Beobachtungen zur Erwachsenenbildung in Corona-Zeiten

1. **Online-Angebote werden dauerhaft wichtig bleiben.**

Einige Stimmen dazu: „Onlineangebote werden zunehmen, neue Formate … wir haben den digitalen Bereich für unsere Bildungsarbeit entdeckt und werden den auch nach der Krise weiter ausbauen … Steigendes Interesse an digitalen Angeboten … die Online-Angebote werden wahrscheinlich wieder ein wenig zurückgehen, werden aber nicht mehr wegzudenken sein."

2. **In Kontakt und im Gespräch bleiben, das ist in diesen Zeiten eine wesentliche Herausforderung. Dabei ist zum Beispiel das Telefon ein wichtiges Instrument.**

Einige Stimmen dazu: „Präsent bleiben, auf Beziehung setzen … alles dafür tun, dass persönliche Begegnungen möglich sind … es ist umso wichtiger in diesen unruhigen Zeiten in Kontakt und im Gespräch zu bleiben."

3. **Die Kundenansprache wird individueller.**

Einige Stimmen dazu: „Ansprache des idealen Kunden ist besonders wichtig … mehr Rücksicht auf individuelle Bedürfnisse des Kunden/Klienten … noch mehr "Einzelarbeit", d.h. gezielter, direkter ansprechen."

4. **Das Anmeldeverhalten der Kundinnen und Kunden wird weniger vorhersagbar. Bereits in den letzten Jahren gab es den Trend zu immer kurzfristigeren An-, Um- und Abmeldungen. Das verstärkt sich nun und wirkt sich auch auf die Planung aus.**

Einige Stimmen dazu: „Kurzfristigere Anmeldungen bei den Teilnehmenden … große Unsicherheit bei möglichen Teilnehmenden – und daher wenig Anmeldungen … die Veranstalter behalten sich eine kurzfristige Absage vor … flexibler, unbürokratischer (z. B. kostenfreie Stornierungen) … kürzere Abstände zwischen Planung und Durchführung bei digitalen Angeboten."

5. **Aktuell kostenfreie oder nicht kostendeckende Online-Angebote müssen in der nächsten Zeit nachjustiert und realistisch bepreist werden. Die „Umsonst-Mentalität", die rund um Online-Angebote teilweise anzutreffen ist, ist auf Dauer nicht gesund für die Bildungsbranche.**

Einige Stimmen dazu: „Virtuell ist vieles kostenfrei (und das ist toll!), aber ist das auch strategisch/inhaltlich/konzeptionell richtig? Steckt nicht die gleiche Vorbereitung/der gleiche Inhalt darin? … mehr Gratis-Testangebote … Bedürfnis nach physischen Fortbildungen steigt. Gleichzeitig werden manche Auftraggeber digitale Angebote aus Kostengründen präferieren."

6. **Die Menschen wollen sich auch wieder in „realen" Räumen begegnen.**

Einige Stimmen dazu: „Bedürfnis nach physischen Fortbildungen steigt … einerseits mehr Online-Angebote, aber wegen der menschlichen Kontakte im Therapie-Bereich auch ein MEHR an Präsenz-Seminaren und -Beratungen mit weniger Personen – als Ausgleich fürs "Sozial-Fasten" in 2020."

© Günther Frosch 2020