

# Dein persönlicher Strategie-Fragebogen

**Thema: Status Quo, Zielbild und Didaktische DNA**

## **Ziel dieses Fragebogens:**

Bevor wir Videos drehen oder LMS-Kurse einrichten, müssen wir das Fundament gießen. Wir klären hier das „Warum“ und das „Wohin“. Bitte nimm dir für die Beantwortung ca. 30 Minuten Zeit.

Der Fragebogen integriert die Prinzipien des Constructive Alignment, der Agilen Didaktik und des Learning Experience Design (LXD). Er dient nur dir selbst zu deiner Orientierung während unseres Trainingslagers zum Flipped Classroom.

***Bewahre ihn auf und nimm ihn bei Bedarf immer wieder zur Hand, korrigiere und ergänze deine Antworten darin!***

## **Inhalt:**

Teil A: Die Problemstellung (Dein Schmerzpunkt) .....	2
Teil B: Die Zielgruppe (Personas & Bedürfnisse) .....	3
Teil C: Die Zielsetzung (Constructive Alignment, Agile Didaktik) ..	4
Teil D: Die Strategie (Dein Weg zum Flipped Classroom) .....	5
Teil E: Für Freelancer & Upseller (dein Geschäftsmodell) .....	6

## **Teil A: Die Problemstellung (Dein Schmerzpunkt)**

*Hier analysieren wir, warum eine Veränderung notwendig ist. Dies dient deiner Motivation und der Schärfung des Geschäftsmodells.*

1. **Das „Hamsterrad“:** Beschreibe deine aktuelle Situation. Welche Teile deiner Arbeit empfindest du als repetitiv, ineffizient oder ermüdend (z. B. „Ich erkläre fünfmal die Woche dasselbe“, „Teilnehmer sind passiv“)?

2. **Die Lücke:** Wo stellst du am Ende deiner bisherigen Kurse/Seminare/Coachings fest, dass die Teilnehmer trotz deines Inputs die gewünschten Ergebnisse nicht erreichen? Wo klafft die Lücke zwischen „Gesendet“ und „Empfangen“?

3. **Ressourcen-Check:** Wie viel Zeit verbringst du aktuell pro Durchlauf mit reiner Wissensvermittlung (Vortrag), die theoretisch konservierbar wäre?

## **Teil B: Die Zielgruppe (Personas & Bedürfnisse)**

*Wir nutzen hier Ansätze aus dem Learning Experience Design (LXD), um die Lernenden ins Zentrum zu stellen.*

**4. Die Persona:** Beschreibe kurz einen typischen „idealen“ Teilnehmer (Alter, Beruf, Vorwissen). Was ist dessen dringendstes Problem, das er durch deinen Kurs lösen will?

**5. Die Heterogenität:** Worin unterscheiden sich deine Teilnehmer am stärksten (z. B. Vorwissen, Tempo, Motivation)? Wo bremst diese Heterogenität deine aktuelle Arbeit mit ihnen am meisten aus?

**6. Der „New Learning“ Faktor:** Wie hoch schätzt du die Fähigkeit deiner Zielgruppe zur Selbststeuerung ein? Brauchen sie enge Führung oder suchen sie Autonomie?

## Teil C: Die Zielsetzung (Constructive Alignment, Agile Didaktik)

*Hier definieren wir die Transformation. Wir wechseln vom „Stoff“ zur „Kompetenz“.*

**7. Die „Agile Pointe“ (kraftvolles Ziel):** Wenn deine Teilnehmer in einem Jahr alles vergessen haben – was ist die eine Sache (Erkenntnis, Haltung, Fähigkeit), die unbedingt hängen bleiben muss? Formuliere dies in einem Satz.

**8. Vom Wissen zum Können (Bloom'sche Taxonomie):** Was sollen deine Teilnehmer am Ende wissen (Basis = Fakten, Begriffe)? – und was sollen die Teilnehmer am Ende tun können (Spitze der Pyramide = Analyse, Kreation)?

### 9. Das Transformations-Versprechen:

- Für Freelancer: Welches konkrete Ergebnis hat der Kunde nach dem Coaching, das er vorher nicht hatte? (z. B. „Er hat einen fertigen Marketingplan“, nicht „Er weiß, wie Marketing geht“).

- Für Dozenten: Welche Prüfungsleistung soll sich signifikant verbessern?

## **Teil D: Die Strategie (Dein Weg zum Flipped Classroom)**

*Erste Weichenstellungen für das Format.*

**10. Die „30-Prozent-Diät“:** Wenn du deinen bisherigen Stoffumfang radikal kürzen müsstest: welche Themen sind „Nice to have“ (und fliegen raus oder werden Bonus-Material) und welche sind der absolute „Rote Faden“ (Need to have)?

**11. Die Kontaktzeit (synchrone Phase):** Wofür ist dir die gemeinsame Zeit mit den Teilnehmern eigentlich zu schade (z. B. Vortragen von Definitionen)? Und wofür hättest du gerne viel mehr Zeit (z. B. Feedback, Diskussion, Üben)?

**12. Make or Buy:** Gibt es Themenbereiche, für die es bereits exzellente Erklärvideos von anderen gibt? Wo könntest du sie einsetzen, statt selbst zu produzieren?

## **Teil E: Für Freelancer & Upseller (dein Geschäftsmodell)**

*Nur auszufüllen, wenn du deinen Kurs verkaufen willst.*

**13. Skalierung vs. Exklusivität:** Skalierung vs. Exklusivität: Welcher Teil deines Wissens ist standardisierbar (Skalierung -> Video) und welcher Teil benötigt deine individuelle 1:1-Expertise (High-Ticket -> Coaching)?

**14. Das Asset:** Das Asset: Welche Rolle sollen dauerhafte „Assets“ (wie zeitlose Videos) in deinem Geschäftsmodell spielen, um dein Einkommen langfristig von deiner direkten Arbeitszeit zu entkoppeln?