

GoWebinar.Net startet Partnerprogramm für KMU: Webinare einfach, bezahlbar und ohne Technikstress nutzen

Neues Gowebinar.net -Angebot unterstützt kleine und mittlere Unternehmen dabei, erklärungsbedürftige Produkte über strukturierte Webinare verständlich zu machen

BERLIN, BRANDENBURG, GERMANY, June 9, 2026 /EINPresswire.com/ -- Neues Partnerstart-Angebot unterstützt kleine und mittlere Unternehmen dabei, erklärungsbedürftige Produkte und Dienstleistungen über strukturierte [Webinare für KMU](#) verständlich zu machen, Vertrauen aufzubauen und qualifizierte Anfragen zu gewinnen.



Ein Unternehmer bereitet ein Webinar vor: GoWebinar Network unterstützt KMU dabei, erklärungsbedürftige Angebote verständlich zu präsentieren und professionelles Webinar Marketing aufzubauen.

GoWebinar.Network stellt mit „[gowebinar Partnerstart](#)“ ein neues Einstiegsangebot für kleine und mittlere Unternehmen, Berater, Coaches, Trainer, Softwareanbieter, SaaS-Unternehmen, Spezialdienstleister und Fachanbieter vor, die mit Webinaren arbeiten möchten, bisher aber an Technik, Präsentationsaufwand, Teilnehmergebung oder fehlender Struktur gescheitert sind.

“

Webinare für KMU helfen dabei, komplexe Leistungen verständlich zu machen, Vertrauen aufzubauen und Interessenten strukturiert zum nächsten Schritt zu führen.“

Harald de Vries - CEO

Das Webinare für KMU Angebot richtet sich insbesondere an Unternehmen, deren Produkte oder Dienstleistungen nicht mit drei kurzen Werbesätzen erklärt werden können. Genau dort liegt nach Einschätzung von [GoWebinar.net](#) eines der größten Vertriebsprobleme vieler kleiner Anbieter: Das Angebot ist gut, der Nutzen ist vorhanden,

das Fachwissen ist stark – aber potenzielle Kunden verstehen nicht schnell genug, warum die

Lösung relevant ist, wie sie funktioniert und weshalb der nächste Schritt sinnvoll ist.

Mit gowebeinar Partnerstart will GoWebinar.net diese Lücke schließen. Das Programm ermöglicht einen stufenweisen Einstieg in den Webinarvertrieb – von der kostenlosen Beteiligung an einem gemeinsamen Webinar bis hin zum vollständigen Plattformzugang für eigene Live-Webinare, Serien-Webinare, Replay-Seiten, Landingpages, Mailabläufe und AI-gestützte Webinarprozesse.

„Viele gute Angebote werden nicht gekauft, weil sie nicht schnell genug verstanden werden“, erklärt Harald de Vries, verantwortlich für GoWebinar.net. „Gerade kleine Anbieter, Fachberater, Coaches, Softwareunternehmen und Spezialdienstleister haben häufig ein echtes Problem: Sie können sehr viel, aber ihr Markt versteht es nicht sofort. Ein gutes Webinar ist in solchen Fällen keine Show, sondern ein geführtes Erklärungsgespräch mit mehreren Interessenten gleichzeitig.“

Das neue Partnerstart-Modell setzt bewusst niedrigschwellig an. Anbieter müssen keine fertige Präsentation, keine Bühnenerfahrung, keine eigene Webinar-Technik und keine große Reichweite mitbringen. Entscheidend ist ein klares Angebot, echtes Fachwissen und die Bereitschaft, das eigene Thema verständlich zu erklären. GoWebinar.net übernimmt je nach gewählter Stufe Struktur, technische Durchführung, Moderation, Sichtbarkeit, Landingpage-Aufbau, Podcast-Integration, Plattformzugang und unterstützende AI-Funktionen.

Der Hintergrund: Gerade bei erklärungsbedürftigen Produkten und Dienstleistungen reicht klassische Werbung oft nicht aus. Eine Anzeige erzeugt Aufmerksamkeit, aber noch kein Verständnis. Eine Website liefert Informationen, beantwortet aber nicht automatisch Einwände. Ein Erstgespräch ist wertvoll, kostet aber Zeit und skaliert nur begrenzt. Webinare für KMU



Ein Unternehmer analysiert seinen Webinar-Funnel: GoWebinar Network hilft KMU, aus Problem, Erklärung, Vertrauen und Angebot einen klaren Vertriebsprozess für Webinare aufzubauen.



Gemeinsame Webinarplanung für KMU: GoWebinar.Network unterstützt Anbieter dabei, Thema, Nutzen, Fragen, Angebot und Replay zu einem strukturierten Webinar-Marketing-Prozess zu verbinden.

können diese Lücke schließen, weil es Problem, Lösung, Nutzen, Beispiele, Einwände, Preislogik und nächsten Schritt in einer nachvollziehbaren Reihenfolge aufbereitet.

GoWebinar.net beschreibt das Webinar deshalb nicht als einmalige Präsentation, sondern als skalierbares Vertriebsasset. Ein sauber aufgebautes Webinar kann live durchgeführt, aufgezeichnet, als Replay genutzt, in E-Mail-Strecken eingebunden, für spätere Kampagnen angepasst und als wiederkehrender Baustein im Vertrieb eingesetzt werden. Besonders interessant ist dies für KMU, die erklärungsintensive Angebote verkaufen, aber nicht über große Vertriebsteams oder hohe Werbebudgets verfügen.

Das Partnerstart-Angebot umfasst drei Stufen.

Die erste Stufe „Mitmachen“ ist ein kostenloser Einstieg. Anbieter bringen Fachwissen, Thema und Angebot ein. GoWebinar.net entwickelt daraus ein gemeinsames Webinar unter gowebinar.net. Die technische Durchführung, Grundstruktur und Umsetzung laufen über die Plattform. Entstehen aus dem Webinar Einnahmen, erhält der Anbieter eine Beteiligung von 30 Prozent. Damit eignet sich diese Stufe besonders für Unternehmen, die Webinarvertrieb zunächst testen möchten, ohne vorab in Technik, Präsentationen oder Plattformzugang zu investieren.

Die zweite Stufe „Sichtbar werden“ richtet sich an Anbieter, die im Webinar als Fachpartner erkennbar auftreten möchten. Für den Einführungspreis von 199 Euro – später 599 Euro – werden Name, Logo, Website und Kontaktmöglichkeit eingebunden. Zusätzlich erstellt GoWebinar.net eine passende Landingpage für das Webinar oder die Fachpartner-Positionierung. Ergänzend ist ein Podcast vorgesehen, in dem sich der Anbieter und sein Thema



Angebot prüfen lassen: Über GoWebinar Network können KMU ihre Webinar-Idee einreichen und den passenden Einstieg in professionelles Webinar Marketing vorbereiten.



Drei Einstiegsstufen für Webinare für KMU: Mitmachen, sichtbar werden oder selbst starten – GoWebinar Network bietet flexible Pakete für professionelles Webinar Marketing.

vorstellen können. Die Umsatzbeteiligung steigt in dieser Stufe auf 50 Prozent. Diese Variante ist besonders für Unternehmen geeignet, die Vertrauen, Wiedererkennbarkeit und eine klarere Positionierung benötigen, aber noch keinen vollständigen eigenen Plattformbetrieb aufbauen möchten.

Die dritte Stufe „Selbst starten“ bietet den vollen Plattformzugang. Für den Startpartner-Preis von 948 Euro erhalten Anbieter Zugang zu gowebinar.net und können eigene Live-Webinare, Serien-Webinare, Meeting-Räume, Landingpages, Replay-Seiten, Mailabläufe und eigene Leadprozesse aufbauen. Die Plattform umfasst unter anderem einen Landingpage Builder, Webinarräume, Replay-Funktionen, E-Mail-Abläufe, AI-Suite, Marketing- und Newsletter-Einbindung sowie die Möglichkeit, eigene Anmeldungen und Leads für eigene Webinare zu nutzen. Diese Stufe ist für Unternehmen gedacht, die Webinare dauerhaft als Vertriebs-, Schulungs-, Beratungs- oder Demonstrationsformat einsetzen möchten.

Ein zentraler Bestandteil der Plattform ist die AI-Suite. Sie unterstützt Anbieter dabei, aus einer Idee, einem bestehenden Angebot, einer Website oder wenigen Produktinformationen ein vollständiges Webinar- und Verkaufssystem zu entwickeln. Dazu gehören Webinarideen, Gliederungen, verkaufsorientierte Skripte, Präsentationsfolien, Landingpage-Texte, Replay-Seiten, Einladungs- und Erinnerungsmails, FAQ, Follow-up-Kommunikation und Angebotsformulierungen. Ziel ist nicht die Erstellung einzelner Texte, sondern der Aufbau eines zusammenhängenden Vertriebsprozesses.

„Die meisten Anbieter scheitern nicht daran, dass sie nichts zu sagen hätten“, so de Vries. „Sie scheitern daran, dass ihr Wissen nicht in eine klare Dramaturgie gebracht wird. Ein Webinar braucht eine Struktur: Problem, Relevanz, Lösung, Beispiele, Einwände, Angebot und nächster Schritt. Genau dabei hilft die Kombination aus Plattform, redaktioneller Unterstützung und AI-Suite.“

Neben Live-Webinaren unterstützt GoWebinar.net auch automatisierte Webinarformate. Dazu gehören Evergreen-Webinare, Like-Live-Termine, Just-in-Time-Webinare und Replays. Dadurch kann ein einmal entwickeltes Thema mehrfach genutzt werden. Für KMU ist das besonders relevant, weil der Vertrieb dadurch nicht ausschließlich von persönlicher Verfügbarkeit abhängig bleibt. Ein gut vorbereitetes Webinar kann Interessenten informieren, typische Fragen beantworten und sie gezielt zur Demo, Anfrage, Buchung oder zum Kauf führen.

Die Plattform ist ausdrücklich nicht nur für klassische Online-Kurse gedacht. Sie eignet sich für Beratung, Agenturen, Software, Finanzierung, Coaching, Schulung, B2B-Dienstleistungen, Expertenangebote, technische Lösungen und High-Ticket-Produkte. Entscheidend ist, dass das Angebot erklärungsbedürftig ist und ein klarer nächster Schritt definiert werden kann. Dieser nächste Schritt kann eine Beratung, eine Demo, ein Angebot, ein Erstgespräch, ein Kauf, eine Partneranfrage oder eine konkrete Anmeldung sein.

Der Ablauf des Partnerstarts ist bewusst einfach gehalten. Anbieter reichen zunächst ihr

Angebot ein und beschreiben Zielgruppe, Problemfeld, typische Fragen, häufige Einwände, vorhandene Materialien und gewünschtes Vertriebsziel. GoWebinar.net prüft anschließend, ob das Thema verständlich, relevant und webinarfähig ist. Danach wird gemeinsam entschieden, welche Stufe passt: kostenlos mitmachen, als Fachpartner sichtbar werden oder mit vollem Plattformzugang selbst starten. Anschließend werden Titel, Zielgruppe, Nutzen, Ablauf, Angebotslogik, Einwände und Call-to-Action vorbereitet. Nach dem ersten Webinar wird ausgewertet, was funktioniert hat und welche Weiterentwicklung sinnvoll ist.

Besonders wichtig ist GoWebinar.Net dabei ein realistischer Umgang mit Erwartungen. Die Plattform versteht sich nicht als Wundermittel und gibt keine Garantie für bestimmte Teilnehmerzahlen, Verkäufe oder Umsätze. Der Erfolg hängt weiterhin wesentlich von Angebot, Zielgruppe, Preis, Vertrauen, Positionierung, Nachbereitung und aktiver Mitwirkung des Anbieters ab. GoWebinar Network stellt Struktur, Plattform, Unterstützung und Vermarktungsmöglichkeiten bereit. Das Angebot selbst und die Bereitschaft zur Zusammenarbeit bleiben entscheidend.

Für viele KMU kann genau dieser nüchterne Ansatz attraktiv sein. Statt mit großen Versprechen zu starten, setzt gowebinar Partnerstart auf einen testbaren Einstieg. Anbieter können zunächst prüfen, ob ihr Thema im Webinarformat funktioniert. Erst wenn sichtbar wird, dass Erklärung, Nutzenversprechen und Zielgruppe zusammenpassen, kann der nächste Schritt erfolgen: mehr Sichtbarkeit, eine eigene Landingpage, ein Podcast, eigene Webinare oder der vollständige Plattformbetrieb.

Das Modell trifft einen wachsenden Bedarf im Mittelstand. Viele kleine und mittlere Unternehmen stehen vor derselben Herausforderung: Ihre Leistungen werden komplexer, ihre Zielgruppen kritischer und ihre Vertriebswege digitaler. Gleichzeitig fehlt oft die Zeit, einen vollständigen Webinar-Funnel selbst zu entwickeln. Wer alles allein lösen will – Technik, Skript, Präsentation, Landingpage, Einladungen, Reminder, Replay, Nachfassmails und Einwandbehandlung –, verschiebt den Start häufig immer wieder. GoWebinar.net will diese Einstiegshürde reduzieren.

Ein typisches Beispiel ist ein Softwareanbieter, dessen Lösung mehrere Prozesse verbessert, aber auf der Website nur schwer in wenigen Sekunden erklärbar ist. Ein Webinar kann hier zeigen, welches Problem gelöst wird, wie der Ablauf aussieht, welche Fehler vermieden werden und warum sich eine Demo lohnt. Ähnlich gilt dies für Berater, Finanzierungsexperten, Coaches, Trainer, Spezialdienstleister oder Anbieter technischer Lösungen. Je erklärungsbedürftiger das Angebot, desto wichtiger ist ein Format, das nicht nur Aufmerksamkeit erzeugt, sondern Verständnis aufbaut.

GoWebinar.net sieht Webinare für KMU deshalb als Brücke zwischen Marketing und Vertrieb. Marketing bringt Interessenten in Kontakt mit dem Thema. Das Webinar führt sie durch die Entscheidung. Der Vertrieb erhält anschließend besser vorbereitete Anfragen, weil zentrale Fragen bereits beantwortet wurden. Damit kann ein Webinar insbesondere für kleinere Anbieter

eine wichtige Rolle spielen, wenn klassische Anzeigen zu teuer, persönliche Erstgespräche zu zeitintensiv oder Website-Texte allein zu schwach sind.

Interessierte Anbieter können ihr Angebot direkt über die Partnerstart-Seite prüfen lassen. Dort werden unter anderem Kontaktdaten, Angebotsart, Zielgruppe, typische Fragen der Kunden, häufige Einwände, mögliche Webinaridee, gewünschtes Vertriebsziel und bevorzugte Einstiegsstufe abgefragt. Die Prüfung des Themas ist kostenlos. Anbieter benötigen keine vorherige Webinarerfahrung. Entscheidend ist, dass ein echtes Angebot vorhanden ist und ein sinnvoller nächster Schritt für Interessenten definiert werden kann.

Über GoWebinar.net

GoWebinar.network ist eine Plattform für erklärungsbedürftige Produkte, Webinare und Anbieter, die Schritt für Schritt in den Webinarvertrieb einsteigen möchten. Die Plattform verbindet Live-Webinare, automatisierte Webinare, Landingpages, Replay-Seiten, Mailabläufe, AI-gestützte Skript- und Präsentationserstellung sowie unterstützende Vertriebslogik. Ziel ist es, aus Fachwissen verständliche Webinarformate zu entwickeln, die Interessenten informieren, Einwände aufgreifen und zu konkreten nächsten Schritten führen.

GoWebinar.Network richtet sich insbesondere an kleine und mittlere Unternehmen, Berater, Coaches, Trainer, Softwareanbieter, SaaS-Unternehmen, Spezialdienstleister, Agenturen, Finanzierungsanbieter, Schulungsanbieter und B2B-Dienstleister mit erklärungsbedürftigen Angeboten.

Kontakt

GoWebinar.Network

E-Mail: [info\(@\)gowebinar.network](mailto:info(@)gowebinar.network)

Webseite: <https://gowebinar.net>

Partnerstart: <https://gowebinar.net/gowebinar-partnerstart>

Medienkontakt

GoWebinar Network

Presse / Kommunikation

Ansprechpartner: Harald de Vries

E-Mail: [info\(@\)gowebinar.network](mailto:info(@)gowebinar.network)

Webseite: <https://gowebinar.net>

GoWebinar.Network ist Bestandteil der KMU.NETWORK DACH Familie.

Harald de Vries

KMU.NETWORK

+44 845 891 0231

[email us here](#)

Visit us on social media:

LinkedIn
Instagram
Facebook
YouTube
TikTok
X
Other

This press release can be viewed online at: <https://www.einpresswire.com/article/918134405>

EIN Presswire's priority is source transparency. We do not allow opaque clients, and our editors try to be careful about weeding out false and misleading content. As a user, if you see something we have missed, please do bring it to our attention. Your help is welcome. EIN Presswire, Everyone's Internet News Presswire™, tries to define some of the boundaries that are reasonable in today's world. Please see our Editorial Guidelines for more information.

© 1995-2026 Newsmatics Inc. All Right Reserved.