

# **Factsheet: Organisation & Moderation von Webinaren**

*Institut zur Förderung digitaler Mediennutzung – WerdeDigital.at  
Mag. David Röthler*

## **IMPRESSUM**

Medieninhaber und Herausgeber: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz,  
Stubenring 1, 1010 Wien ▪

Herstellungsort: Wien ▪

Autor: Mag. David Röhler

1. Auflage, Wien 2017

Die Nicht-kommerzielle Vervielfältigung und Verbreitung ist ausdrücklich erlaubt unter Angabe der  
Quellen Institut zur Förderung digitaler Mediennutzung – WerdeDigital.at , Mag. David Röhler und  
Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz sowie der Website

**[www.sozialministerium.at](http://www.sozialministerium.at)**

Download:

**[https://www.sozialministerium.at/site/Soziales\\_und\\_KonsumentInnen/Soziale\\_Themen/SeniorInnenpolitik/Lebenslanges\\_Lernen\\_und\\_Bildung/](https://www.sozialministerium.at/site/Soziales_und_KonsumentInnen/Soziale_Themen/SeniorInnenpolitik/Lebenslanges_Lernen_und_Bildung/)**

# INHALT

|   |           |
|---|-----------|
| <b>IMPRESSUM</b>  | <b>2</b>  |
| <b>INHALT</b>   | <b>3</b>  |
| <b>EINLEITUNG</b>   | <b>4</b>  |
| <b>1. PLANUNG</b>   | <b>5</b>  |
| 1.1. THEMENSETZUNG  | 5         |
| 1.2. TECHNISCHE VORBEREITUNG  | 5         |
| 1.3. TERMINFINDUNG  | 6         |
| <b>2. ÖFFENTLICHKEITSARBEIT</b>   | <b>7</b>  |
| <b>3. FORMAT</b>  | <b>9</b>  |
| 3.1. EXPERT_INNENINPUT ODER PEER-TO-PEER                                    | 9         |
| 3.2. PODIUMSDISKUSSION MIT PUBLIKUMSBETEILIGUNG                             | 9         |
| 3.3. INTERVIEW ALS WEBINAR  | 10        |
| 3.4. HYBRIDES WEBINAR   | 10        |
| 3.5. MOBILES WEBINAR  | 10        |
| 3.6. WEITERE ASPEKTE  | 11        |
| 3.6.1. OFFENHEIT VERSUS GESCHLOSSENHEIT                                     | 11        |
| 3.6.2. FLIPPED CLASSROOM  | 11        |
| 3.6.3. GUIDELINES   | 12        |
| <b>4. MODERATION</b>  | <b>13</b> |
| 4.1. START DES WEBINARS   | 13        |
| 4.1.1. VORSTELLUNGSRUNDE  | 13        |
| 4.2. MODERATIONSTOOLS   | 13        |
| 4.2.1. EINSATZ VON CHAT, UMFRAGEN, WHITEBOARDS, KOLLABORATIVEN TEXTEDITOREN | 13        |
| 4.2.2. KLEINGRUPPENARBEIT   | 14        |
| 4.3. MODERATION DURCH ZWEI PERSONEN   | 14        |
| 4.4. WEITERE TIPPS ZUR MODERATION   | 15        |
| <b>5. EVALUATION</b>  | <b>16</b> |
| <b>6. DOKUMENTATION</b>   | <b>17</b> |

## **EINLEITUNG**

Das vorliegende Factsheet „Organisation und Moderation von Webinaren“ basiert auf dem bereits im September 2017 erschienenen Factsheet „Webinare & Videokonferenzen“ und richtet sich ebenso an alle Personen, die im Bildungsbereich tätig sind und insbesondere Angebote für Senior/innen organisieren und durchführen.

Während die erste Publikation über Einsatzmöglichkeiten sowie Soft- und Hardware einen Überblick gibt, geht die vorliegende Darstellung, auf organisatorische Aspekte bei Planung und Umsetzung ein. Im Detail werden Fragen der Themenfindung, Terminfestlegung und Bewerbung erörtert. Darüber hinaus werden Hinweise zum Format und zur Moderation, zur Dokumentation und Evaluierung gegeben.

Der Begriff „Webinar“ ist eine Wortschöpfung bestehend aus Web und Seminar. Dieser wird häufig für Webmeetings zu Bildungszwecken verwendet.

Die wesentlichen Elemente dieser Kommunikationsform bzw. dieses Bildungsformats sind:

- Gleichzeitigkeit im Gegensatz zur zeitversetzten Kommunikation bei z.B. Weblogs oder Social Networks wie Facebook
- Möglichkeit der direkten Interaktion: Fragemöglichkeit, Diskussion
- Multimedialität durch Video, Audio, Textchat, Präsentation, Whiteboards, Bildschirmfreigabe für alle Teilnehmenden
- Hohe Authentizität aufgrund des Live-Charakters

# 1. PLANUNG

## 1.1. Themensetzung

Ausgangspunkt für das Thema ist die Feststellung eines Informations- oder Kommunikationsbedürfnisses. Beispielsweise kann davon ausgegangen werden, dass die Zielgruppe der Älteren zum Beispiel Bedarf an Information zu Themen wie Gesundheit, Reisen, Finanzen oder Wohnen hat. Wichtig ist nun aber eine Fokussierung des Themas. Dazu sollten wir nach Möglichkeit wissen, dass z.B. besonders Reisedestinationen für ältere Singles oder Information zu aktuellen Änderungen im Pensionsrecht von Interesse sind. Das Thema muss so eingegrenzt werden, dass es einerseits gut verständlich und attraktiv der Zielgruppe vermittelt werden kann, andererseits aber auch innerhalb der zur Verfügung stehenden Zeit ausreichend umfassend präsentiert und diskutiert werden kann.

Als sinnvolle Dauer für Live-Webmeetings kann von maximal 60 Minuten ausgegangen werden. Ansonsten würde die Konzentrationsfähigkeit leiden. Gegebenenfalls lässt sich ein Thema auf mehrere jeweils 60 Minuten lange Termine aufteilen.

## 1.2. Technische Vorbereitung

Insbesondere Moderator/in und eingeladene Expert/innen sollten sicherstellen, dass die technische Ausstattung zu guter Bild- und Tonqualität führt. Der Ton ist dabei wichtiger als das Bild. Headsets oder gute Mikrofone sind eine wesentliche Voraussetzung für gelungene Webinare. Ebenso sollte auf die Stabilität der Internetverbindung geachtet werden. Einer fixen Verkabelung ist gegenüber WLAN der Vorzug zu geben. Die Webcam sollte ein scharfes Bild liefern. Gegenlicht (nicht direkt vor dem Fenster sitzen) ist zu vermeiden, da sonst die Gesichtszüge nicht mehr erkennbar sind. Der Hintergrund sollte neutral oder passend zum Webinareninhalt gewählt werden. Profis oder experimentierfreudige Expert/innen und Moderator/innen können auch Greenscreens (oder Bluescreens)<sup>1</sup> einsetzen, um den Hintergrund frei zu wählen.

Eine Testsession zwischen Moderator/in und eingeladenen Expert/innen ein paar Tage vor dem Webinar kann unangenehme Überraschungen verhindern und gleichzeitig dazu dienen, Format und Inhalte zu besprechen.

---

<sup>1</sup> <https://de.wikipedia.org/wiki/Bluescreen-Technik>

Ebenso können ein oder mehrere Testtermine (jeweils zur Auswahl) für die Teilnehmenden angeboten werden. Diese dienen dem Ausprobieren des Webinar-Systems durch Interessent/innen und sind auch eine Möglichkeit Hürden abzubauen. Gleichzeitig kann man als Moderator/in bereits die Teilnehmenden kurz kennenlernen und sie ggf. nach ihren jeweiligen Wünschen fragen.

Falls keine dezidierten Testtermine angeboten werden, kann man kurze Text-, Bild- oder Videoanleitungen verschicken. Ebenso bieten die meisten Webinarsysteme einen Testraum an. Dort kann getestet werden, ob die Softwareinstallation geklappt hat, ob Mikrofon und Kamera funktionieren und die Verbindungsgeschwindigkeit zum Internet ausreichend sind.

Eine Vielzahl von technischen Hinweisen enthält das im September 2017 erschienene Factsheet „Webinare & Videokonferenzen“

**Tipp:**

Alle technischen Systeme können auch ausfallen. Daher ist es ratsam, sich eine „Fallback-Lösung“ anzuschaffen. Im besten Fall ist dies ein zweiter komplett ausgestatteter Computer mit einer weiteren unabhängigen Verbindung zum Internet (z.B. über die Mobilfunktechnologie LTE) mit Stromversorgung über Akku. Eine Alternative dazu ist ein Smartphone oder Tablet-Computer.

### **1.3. Terminfindung**

Online-Bildung wird häufig asynchron angeboten. Das hat den Vorteil, dass man zeit- und ortsunabhängig lernen und sich dabei mit anderen austauschen kann. Ein Kernaspekt von Webinaren ist allerdings die direkte Interaktion. Dazu ist die zeitgleiche Teilnahme notwendig und somit die Festlegung auf einen Termin. Die passende Uhrzeit sowie der Wochentag sind dabei nicht immer einfach zu bestimmen.

Folgende Optionen für die Terminfindung bieten sich an:

- Anlegen einer Terminusfrage auf dem bekannten und kostenlosen Dienst [doodle.com](https://doodle.com)
- Umfrage bei der Zielgruppe
- Ausprobieren verschiedener Termine

## 2. ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Die Öffentlichkeitsarbeit für Webinare unterscheidet sich nicht wesentlich von der für andere (Bildungs-)Veranstaltungen. Alle Medien können zum Einsatz kommen, wobei wahrscheinlich die Nutzung von Online-Medien (z.B. Email-Newsletter) und insbesondere Social Media wie Facebook besonders effektiv sein dürften.

Da Offline-Werbung wie z.B. Folder und Aussendungen per Post aufwändig und teuer sind, kann an dieser Stelle überlegt werden, ob Kooperationspartner/innen die Zielgruppe auf diesem Wege erreichen können. So haben zum Beispiel Vereine oder Verbände Mitgliederzeitungen, die das Webinar in Printpublikationen ankündigen können.

Im Zusammenhang der Erreichbarkeit der (älteren) Zielgruppe ist auch die Frage zu stellen, ob die Zielgruppe das Angebot versteht bzw. den Mehrwert des Webinars erkennt. Bei einer Online-Veranstaltung muss davon ausgegangen werden, dass viele Menschen an solchen noch nie teilgenommen haben und daher nicht wissen, um was es sich handelt.

### **Mögliche Maßnahmen, um zu erklären, was Webinare sind und wie man an solchen teilnimmt:**

- Präsentation in einer Präsenzveranstaltung
- Gemeinsame Teilnahme einer Gruppe im Rahmen z.B. eines Präsenzworkshops
- Unterstützung durch erfahrene Teilnehmer/innen vor Ort
- Beschreibung durch Text und Bild in einer Printpublikation
- Produktion eines Videos, das zeigt, wie man an Webinaren teilnehmen kann

Langfristiges Ziel der Öffentlichkeitsarbeit sollte sein, eine Community an Interessierten aufzubauen. Die Mitglieder freuen sich, wenn sie sich im Webinar wiedersehen, laden weitere Interessierte ein und betrachten die Webinare als Fixpunkt ihres sozialen Lebens – wie zum Beispiel klassische Stammtisch- oder Caféhausrunden.

### **Weitere Tipps**

- Email-Erinnerung: Wenn die Teilnehmenden bei der Anmeldung ihre Email-Adressen bekannt gegeben haben, kann man sie einerseits an das Webinar einige Stunden vorher oder am Vortag an den Termin erinnern, andererseits auch zu weiteren Terminen einladen.
- Ein Webinar-Kalender z.B. bei Google-Kalender geführt, erlaubt ein Abonnement und das Integrieren dieser Kalenderdaten in einen eigenen Kalender. Ebenso kann darauf Bedacht genommen werden, dass die Termine im iCal-Format einfach in den eigenen elektronischen Terminkalender übernommen werden können. Interessent/innen ersparen sich so einen händischen Kalendereintrag.
- Termin als Facebook-Event anlegen: Bei Facebook können Veranstaltungen angelegt werden. Diese können mit Werbung zielgruppengenau „gesponsert“ werden.
- Eine besondere Form der Öffentlichkeitsarbeit ist es, das Webinar als Live-Stream auf Facebook, YouTube oder anderen Diensten anzubieten. Dies ist selbstverständlich nur dann sinnvoll, wenn das Webinar öffentlich ist und kein privater Rahmen für das Webinar gewünscht ist. Die Live-Veröffentlichung des Webinars kann je nach Anzahl der „Likes“ und „Shares“ noch selbst

während der Live-Veranstaltung hohe Aufmerksamkeit bringen. Die Teilnahme ist dann auf mehreren Plattformen möglich. Allerdings ist die Interaktionsqualität – üblicherweise nur Textkommentare – auf Facebook, YouTube und anderen Live-Plattformen eingeschränkt. Wenn man den Zugangslink ebenso mit dem Live-Stream veröffentlicht, können Interessierte – falls gewünscht – noch in den Webinar-Raum kommen und sich an der Live-Diskussion beteiligen.<sup>2</sup>

Trotz aller Bemühungen kann es – insbesondere in der Startphase – schwierig sein, eine größere Anzahl von Interessierten für das Live-Webinar zu begeistern. Erst ab einer gewissen Anzahl von Teilnehmenden wird ein Webinar lebendig. Allerdings kann auch die Aufzeichnung von großem Wert sein. In der Regel wird diese von wesentlich mehr Menschen als ursprünglich anwesend, in den Wochen nach dem Webinar gesehen. Dennoch sollte der Fokus auf der Live-Teilnahme liegen. Das Ansehen der Aufzeichnung bleibt eine sehr passive „Übung“, man wird leichter abgelenkt und ist möglicherweise frustriert, da man keine Beteiligungsmöglichkeit mehr hat.

In der Bewerbung sollte man den Wert der Live-Beteiligung daher betonen:

- „Morgen haben Sie die Möglichkeit Ihre Fragen zu diesem wichtigen Thema einzubringen...“
- „Im Live-Webinar werden wir das neue Buch der eingeladenen Expertin unter den Anwesenden verlosen.“
- „Lernen Sie im Webinar Gleichgesinnte kennen und vernetzen Sie sich mit ihnen in unserer Facebookgruppe.“<sup>3</sup>

Experimentieren kann man auch mit unterschiedlichen Bezahlvarianten, um die Interessent/innen zur Live-Teilnahme zu motivieren wie z.B. kostengünstige oder kostenlose Live-Teilnahme, teurer oder kostenpflichtiger Zugang zur Aufzeichnung.

---

<sup>2</sup> Der Dienst <https://restream.io/> erlaubt Streaming auf zahlreiche Plattformen gleichzeitig.

<sup>3</sup> Vergl. <http://wsuccess.typepad.com/webinarblog/2017/10/how-to-boost-webinar-attendance.html>



### **3. FORMAT**

Wenn davon ausgegangen werden kann, dass das Thema für die Zielgruppe relevant ist, müssen Überlegungen zum Format angestellt werden. Soll ein/e Experte/in eingeladen werden oder soll lediglich ein moderierter Austausch unter den Teilnehmenden stattfinden? Kann eine Präsenzveranstaltung zum Thema live und interaktiv ins Netz gestreamt werden? Ist es – zum Beispiel im Falle des Webinars zum Thema „Reisen“ – von Vorteil, wenn die Impulsgeber/innen vor Ort sind?

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass ein Live-Webinar von Diskussion, Gesprächen und jeder Form von Interaktion lebt. Die Live-Übertragung eines Vortrags kann zwar auch interessant sein, entspricht aber nicht der Idee des Webinar-Formats.

Eine Auswahl an unterschiedlichen Format-Varianten und deren Herausforderungen werden im Folgenden beschrieben.

#### **3.1. Expert/inneninput oder Peer-to-Peer**

In manchen Fällen kann davon ausgegangen werden, dass die Betroffenen oder Interessierten selbst Expert/innen in eigener Sache sind. In diesem Fall ist es sinnvoll, zu einem moderierten Austausch einzuladen. Dies ist oft lebendiger, als das Webinar mit einem Expert/innen-Vortrag zu starten. Es ist auch möglich, die Peers zu Kurzinputs mit anschließendem Gespräch anzuregen. Die Themen bzw. Input-Geber/innen können bereits vor dem Webinar vorgeschlagen und fixiert werden. Dazu eignen sich zum Beispiel Tools wie tricider<sup>4</sup>. In diesem kostenlosen Online-Tool können Vorschläge eingebracht, kommentiert und abgestimmt werden.

Wenn Expert/innen zu Webinaren eingeladen werden, sollte die Impulspräsentation kurz sein oder zumindest durch Interaktionsmöglichkeiten aufgelockert werden. Die Präsentation sollte – wie auch bei Präsenzveranstaltungen – wenig Text beinhalten, visuell ansprechend und ggf. multimedial aufbereitet werden, um möglichst attraktiv zu sein. Expert/innen sollten frei sprechen und das Publikum an passender Stelle miteinbeziehen.

#### **3.2. Podiumsdiskussion mit Publikumsbeteiligung**

Aufgelockert werden kann das Webinar auch, durch die Einladung von zwei oder mehr Expert/innen. Diese können entgegengesetzte Meinungen vertreten. Ein interessanter Aspekt bei diesem Format

---

<sup>4</sup> <http://www.tricider.com/>

sind die guten Interaktionsmöglichkeiten. Kommentare zur Diskussion am Podium sind jederzeit im Chat möglich.

### **3.3. Interview als Webinar**

Die Webinar-Technik kann auch dazu verwendet werden ein Interview mit Beteiligungsmöglichkeit zu führen. Interviewpartner/in, Moderator/in und Publikum befinden sich an unterschiedlichen Orten. Das Publikum beteiligt sich im Chat. Das Geschehen im Chat wird durch die Moderation in das Gespräch eingebracht.

### **3.4. Hybrides Webinar**

Eine besondere Herausforderung sind „hybride Webinare“. Dabei sind einige Teilnehmende in einem Präsenzraum versammelt, während der andere Teil der Gruppe sich online an jeweils verschiedenen Orten befindet. In technischer Hinsicht muss dabei sichergestellt werden, dass alle Teilnehmenden im Präsenzraum gut zu hören und zu sehen sind. Dafür können Funkmikrofone und mehrere bewegliche oder gar zoombare Kameras eingesetzt werden. Ebenso sind Beamer oder ein großer Bildschirm und ein Lautsprecher erforderlich. Hinsichtlich der Moderation muss darauf geachtet werden, dass beide Gruppen (offline wie online) gleichberechtigt sind und sich alle an der Veranstaltung beteiligen können. Auf diese Art können z.B. Präsenzworkshops für entfernte oder mobilitätseingeschränkte Personen geöffnet werden. Ebenso können Interessierte im Präsenzworkshop mit der Webinar-Technik vertraut gemacht und motiviert werden, das nächste Mal von zu Hause aus teilzunehmen.

### **3.5. Mobiles Webinar**

Aktuelle Webinarsysteme erlauben nicht nur die Teilnahme über Smartphones sondern auch deren aktive Gestaltung.

Dadurch sind viele neue Szenarien möglich, von denen einige an dieser Stelle erwähnt seien:

- Museumsrundgang mit dem Smartphone, Gespräch mit den Teilnehmenden
- Stadtteilführung
- Betriebsbesichtigung
- Flug mit dem Paragleiter, Heißluftballon, Fahrt mit dem Segelschiff etc.

In technischer Hinsicht ist dabei zu bedenken, dass der Akku eines Smartphones bei laufender Webinar-Software relativ schnell entladen wird. Ebenso sollte ein ausreichend großes Datenvolumen zur Verfügung stehen. Eine Stunde Webinar kann rund 1 GB an Datentransfer benötigen. Auch bei mobilen Webinaren ist ein Headset empfehlenswert, insbesondere da im Freien vermehrt Nebengeräusche auftreten können. Um verwackelte Bilder zu vermeiden können elektronisch gesteuerte Stabilisatoren<sup>5</sup> eingesetzt werden.

## **3.6. Weitere Aspekte**

### **3.6.1. Offenheit versus Geschlossenheit**

Die Öffnung von Bildung<sup>6</sup> zur Erhöhung von Teilhabechancen soll nicht nur eine politische Forderung bleiben. Webinare können zur Öffnung von Bildung beitragen, da einerseits Lernprozesse geöffnet werden, andererseits auch die Ergebnisse (Aufzeichnung, Dokumentation) unter eine offene Lizenz im Sinne von OER<sup>7</sup> (Offene Bildungsressourcen) gestellt werden können.

Allerdings erfordern viele Lernprozesse auch einen geschützten Rahmen. Die Lerngruppe oder die Veranstalter/innen können je nach Anforderungen und Zielen entscheiden, welcher Grad von Offenheit sinnvoll erscheint. So können Webinare einerseits ins Netz gestreamt werden, die Aufzeichnung veröffentlicht, der Zugang zum Webinar ohne Anmeldung möglich sein. Andererseits kann der Kreis der Eingeladenen geschlossen sein, die Teilnahme nur nach Anmeldung möglich sein und auf die Aufzeichnung kann gänzlich verzichtet werden.

### **3.6.2. Flipped Classroom**

Unter Flipped oder Inverted Classroom versteht man ein Konzept, das den Input in Form von Videos vor die eigentlichen Unterrichtseinheit verschiebt:

"Beim klassischen bzw. traditionellen Unterricht findet die Erarbeitung eines Themas oder Stoffes in der Regel im Unterricht statt. Im Unterricht wird Wissen vermittelt – der Großteil der Stunde wird für den Input verwendet. Die Übungsphase kommt oft viel zu kurz und wird – auch aus dem resultierenden Zeitmangel – in die Hausübung verlagert.

Beim Konzept Flipped Classroom werden insbesondere Videos bzw. Screencasts, anhand deren man ein neues Thema erarbeiten kann, den Lernenden mitgegeben. Diese sehen sich diese Videos

---

<sup>5</sup> Beispiel für einen Bildstabilisator ist DJI Osmo Mobile <https://www.dji.com/de/osmo-mobile>

<sup>6</sup> vergl. z.B. zur EU-Politik [http://ec.europa.eu/education/policy/strategic-framework/education-technology\\_de](http://ec.europa.eu/education/policy/strategic-framework/education-technology_de)

<sup>7</sup> [https://de.wikipedia.org/wiki/Open\\_Educational\\_Resources](https://de.wikipedia.org/wiki/Open_Educational_Resources)

zu Hause an und erlernen so den neuen Inhalt. Der Input passiert im eigenen Tempo, wann man will und wo man will. Im Unterricht bleibt somit Zeit um Übungen durchzuführen. Die Lehrkraft wird zum Coach und kann individuell unterstützen.“

So beschreiben Stefan Schmid und Josef Buchner<sup>8</sup> von Flipped Classroom Austria die Idee für den Schulbereich.

Der Flipped Classroom lässt sich aber auch in der Erwachsenenbildung und insbesondere bei Webinaren einsetzen. So können den Lernenden selbstproduzierte oder bereits vorhandene Videos (z.B. von YouTube) zur Vorbereitung angeboten werden. Die Inputphase findet also vor dem Webinar in asynchroner Form statt. Die gemeinsame Zeit im Webinar selbst wird zur Diskussion, zur Klärung von Fragen und zur gemeinsamen Weiterarbeit am Thema genutzt.

### **3.6.3. Guidelines**

Nicht nur um auf Störungen zu reagieren (die in Webinaren höchst selten vorkommen), kann es sinnvoll sein, sich auf Guidelines<sup>9</sup> zu einigen oder als Veranstalter/in solche vorzugeben. Diese können regeln, wie mit der Privatsphäre der Teilnehmenden umgegangen wird, ob und wenn ja wo, eine Aufzeichnung veröffentlicht wird und welches Verhalten von den Teilnehmenden erwartet wird.

---

<sup>8</sup> <http://www.flipped-classroom-austria.at/>

<sup>9</sup> Als Beispiel sei an dieser Stelle auf die Guidelines des Webinar-Projekts „Vernetztes Ehrenamt“ verwiesen <https://www.werdedigital.at/guidelines-vernetztes-ehrenamt/>

## **4. MODERATION**

### **4.1. Start des Webinars**

Das Webinar sollte pünktlich oder nur mit wenigen Minuten Verspätung starten. Die Zeit der Anwesenden ist kostbar und sollte entsprechend gewürdigt werden. Insbesondere braucht auf zu spät Kommende nicht gewartet werden.

Allerdings sollte das Webinar auch nicht wie eine TV-Sendung auf die Sekunde genau starten. Expert/innen und Moderator/innen sollten bereits rund 15 Minuten vor dem Start anwesend sein und die eintreffenden Teilnehmenden begrüßen. Dabei versuchen sie bereits ganz informell eine angenehme Gesprächsatmosphäre zwischen allen Beteiligten – „Smalltalk“ kann hier hilfreich sein – zu schaffen.

#### **4.1.1. Vorstellungsrunde**

Falls sich noch nicht alle aus der Gruppe kennen, sollte mit einer Vorstellungsrunde begonnen werden. Alle Beteiligten nennen ihren Namen, ggf. ihren beruflichen Kontext und warum sie am Webinar teilnehmen bzw. was sie vom Webinar erwarten. Je nach Größe der Gruppe muss auf die Zeitressourcen geachtet werden. Eine Gruppe von 10 Personen kann pro Person zwischen 30 und 60 Sekunden aufwenden. Bei größeren Gruppen kann die Vorstellungsrunde auch im Chat erfolgen. Allerdings ist es für die Gesprächsbereitschaft von Vorteil, wenn sich alle Beteiligten bereits zum Start mündlich einbringen konnten. Der Chat kann auch zusätzlich zur mündlichen Vorstellungsrunde eingesetzt werden. Dadurch können z.B. Links zur eigenen Website gepostet werden und Information zu den Teilnehmenden kann – auch von zu spät Kommenden – nachgelesen werden.

Eine Alternative oder interessante Ergänzung zur Vorstellungsrunde im Webinar ist auch hier die – wie beim Flipped Classroom – zeitliche Vorverlagerung. Die Teilnehmenden können gebeten werden in Tools wie Padlet oder Etherpad ein paar Stichworte zur Person oder gar ein Foto oder ein kurzes Vorstellungsvideo einzubetten oder zu verlinken.

### **4.2. Moderationstools**

#### **4.2.1. Einsatz von Chat, Umfragen, Whiteboards, kollaborativen Texteditoren**

Neben den wichtigsten Kommunikationsinstrumenten Stimme und Video können auch weitere Tools zum Einsatz kommen.

Hier ist an erster Stelle der Textchat zu nennen, der jederzeit Kommentare oder Fragen – auch wenn andere noch sprechen – zulässt. Ebenso können Webinare durch Umfragen aufgelockert werden.

Whiteboards erlauben gemeinsames Sammeln von Ideen oder sogar das gemeinsame und gleichzeitige Malen von Bildern.

In kollaborativen Texteditoren können gemeinsame Konzepte entworfen werden. Diese Texteditoren sind nicht immer Teil von Webinar-Software. Daher kann in diesem Fall auf externe Tools wie Google Drive<sup>10</sup> oder Etherpad<sup>11</sup> zurückgegriffen werden. Die genannten Online-Dienste erlauben das gleichzeitige Bearbeiten von Text.

#### **4.2.2. Kleingruppenarbeit**

Eine interessante Variante, um Kommunikation und Interaktion zu fördern, sind sogenannte Breakout-Rooms. Dabei kann die Webinar-Gruppe in beliebig viele Unterräume aufgeteilt werden. Die Moderator/innen können während der Gruppenarbeit jeden der Unterräume besuchen. Nach vielleicht 10 Minuten werden die Breakout-Rooms beendet und eine Zusammenfassung der Diskussionen kann im Plenum präsentiert werden.

### **4.3. Moderation durch zwei Personen**

Ab einer Gruppengröße von ca. 15 Personen kann es sinnvoll sein, das Webinar zu zweit zu moderieren. So ist es zum Beispiel für eine Person schwierig, neben der mündlichen Diskussion auch den Chat zu beobachten. Hier kann von einer weiteren Person Unterstützung geleistet werden. Auch führt es zu mehr Abwechslung, wenn mehr verschiedene Stimmen im Webinar hörbar sind. Dies erleichtert auch die Beteiligung der anderen in der Gruppe.

Die Moderation kann auch insofern auf zwei Personen aufgeteilt werden, dass sich eine Person um die inhaltliche Moderation, die andere Person um die Technik kümmert.

Die technische Moderation eines Webinars kann z.B. bedeuten, dass Mikrofone von Teilnehmenden ausgeschaltet werden, wenn im Hintergrund ein Hund bellt oder ein Handy klingelt wie auch alle anderen technischen Störungen nach Möglichkeit zu beheben und alle anderen Teilnehmenden bei der Nutzung der Technik zu unterstützen.

---

<sup>10</sup> <https://drive.google.com>

<sup>11</sup> <https://etherpad.learninglab.tugraz.at/>

#### 4.4. Weitere Tipps zur Moderation<sup>12</sup>

- Moderator/innen werden für jedes – außer für sehr kleine Meetings – gebraucht um die Diskussion fokussiert zu halten und alle Beteiligten zu Wort kommen zu lassen.
- Es ist auf die Zeit zu achten. Das Webinar sollte nicht länger dauern, als geplant. Alle Beteiligten sollen sich wohlfühlen. Auch darauf hat die Moderation Bedacht zu nehmen.
- Eine Person – unabhängig von der Rolle der Moderation – kann bestimmt werden, ein Protokoll zu schreiben.
- Grundsätzlich haben alle Beteiligten ihren Anteil am Erfolg des Webinars.
- Es empfiehlt sich daran zu denken, dass ein Webinar nur eine andere Form eines Face-to-Face-Meetings ist. Alle Regeln des zwischenmenschlichen Verhaltens sind daher auch online anzuwenden.
- Eine Agenda – selbst auch für ein einstündiges Webinar – kann empfehlenswert sein. Sie dient der „Synchronisation“ aller Teilnehmenden und schafft Klarheit über Ziele und Ablauf.
- Webinare und Online-Meetings sollten nie länger als 90 Minuten dauern. 60 Minuten oder gar nur 45 Minuten sind in der Regel effizienter.
- Je nach Erfahrung der Gruppe kann auf Chat begleitend zu Konversation über Audio verzichtet werden, da der Chat ablenkend sein kann.
- Die Moderationstools im Webinar-Raum sollten eingesetzt werden. So kann man sich per Klick auf den entsprechenden Button zu Wort melden oder mitteilen, dass man etwas nicht verstanden hat usw. Wenn Video verwendet wird, kann eine Wortmeldung – wie auch bei Präsenzmeetings – signalisiert werden.
- Eine kurze Abschlussrunde kann – wie auch bei Präsenzmeetings – erstes Feedback und allen die Möglichkeit für letzte Anmerkungen geben.

---

<sup>12</sup> vergl. auch <https://medium.com/virtual-teams-for-systemic-change/virtual-team-quick-guide-95736861e4ab>

## 5. EVALUATION

Unter Evaluation versteht man die strukturierte Bewertung bzw. Begutachtung von Projekten oder Prozessen. Sie ermöglicht Reflexion und Verbesserung von Bildungsveranstaltungen.

Ein Werkzeug der Evaluation sind Fragebögen. Um einen Medienbruch (Papierfragebögen) zu vermeiden, bieten sich Online-Fragebögen an. Empfehlenswert ist hier der Dienst Google-Formulare<sup>13</sup>. Hier lassen sich sehr einfach Fragebögen entwerfen. Geschlossene Fragen, mit diversen Auswahlmöglichkeiten, offene Fragen und umfangreiche Möglichkeiten der grafischen Darstellung der Ergebnisse machen diesen kostenlosen Dienst zu einer sehr praktikablen Lösung. Ebenso können die Google-Formulare auch für die Verwaltung der Anmeldungen zu Webinaren eingesetzt werden.

Eine Open-Source-Alternative für Online-Fragebögen ist LimeSurvey<sup>14</sup>. Wenn man die Software nicht auf einem eigenen Serverplatz installieren will, ist die Kostenlosvariante auf 25 Fragen limitiert.

Die Antworten werden in jedem Fall anonym gesammelt. Der Fragebogen kann über einen Link, der an die Teilnehmenden im Chat oder per Email mitgeteilt wird, ausgefüllt werden.

---

<sup>13</sup> <https://www.google.com/intl/de/forms/about/>

<sup>14</sup> <https://www.limesurvey.org/de/>



## 6. DOKUMENTATION

- Textzusammenfassung: ein Textprotokoll kann bereits während des Webinars von der Moderation oder den Teilnehmenden in einem Online-Texteditor ggf. gemeinsam erstellt werden. Das Textprotokoll kann zum Beispiel um Screenshots oder die Präsentation ergänzt werden. Auch eine kommentierte Linkliste ist üblicherweise sinnvoll.
- Videoaufzeichnung: die meisten Webinarsysteme bieten die Aufzeichnung des kompletten Webinars in Bild, Ton, Präsentation und Chat an. Die Aufzeichnung lässt sich in manchen Systemen rudimentär direkt im Webinarsystem bearbeiten. So können z.B. Passagen herausgeschnitten werden oder der Chat lässt sich anonymisieren. Bessere Bearbeitungsmöglichkeiten hat man in einem Videoeditor nach dem Download der Aufzeichnung. Für MacOS bietet sich hier das kostenlose Programm iMovie an. Für PC/Windows gibt es auch kostenlose Open-Source-Video-Editoren wie z.B. OpenShot<sup>15</sup>.

Je nach den Zielen des Webinars bzw. der gewünschten Privatsphäre kann die Dokumentation im Netz veröffentlicht werden.