

# Organisation & Moderation von Webinaren

WerdeDigital.at – Institut zur Förderung der digitalen Mediennutzung  
Mag. David Röhler

## **Impressum**

### **Medieninhaber und Herausgeber:**

Bundesministerium für Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz (BMSGPK)  
Stubenring 1, 1010 Wien

### **Verlags- und Herstellungsort:** Wien

**Autorinnen und Autoren:** Mag. David Röthler

**Druck:** BMSGPK

Wien, 2., überarbeitete Auflage, 2020

### **Alle Rechte vorbehalten:**

Jede kommerzielle Verwertung (auch auszugsweise) ist ohne schriftliche Zustimmung des Medieninhabers unzulässig. Dies gilt insbesondere für jede Art der Vervielfältigung, der Übersetzung, der Mikroverfilmung, der Wiedergabe in Fernsehen und Hörfunk, sowie für die Verbreitung und Einspeicherung in elektronische Medien wie z. B. Internet oder CD-Rom.

Im Falle von Zitierungen im Zuge von wissenschaftlichen Arbeiten sind als Quellenangabe „BMSGPK“ sowie der Titel der Publikation und das Erscheinungsjahr anzugeben.

Es wird darauf verwiesen, dass alle Angaben in dieser Publikation trotz sorgfältiger Bearbeitung ohne Gewähr erfolgen und eine Haftung des BMSGPK und der Autorin/des Autors ausgeschlossen ist. Rechtausführungen stellen die unverbindliche Meinung der Autorin/des Autors dar und können der Rechtsprechung der unabhängigen Gerichte keinesfalls vorgreifen.

**Download:** [www.digitaleseniorinnen.at/leistungen/know-how/](http://www.digitaleseniorinnen.at/leistungen/know-how/)  
[www.freiwilligenweb.at](http://www.freiwilligenweb.at)

## Inhalt

<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>8</b>
2.1 Die Hürden senken .....	8
2.2 No-Show Rate .....	10
<b>3 Format .....</b>	<b>12</b>
3.1 Expert_inneninput oder Peer-to-Peer .....	12
3.2 Podiumsdiskussion mit Publikumsbeteiligung .....	13
3.3 Interview als Webinar .....	13
3.4 Hybrides Webinar .....	13
3.5 Mobiles Webinar .....	13
3.6 Weitere Aspekte .....	14
3.6.1 Offenheit versus Geschlossenheit .....	14
3.6.2 Flipped Classroom.....	15
3.6.3 Guidelines .....	15
<b>4 Moderation .....</b>	<b>16</b>
4.1 Start des Webinars.....	16
4.2 Vorstellungsrunde.....	16
4.3 Einsatz von Chat, Umfragen, Whiteboards und kollaborativen Texteditoren .....	17
4.4 Moderation durch zwei Personen .....	18
4.5 Weitere Tipps zur Moderation .....	18
<b>5 Evaluation .....</b>	<b>20</b>
<b>6 Dokumentation .....</b>	<b>21</b>

# Einleitung

Das vorliegende Factsheet „Organisation und Moderation von Webinaren“ führt das Factsheet „Webinare & Videokonferenzen“ fort 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 einen Überblick über zahlreiche Einsatzmöglichkeiten sowie Soft- und Hardware gibt und praktische Beispiele vorstellt, geht die vorliegende Darstellung auf organisatorische und methodische Aspekte bei Planung und Umsetzung ein. Im Detail werden auch Fragen der Themenfindung, Terminfestlegung und Bewerbung erörtert. Darüber hinaus werden Hinweise zu Methoden der Moderation, zur Dokumentation und Evaluierung gegeben.

# 1 Planung

## 1.1 Themensetzung

Ausgangspunkt für die Themensetzung ist die Identifizierung eines Informations- oder Kommunikationsbedürfnisses. Beispielsweise kann davon ausgegangen werden, dass die Zielgruppe der Älteren Bedarf an Information und Austausch zu Themen wie Gesundheit, Reisen, Finanzen oder Wohnen hat. Das Thema muss so eingegrenzt werden, dass es einerseits gut verständlich und attraktiv der Zielgruppe vermittelt, andererseits aber auch innerhalb der zur Verfügung stehenden Zeit ausreichend umfassend präsentiert und diskutiert werden kann. Insbesondere die Zeit für Fragen und Diskussion sollte nicht zu knapp bemessen sein.

Als sinnvolle Dauer für Live-Webmeetings haben sich 60 bis 75 Minuten herausgestellt. Ansonsten würde die Konzentrationsfähigkeit leiden. Gegebenenfalls lässt sich ein Thema auf mehrere jeweils 60 Minuten lange Termine aufteilen. Falls die genannte Dauer tatsächlich überschritten wird, sollten Pausen eingeplant werden.

## 1.2 Technische Vorbereitung

Insbesondere Moderator\_innen und eingeladene Expert\_innen sollten sichergehen, dass die technische Ausstattung gute Ton- und Bildqualität sicherstellt. Der Ton ist dabei wichtiger als das Bild. Schlechter Ton erschwert es dem Webinar zu folgen. Headsets oder gute Mikrofone sind daher 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. Mittlerweile sind Webinare sogar in Full-HD-Qualität möglich. Die Kamera sollte daher auch diese Auflösung bereitstellen. Gegenlicht ist zu vermeiden, da sonst die Gesichtszüge nicht mehr erkennbar sind. Ggf. können Lampen helfen, die neben den Monitor gestellt werden. Besonders empfehlenswert sind LED-Lampen, deren Helligkeit und Lichttemperatur angepasst werden kann. Der Hintergrund sollte neutral oder passend

zum Webinarianhalt gewählt werden. Manche Webinar-Systeme bieten die Option, einen beliebigen Hintergrund einzuspielen oder den realen Hintergrund unscharf zu stellen. Dann verschwindet das chaotische Büro oder man kann den Eindruck erwecken, sich am Meeresstrand zu befinden.

Eine Testsession mit Moderator\_in und eingeladenen Expert\_innen im Vorfeld des Webinars hilft unangenehme Überraschungen zu vermeiden und dient gleichzeitig dazu, den Ablauf und mögliche Inhalte zu besprechen.

Weiters können ein oder mehrere Testtermine für die Teilnehmenden angeboten werden. Diese dienen dem Ausprobieren des Webinar-Systems und können so Hürden abbauen. Dabei kann der/die Moderator\_in bereits die Teilnehmenden kurz kennenlernen und sie ggf. nach ihren jeweiligen Wünschen fragen.

Falls keine dezidierten Testtermine angeboten werden, sollten kurze Text-, Bild- oder Videoanleitungen verschickt werden. Ebenso bieten die meisten Webinar-Systeme einen Testraum an. Dort kann getestet werden, ob die Softwareinstallation geklappt hat, ob Mikrofon und Kamera funktionieren und die Verbindungsgeschwindigkeit zum Internet ausreichend ist. Eine betreute Öffnung des Webinar-Raumes eine halbe Stunde vor Beginn, kann ebenfalls für Tests und Einstellungen sowie für informelle Gespräche genutzt werden.

Alle technischen Systeme können ausfallen. Daher ist es ratsam, eine „Fallback-Lösung“ vorzubereiten. Im besten Fall ist dies ein zweiter komplett ausgestatteter Computer mit einer weiteren unabhängigen Verbindung zum Internet (z.B. über die Mobilfunktechnologie LTE oder 5G) und Stromversorgung über Akku. Eine Alternative dazu ist ein Smartphone oder ein Tablet-Computer.

Ausführliche Erläuterung von Soft- und Hardware-Lösungen finden sich im Factsheet „Webinare & Videokonferenzen“.

### **1.3 Terminfindung**

Da bei Webinaren die Gleichzeitigkeit im Vordergrund steht, ist die Terminfindung eine wichtige Frage. Die passende Uhrzeit sowie der Wochentag sind dabei nicht immer einfach zu bestimmen und von der jeweiligen Zielgruppe abhängig.

### Hinweise zur Terminfindung:

- Anlegen einer Terminusumfrage auf dem bekannten Dienst [doodle.com](https://doodle.com); eine österreichische Alternative dazu ist <https://www.termino.gv.at/> das vom Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort kostenlos angeboten wird.
- 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. E-Mail-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 zahlreiche Vereine oder Verbände Mitgliederzeitungen, die das Webinar in Printform ankündigen können, wenn der Termin lange genug im Vorhinein bekannt ist.

Im Zusammenhang der Erreichbarkeit der (älteren) Zielgruppe ist auch die Frage zu stellen, ob das Angebot verständlich formuliert ist bzw. der Mehrwert des Webinars deutlich wird. Dieser Nutzen sollte bei der Bewerbung klar transportiert werden.

Bei einer Online-Veranstaltung muss davon ausgegangen werden, dass Viele an solchen noch nie teilgenommen haben. Daher sind das Format und die technischen Voraussetzungen zu erläutern.

### 2.1 Die Hürden senken

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

- Präsentation in einer Präsenzveranstaltung: alle Teilnehmenden probieren den Einstieg in das Webinar mit der mitgebrachten eigenen Hardware (Notebook, Tablet, Smartphone) und erhalten sogleich Unterstützung
- Gemeinsame Teilnahme einer Gruppe im Rahmen z.B. eines Präsenzworkshops
- 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, deren Mitglieder sich freuen, wenn sie sich im Webinar wiedersehen. Diese laden in der Folge weitere Interessierte ein und Webinare bekommen den Stellenwert eines Fixpunkts des sozialen Lebens – wie zum Beispiel Stammtisch- oder Caféhausrunden.

### Weitere Tipps

- E-Mail-Erinnerung: Wenn die Teilnehmenden bei der Anmeldung ihre E-Mail-Adressen bekannt gegeben haben, sollen sie einerseits an das Webinar erinnert, andererseits auch zu weiteren Terminen eingeladen werden.
- Werden die Termine im iCal-Format erstellt, können sie in den eigenen elektronischen Kalender übernommen werden. Sollten mehrere Webinare angeboten werden, erleichtert ein Webinar-Kalender z.B. über Google-Kalender, ein Abonnement und das Integrieren dieser Kalenderdaten in den eigenen Online-Kalender.
- Termin als Facebook-Event anlegen: Bei Facebook können Veranstaltungen angelegt werden. Diese können mit Werbung zielgruppengenau „gesponsert“ werden.
- Termine können auch auf Plattformen wie Eventbrite.de oder Meetup.com angelegt werden. Über Eventbrite lassen sich auch Eintrittskarten für kostenpflichtige Webinare verkaufen.
- 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 und kein privater Rahmen für das Webinar gewünscht ist. Die Live-Veröffentlichung des Webinars kann je nach Anzahl der „Likes“ und „Shares“ noch während der Live-Veranstaltung hohe Aufmerksamkeit bringen. Die Teilnahme ist dann auf mehreren Plattformen möglich. Allerdings ist die Interaktionsqualität auf Facebook, YouTube und anderen Live-Plattformen eingeschränkt. Es sind in der Regel nur Textkommentare möglich. 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.

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 in den Wochen nach der Durchführung von wesentlich mehr Menschen gesehen, als live teilgenommen haben. 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.“

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.

## 2.2 No-Show Rate

No-Shows bezeichnet Personen, die trotz Zusage nicht erscheinen. Die Krux an der Sache ist, dass No-Shows ihr Fernbleiben nicht kommunizieren, sondern schlicht und einfach nicht auftauchen, ohne abzusagen. In der Regel müssen Veranstalter\_innen mit einer No-Show Rate von bis zu 50% rechnen. Gesenkt werden kann dieser Prozentsatz durch verschiedene Maßnahmen. Unkompliziert ist die Einrichtung einer Online-Pinnwand als Vorstellungsrunde vor dem Webinar. Das öffentliche Bekenntnis (zumindest innerhalb der Webinar-Gruppe, da diese Pinnwand oft nur intern zugänglich ist) zur Teilnahme fördert die Verbindlichkeit. Die wirksamste Maßnahme ist das Einheben eines finanziellen Beitrags. Plattformen wie Eventbrite reduzieren den Verwaltungsaufwand wie Versand der Zugangsinformation nach Zahlungseingang und Rechnungsausstellung. Die Kosten zur Nutzung dieser Plattform sind niedrig. Eine weitere Möglichkeit ist der postalische Versand von zum Beispiel einer Tee- oder Kaffeetasse mit dem Logo der veranstaltenden Einrichtung. Damit wird deutlich, dass die Anmeldung nicht nur „virtuell“ ist. Im Webinar kann die Tasse dann bei einer gemeinsamen Pause zum Einsatz kommen und ein verbindendes Element darstellen.

Die wichtigsten Faktoren für ein gut frequentiertes Webinar sind aber die passenden Themen bzw. Expert\_innen, die den Bedürfnissen der Zielgruppe entgegenkommen sowie die Reichweite der einladenden Organisation.

# 3 Format

Sobald 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 sind die Betroffenen oder Interessierten selbst Expert\_innen in eigener Sache. 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 Online-Tools wie zum Beispiel Padlet, eine Online-Pinnwand.

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 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\_innen, 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 ist ein „hybrides Webinar“. 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 schwenk- und zoombare Kameras eingesetzt werden. Ebenso ist ein 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 zur zukünftigen Teilnahme von zu Hause aus motiviert werden.

## **3.5 Mobiles Webinar**

Aktuelle Webinar-Systeme erlauben nicht nur die Teilnahme, sondern auch deren aktive Gestaltung über Smartphones.

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

- Museumsrundgang mit dem Smartphone, Gespräch mit den Teilnehmenden
- Stadtteilführung bzw. Spaziergänge (Dörfer, Wald, ...)
- Betriebsbesichtigung
- Flug mit dem Paragleiter, Heißluftballon

In technischer Hinsicht ist dabei zu bedenken, dass der Akku eines Smartphones bei laufender Webinar-Software relativ schnell entladen wird. Sinnvoll kann daher der Einsatz von Powerbanks sein, die den Akku unabhängig vom Stromnetz aufladen können. Ebenso sollte ein ausreichend großes Datenvolumen zur Verfügung stehen. Eine Stunde Webinar kann rund 2 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, sogenannte Gimbals, eingesetzt werden.

Eine weitere Variante ist die Live-Übertragung von Video aus Quadrocoptern bzw. Drohnen. Insbesondere hier sind die gesetzlichen Bestimmungen zu beachten.

<https://www.austrocontrol.at/drohnen>

## 3.6 Weitere Aspekte

### 3.6.1 Offenheit versus Geschlossenheit

Die Öffnung von Bildung zur Erhöhung der Teilhabechancen soll nicht nur eine politische Forderung bleiben, wie sie die EU zum Beispiel im OpenEdu Framework zur Diskussion stellt. Webinare können zur Öffnung von Bildung beitragen, da einerseits Lernprozesse geöffnet und ortsunabhängig zugänglich gemacht werden, andererseits können auch die Ergebnisse (Aufzeichnung, Dokumentation) unter eine offene Lizenz im Sinne von OER (Offene Bildungsressourcen) gestellt werden.

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 und die Teilnahme nur nach Anmeldung möglich sein. 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 oder anderen Lernunterlagen vor die eigentliche Unterrichtseinheit verlegt:

Die Lernenden sehen sich z.B. die dafür erstellten oder bereits vorhandene Videos zuhause an und machen sich so mit den neuen Inhalten vertraut. Der Input kann also von den Lernenden hinsichtlich des Tempos und Orts gesteuert werden. In der gemeinsamen Präsenzphase werden Übungen durchgeführt, Fragen beantwortet etc.

### **3.6.3 Guidelines**

Nicht nur um auf Störungen zu reagieren (die in Webinaren selten vorkommen), kann es sinnvoll sein, sich auf Guidelines zu einigen oder als Veranstalter\_in solche vorzugeben. Diese können z.B. 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.

# 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.

Allerdings sollte das Webinar auch nicht wie eine TV-Sendung auf die Sekunde genau starten. Expert/innen und Moderator/innen sollten bereits mindestens 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.

## 4.2 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 großem 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 – wie beim Flipped Classroom – die zeitliche Vorverlagerung. Die Teilnehmenden können gebeten werden, in Tools wie Padlet oder Etherpad ein paar Stichworte zur Person und eventuell ein Foto oder ein kurzes Vorstellungsvideo einzubetten oder zu verlinken. Die Vorstellungsrunde auf einer Online-Pinnwand hat auch den Vorteil, dass man bereits im Vorfeld sieht, wem man im Webinar begegnen wird. Dies kann ein Motivationsfaktor für die Teilnahme sein. Ebenso wird die „No-Show Rate“ gesenkt, da man sich ja nicht nur per



E-Mail angemeldet hat, sondern auch (halb)öffentlich die eigene Teilnahme angekündigt hat.

### **4.3 Einsatz von Chat, Umfragen, Whiteboards und kollaborativen Texteditoren**

Neben den wichtigsten Kommunikationsinstrumenten Stimme und Video – nicht zu unterschätzen sind allerdings auch Mimik, Gestik sowie Videohintergrund – können technische Tools als Unterstützung eingesetzt werden.

Hier ist an erster Stelle der Textchat zu nennen. Über diesen sind jederzeit Kommentare oder Fragen möglich – ohne Sprechende zu unterbrechen. Der Textchat kann zum Beispiel auch dazu dienen, rasch ein Stimmungsbild einzuholen.

Für Rückmeldungen können in Webinaren Umfragen nützlich sein. Dabei sind – je nach Webinarsystem – Fragen, die in Form von Single, Multiple Choice oder Text beantwortet werden können, möglich.

Sollen im Webinar gemeinsam Ideen gesammelt werden, ist der Einsatz von Whiteboards sinnvoll. Sie sind mit Flipcharts oder Tafeln im Präsenzraum vergleichbar und erlauben gemeinsames Brainstorming ebenso wie gleichzeitiges Malen von Bildern. Darüber hinaus können auf Whiteboards auch Fotos oder Videos gesammelt werden. Die internen Whiteboards der Webinarsysteme sind oft in ihrer Funktionalität eingeschränkt. Als externe Whiteboards empfehlen sich mural.co (kostenpflichtig, Rabatte für Bildungseinrichtungen) oder Google Jamboard (kostenlos).

Wenn die gemeinsame Produktion von Inhalten über das Sammeln und Sortieren hinausgehen soll, sind kollaborative Texteditoren empfehlenswert. Mit ihnen können gemeinsame Konzepte, Protokolle etc. erstellt werden. Diese Texteditoren sind nicht immer Teil der Webinar-Software. Daher kann auch in diesem Fall auf externe Tools wie Google Drive oder Etherpad zurückgegriffen werden.

Eine besonders bei größeren Gruppen von Teilnehmer\_innen lohnenswerte Methode um Kommunikation und Interaktion zu fördern, ist die Teilung der Gruppe in Kleingruppen in sogenannten Breakout-Rooms. Die Moderator\_innen können während der Gruppenarbeit

jeden der Unterräume besuchen. Ebenso können die Teilnehmenden in den Gruppenräumen Unterstützung anfordern. Nach der vereinbarten Zeit werden die Breakout-Rooms von der Moderation beendet. Eine Zusammenfassung der Arbeitsergebnisse kann im Plenum präsentiert werden.

Tool-Beispiele werden im Detail im Factsheet „Webinare & Videokonferenzen“ beschrieben.

#### **4.4 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 verfolgen. Hier kann von einer weiteren Person Unterstützung geleistet werden. Ein gut eingespieltes Moderator\_innenpaar kann für mehr Abwechslung sorgen, indem es das Webinar dialogischer gestaltet. Dies kann auch die in der Regel gewünschte Beteiligung der Teilnehmenden erleichtern.

Die Moderation kann auch insofern auf zwei Personen aufgeteilt werden, dass sich eine Person auf die inhaltliche Moderation, die andere auf die Technik konzentriert. Die technische Moderation eines Webinars kann unter anderem die Aufgabe übernehmen, Mikrofone von Teilnehmenden auszuschalten, wenn im Hintergrund störende Geräusche auftreten (z.B. ein Hund bellt oder ein Handy klingelt). Weiters kann sie den/die Moderator\_in oder Expert\_in bei der Nutzung aller Tools wie Bildschirmfreigabe, Whiteboard, Umfragen, Arbeitsgruppenräume, Einspielen von Videos usw. unterstützen.

#### **4.5 Weitere Tipps zur Moderation**

- Der Einsatz von Moderator\_innen ist für alle – außer für sehr kleine Webinare – sinnvoll, 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 eingebunden werden. Auch darauf hat die Moderation Bedacht zu nehmen. Eine Reihe von Methoden, die zum Teil auch in Online-Räumen umgesetzt werden können, findet sich zum Beispiel unter <https://www.liberatingstructures.de/>

- 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 gültig.
- Ein Ablaufplan – selbst für ein einstündiges Webinar – kann empfehlenswert sein. Dieser schafft Klarheit über die geplanten Programmpunkte.
- Webinare und Online-Meetings sollten nicht länger als 90 Minuten dauern. 60 Minuten oder gar nur 45 Minuten sind in der Regel effizienter.
- Webinare, die 75 Minuten oder länger dauern, sollten durch eine Pause unterbrochen werden. Diese kann dazu dienen, kurz aufzustehen und sich ggf. eine Tasse Tee zu holen, zu lüften, ev. kann gemeinsame Bewegung angeregt werden. Die Pause kann auch dem informellen Austausch bzw. Socialising dienen.
- Je nach Erfahrung der Gruppe kann auf den Chat begleitend zu Konversation über Audio verzichtet werden um Ablenkung zu vermeiden.
- Die Moderationstools im Webinar-Raum sollten erklärt und 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 – durch das Heben der Hand signalisiert werden.
- Eine kurze Abschlussrunde kann – wie auch bei Präsenzmeetings – allen die Möglichkeit für letzte Anmerkungen und Feedback geben.

# 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 (Versand von Fragebögen auf Papier) zu vermeiden, bieten sich Online-Fragebögen an. So können z.B. mit Google-Formulare sehr einfach Fragebögen entworfen werden. Geschlossene Fragen, mit diversen Auswahlmöglichkeiten, offene Fragen und umfangreiche Möglichkeiten der grafischen Darstellung der Ergebnisse machen diesen kostenlosen Dienst zu einer sehr praktikablen Lösung. Die Google-Formulare können auch für die Verwaltung der Anmeldungen eingesetzt werden.

Eine Open-Source-Alternative zu Google ist LimeSurvey. Wenn man die Software nicht auf einem eigenen Serverplatz installieren will, ist die kostenlose Variante 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.

# 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. Einige Webinar-Systeme oder externe Tools bieten bereits die automatische Transkription des Webinars an.
- **Videoaufzeichnung:** die meisten Webinar-Systeme lassen die Aufzeichnung des kompletten Webinars in Bild, Ton, Präsentation und Chat zu. Die Aufzeichnung lässt sich in manchen Systemen direkt in der Webinar-Software bearbeiten. So können z.B. Passagen herausgeschnitten oder der Chat kann anonymisiert werden. Bessere Bearbeitungsmöglichkeiten bietet ein Videoeditor. Für MacOS bietet sich hier das kostenlose Programm iMovie an. Eine Alternative für PC, Mac und Linux ist der Olive Video Editor, der als Open Source kostenlos aus dem Netz geladen werden kann.



**Bundesministerium für  
Soziales, Gesundheit, Pflege  
und Konsumentenschutz**

Stubenring 1, 1010 Wien

+43 1 711 00-0

[sozialministerium.at](https://www.sozialministerium.at)