

# #gewusstwie

Praxis-Tipps für Journalist\_innen

# 01

Webseminare erfolgreich planen



**FRIEDRICH  
EBERT**   
**STIFTUNG**

# #gewusstwie

## Praxis-Tipps für Journalist\_innen

Herausgeber:  
Friedrich-Ebert-Stiftung  
Politische Akademie  
JournalistenAkademie  
Carla Schulte-Breidenbach  
Godesberger Allee 149  
53175 Bonn

Lektorat:  
Frank Schnelle, Carla Schulte-Breidenbach

Gestaltung:  
Pellens Kommunikationsdesign GmbH

Illustration Titel:  
drafter123/istockphoto.com

Fotos im Innenteil:  
Katrín Heyer

Druck:  
Brandt GmbH Druckerei  
und Verlag, Bonn

Printed in Germany 2020

© Friedrich-Ebert-Stiftung

Eine gewerbliche Nutzung der von der FES herausgegebenen Medien  
ist ohne schriftliche Zustimmung durch die FES nicht gestattet.

01

## Webseminare erfolgreich planen

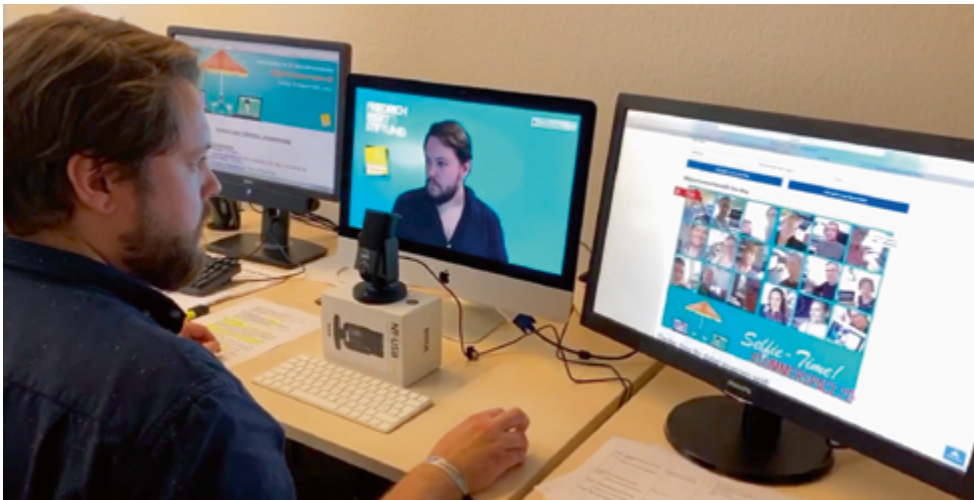
**Bernd Oswald**

# Inhalt

1. Einleitung	5
2. Überblick über digitale Bildungsformate Exkurs: Wo und wie sich Journalist_innen digital weiterbilden können	6
3. Webseminare organisatorisch planen: Rahmenbedingungen klären	13
4. Webseminar inhaltlich planen: Ablaufplan und Methoden	21
5. Das Moderieren von Webseminaren Exkurs: Rhetorische Elemente in der Moderation	30
6. Nachbereitung	38
7. Überblick über geeignete Webseminar-Software	38
8. Fazit	45
Der Autor	46
Seiten für eigene Notizen	47

# 1. Einleitung

Bei vielen Journalismus-Trainer\_innen hat die Corona-Pandemie das Geschäft gehörig durcheinander gebracht. Präsenzseminare werden entweder verschoben oder gleich abgesagt. Oder erst verschoben und dann abgesagt. Geht es Dir auch so? Da die Pandemie nicht so schnell vorbei sein wird, satteln viele Bildungs-Anbietenden auf digitale Seminarversionen um. Dafür solltest Du als Trainer\_in gewappnet sein. Zwar lassen sich Seminare nicht 1:1 online abhalten, aber es ist durchaus möglich, sein Wissen digital zu vermitteln. Genau darum geht es in diesem Praxis-Leitfaden. Der Schwerpunkt liegt dabei auf live abgehaltenen Online-Kursen bzw. Webseminaren.



Social-Media-Redaktion beim #digital SummerSpace 2020 der JournalistenAkademie

## 2. Überblick über digitale Bildungsformate

Präsenzseminare leben maßgeblich vom persönlichen Austausch zwischen Trainer\_in und Teilnehmenden. Das ist online natürlich nur eingeschränkt möglich, aber immerhin gibt es eine Reihe von Webvideo-Konferenzsystemen, die über das Mikrofon Gespräche ermöglichen – auch mit Bild, sofern eine Webcam angeschlossen ist. Im Prinzip kann man mit jeder Videokonferenz-Software Wissen vermitteln, es gibt jedoch spezielle Webinar-Software, die darüber hinaus weitere interaktive und kollaborative Funktionen wie Chats, Abstimmungen, Texteditoren oder Gruppenräume anbietet. Solche Funktionen ermöglichen Dir eine abwechslungsreichere Methodik und Didaktik – und damit ein lebendigeres Webseminar und zufriedenerere Teilnehmende. Wie das gelingt, wird in Kapitel 4 erläutert.

### **Online-Seminare: Wissen etappenweise erarbeiten**

Du kennst das wahrscheinlich: Es ist sehr anstrengend, ein Online-Seminar den ganzen Tag lang über den Computer zu verfolgen. Online fällt es schwerer, lange zuzuhören. Und die Ablenkungsgefahr ist ungleich höher.

Es gibt Online-Kurse, die einen ganzen oder sogar mehrere Tage dauern. Davon ist jedoch abzuraten. Wenn Du Deine Inhalte unbedingt en bloc vermitteln willst, zum Beispiel an zwei Tagen,

dann musst Du Dein Programm sehr gut unterteilen: Input-Phasen sollten sich mit Selbstlernphasen abwechseln und auch Pausen sind sehr wichtig. Eine Input-Phase sollte beispielsweise keinesfalls länger als 90 Minuten dauern und auch diese 90 Minuten müssen abwechslungsreich gestaltet sein. Näheres dazu in Kapitel 4.

Webseminare dauern in der Regel zwischen 45 und 90 Minuten. Manche sind einmalig, andere umfassen mehrere Sitzungen. Je mehr Sitzungen es sind, desto mehr nimmt das Webseminar einen Kurscharakter an. Die meisten dieser Webseminare finden live zu bestimmten vorher kommunizierten Uhrzeiten statt. Wer an einer Live-Sitzung teilnimmt, kann sofort seine Fragen loswerden. Für die, die es mal nicht in die Sitzung schaffen, gibt es in aller Regel eine Aufzeichnung, so dass man sich das Video hinterher anschauen kann.

### Webseminare

Neben Webseminaren oder Online-Kursen, die in der Regel live stattfinden, gibt es auch die Option der E-Learning-Plattformen. Die zeitliche Flexibilität solcher asynchroner Lernangebote ist praktisch: Das Kursmaterial steht oft mehrere Wochen oder Monate auf den Plattformen online. Die Teilnehmenden können selbst bestimmen, wann sie sich dort einloggen und wieviel Stoff sie jeweils durcharbeiten.

### E-Learning Plattformen und MOOCs

Die Kurse auf E-Learning-Plattformen sind in der Regel sehr gut strukturiert. Die einzelnen Einheiten bauen aufeinander auf und werden oft erst nacheinander freigeschaltet. Viele E-Learning-Kurse schalten jede Woche ein neues Kapitel frei, das wiederum in viele Einzelabschnitte unterteilt ist. Der fachliche Input erfolgt meist über Lehrvideos, in denen der oder die Dozent\_innen

einen Unteraspekt in fünf bis zehn Minuten erklären. Eine direkte Kommunikation mit den Dozent\_innen ist dabei entweder gar nicht vorgesehen oder nur zu bestimmten Zeiten, in denen der Dozent in ein bestimmtes zum Kurs gehörendes Forum schaut und dort Teilnehmer\_innen-Fragen beantwortet. In diesen Foren können sich die Teilnehmenden über das Kursthema austauschen oder sich bei den Aufgaben, die ihnen die Dozent\_innen gestellt haben, gegenseitig helfen. Darüber hinaus gibt es in Kursen auf E-Learning-Plattformen oft Lektüretipps, Links zu Beispielen, kleine Quizze zum Selbsttest sowie Aufgaben. Mit diesem Methoden-Mix lässt sich auch komplizierter Stoff gut vermitteln. Wie viel man als Teilnehmender aus einem Online-Kurs oder MOOC (Massive Open Online Course) zieht, hängt ganz vom eigenen Engagement ab. Wer das angebotene Thema voll erfassen will, muss pro Woche schon einige Stunden investieren. Bei den Aufgaben lernt man in der Regel am meisten. Gibt es einen Moment der Ratlosigkeit, helfen meist die Foren, in die auch die Dozent\_innen immer mal wieder einen Blick werfen.

Das Lernen auf einer E-Learning-Plattform verlangt vom Teilnehmenden also ein gewisses Maß an Selbstdisziplin und Ausdauer. Bei einigen E-Learning-Plattformen gibt es am Ende des Kurses einen Test oder eine Prüfung, für die man ein Zertifikat bekommt.

### Vorteile von Webseminaren gegenüber Präsenzveranstaltungen

Sowohl Webseminare als auch Online-Kurse haben eine Reihe praktischer Vorteile gegenüber einer Präsenzveranstaltung:

- sie sind meistens günstiger oder sogar kostenlos
- sie sind ortsunabhängig: Interessenten können von jedem online-fähigen Gerät aus teilnehmen, egal ob von Zuhause, aus dem Büro oder sogar im Urlaub



- Anreise- und Übernachtungskosten entfallen
- Veranstaltungen ohne Anreisestress sind für Personen mit eingeschränkter Mobilität leichter zugänglich
- bei nicht live stattfindenden Online-Kursen können sich die Teilnehmenden ihre Lernzeit frei einteilen

## Exkurs: Wo und wie sich Journalist\_innen digital weiterbilden können

In einer Zeit, in der sich das Wissen der Menschheit in immer kürzerer Zeit verdoppelt, ist Fortbildung herausragend wichtig. Das **lebenslange Lernen** gilt besonders für den Journalismus, der sich in einem fundamentalen Wandel befindet.

Wie viele andere Berufe auch wird der journalistische Beruf immer technischer. Journalist\_innen müssen neue Kanäle bespielen, seien es soziale Netzwerke, Newsletter oder Websites bzw. Apps von Auftraggeber\_innen. Der Trend geht weg vom Text hin zu Audio- und Videoformaten. Journalist\_innen müssen multimedial berichten, erklären und erzählen können und viel stärker als früher den Dialog mit dem Publikum führen. Journalistinnen- und Journalisten-Trainer\_innen sind gut beraten, mit der technischen Entwicklung Schritt zu halten. Und diese digitalen Kompetenzen können digital gut erworben werden. Auf sehr unterschiedlichen Kanälen.

(Video-)Tutorials  
bei Google News  
Initiative oder Adobe  
Webseminare bei  
Journalist\_innen-  
Schulen und  
-Akademien

Eine Möglichkeit sind **(Video-)Tutorials**. Viele Software-Anbieter wie zum Beispiel die Google [News Initiative](#) oder [Adobe](#) haben eigene Tutorial-Kanäle. **Webseminare** oder **Online-Kurse** für Journalist\_innen gibt es inzwischen bei fast jeder journalistischen Ausbildungseinrichtung. Beispielhaft seien hier die Akademie für Publizistik, die Akademie der Bayerischen Presse, die JournalistenAkademie der Friedrich-Ebert-Stiftung, die Akademie für Neue Medien, das Institut zur Förderung des publizistischen Nachwuchses oder die Berliner Journalistenschule genannt. Auch der Deutsche Journalistenverband und seine Landesverbände veranstalten Webseminare.

Onlinekurse  
bei Google und  
Reporterfabrik

Manche Unternehmen bieten kostenlose Online-Kurse an. Allen voran [Google](#) hat Online-Kurse für Tools im Angebot, die auch für Journalist\_innen nützlich sein können. Das Konzept der **E-Learning-Plattformen** ist mittlerweile auch in Deutschland bekannt, speziell für Journalist\_innen gibt es aber noch recht wenige Angebote. An erster Stelle ist hier die [Reporterfabrik](#) zu nennen, auf der es mehr als 100 Kurse in vier Lehrstufen gibt. Die Kurse kosten zwischen 0,- und 25,- Euro, sind also erschwinglich.

E-Learning-  
Plattformen bei  
Hasso-Plattner-  
Institut und  
Knight Center

Die Open HPI-Bildungsplattform des [Hasso-Plattner-Instituts der Uni Potsdam](#) ist auf IT-Themen spezialisiert, die auch für Journalist\_innen interessant sein können – vor allem für solche, die sich Fachwissen zu Themen wie Programmieren mit Python oder Blockchain-Grundlagen aneignen wollen. Deutlich größer ist das Angebot für Journalist\_innen auf aus-

ländischen, meist englischsprachigen **E-Learning-Plattformen**. Herausragend sind die Massive Open Online Courses (MOOCs) des [Knight Center an der Universität von Texas](#), das mit seinen englischsprachigen Kursen zu Themen wie Datenjournalismus, Fact-Checking, Storytelling oder Podcasting Teilnehmer\_innen aus aller Welt anspricht – daher das Wort „massive“ in MOOC. Die Kurse sind uneingeschränkt zu empfehlen: praxisnahe Lehrvideos, nützliche weiterführende Lektüre und eine aktive Teilnehmenden-Community, die sich gegenseitig hilft. Viele der MOOCs sind kostenlos; wer ein Teilnahme-Zertifikat will, muss dafür 30 US-Dollar zahlen.

Einen ganz ähnlichen Ansatz verfolgt das European Journalism Centre mit seiner Lernplattform [data-journalism.com](#), auf der es eine Reihe videobasierter kostenloser Online-Kurse gibt, die – wie der Name schon sagt – überwiegend, wenn auch nicht ausschließlich, datenjournalistische Skills vermitteln.

Lernplattform  
beim European  
Journalism  
Centre



Moderatorin Vivian Upmann beim #digital SummerSpace 2020 der JournalistenAkademie

## Welches Lernangebot passt zu mir?

Das digitale Lernangebot, das am besten zu Deinen Bedürfnissen passt, findest Du am leichtesten, wenn Du Dir folgende Fragen beantwortest:

- **Lernziel**

Was will ich lernen? Brauche ich Hintergrundwissen oder doch eher Anwenderwissen? Will ich ein Videoschnittprogramm beherrschen? Oder geht es um *soft skills* wie überzeugendes Präsentieren oder Mitarbeiterführung?

- **Vorkenntnisse**

Auf welchem Level bin ich? Bin ich blutiger Anfänger, habe ich Grundkenntnisse oder brauche ich einen Kurs für Fortgeschrittene?

- **Lerntyp**

Wie lerne ich am besten? Durch Zuhören (auditiver Typ), durch Anschauen (visueller Typ), durch Ausprobieren (haptischer Typ), durch Diskutieren (kommunikativer Typ)? Welche Kombination ist für mich die nützlichste? Brauche ich viel Anleitung oder eigne ich mir Wissen durch Ausprobieren an?

- **Zeit**

Wann will ich mich fortbilden? Am Stück in einem (Block-) Seminar oder lieber einmal wöchentlich? Wie viel Zeit habe ich pro Tag/Woche/Monat? Bis wann muss der Kurs abgeschlossen sein?

- **Kosten**

Wie viel kostet der Kurs? Ist mein Arbeitgeber bereit, die Kosten ganz oder zumindest teilweise zu übernehmen? Gibt es vielleicht eine staatliche Förderung (Bildungsgutschein, Arbeitsamt, Fortbildung, Gründungszuschuss)?

### 3. Webseminare organisatorisch planen

Die Konzeption von digitalen Trainings wird im Folgenden am Beispiel von live abgehaltenen Webseminaren bzw. Online-Kursen demonstriert. Der große Vorteil dabei: Trainer\_innen und Teilnehmende können direkt miteinander sprechen bzw. die Teilnehmenden können direkt Fragen stellen oder Feedback geben. Das ist nicht ganz so kommunikativ wie in einem Präsenzseminar, geht aber in die Richtung.



Live-Blog-Ansicht vom #digital SummerSpace 2020 der JournalistenAkademie

### Rahmenbedingungen klären

Wer ein Webseminar plant, sollte als Erstes die **Rahmenbedingungen** klären. Als Trainer\_in wirst Du aktiv, weil Du Dich in einem Thema besonders gut auskennst. Ein Thema ist aber noch kein Webseminar, sondern das Thema muss vorab strukturiert und methodisch-didaktisch mit konkretem Leben gefüllt werden.

### Lernziel festlegen

Wenn Du Expert\_in in Verifikation bist, musst Du mit dem Auftraggeber klären, **welche Inhalte** genau vermittelt werden sollen bzw. wie das Lernziel lautet. Am Beispiel Verifikation wären das: Wie kann ich herausfinden, ob ein Bild neu oder alt ist? Wie finde ich heraus, wer einen fraglichen Inhalt veröffentlicht hat? Oder wie erkenne ich, ob ein Video manipuliert ist?

### Zielgruppen definieren

Mit der Frage nach den Inhalten ist auch die Frage nach der **Zielgruppe** eng verbunden. Ist das Webseminar für Anfänger\_innen gedacht, die noch wenig oder gar nichts über Verifikationstechniken wissen? Oder eher für Fortgeschrittene, die tiefer eintauchen wollen und an spezielleren Tools interessiert sind? Bei der Beschreibung solltest Du die angesprochene Zielgruppe erwähnen.

### Gruppengröße festlegen

Es ist stets ungewiss, wie viele Personen sich für das Webseminar anmelden werden. In den meisten Webseminaren sind es zwischen 10 und 25 Teilnehmende. Mit einer solchen **Gruppengröße** kann man gut arbeiten, zumal meistens ohnehin nie alle Teilnehmenden anwesend sind. Sollte es mehr Anmeldungen geben, muss man sich darauf einstellen. Dann sind Methoden, um die Teilnehmer\_innen zu aktivieren, noch wichtiger (siehe dazu Kapitel 4), denn die Erfahrung zeigt, dass die Teilnehmenden in einer großen Runde sich weniger trauen, mit Bild und Ton Fragen zu stellen.

Auch für die Korrektur von Übungen musst Du bei einer großen Gruppe mehr Zeit einplanen. Nicht nur deswegen bietet es sich an, Webseminare mit **zwei Trainer\_innen** abzuhalten. Das bewährt sich schon in kleiner Runde. Ein Trainer oder eine Trainerin kann sich auf den fachlichen Input konzentrieren, während der oder die andere die Moderation übernimmt, also Fragen der Teilnehmenden aufgreift oder selbst Fragen stellt. Idealerweise tauschen die beiden Trainer\_innen nach einem thematischen Block die Rollen, was für alle eine in der Regel willkommene Abwechslung ist. Prinzipiell ist auch eine grundsätzliche Rollenteilung in Trainer\_in und Moderator\_in möglich, das hängt von der jeweiligen (Fach-)Kompetenz ab. Gerade für große Gruppen braucht es zwei fachlich kompetente Trainer\_innen, die sich die Korrektur bzw. Besprechung der eingereichten Übungen aufteilen können.

Trainer\_innen-  
Team oder  
Solovorstellung?

Darüber hinaus ist zu klären, wie viel **Zeit** für die Vermittlung des Inhalts zur Verfügung steht. Handelt es sich um ein reines Webseminar mit einer festen Zahl von Sitzungen, zum Beispiel vier Termine à 75 Minuten? Gibt es darüber hinaus Aufgaben, die die Teilnehmenden zwischen den Webseminar-Sitzungen anfertigen sollen? Dann musst Du als Trainer\_in Zeit für die Korrektur und für die Besprechung entweder direkt im Webseminar oder per E-Mail einplanen.

Zeitbudgets  
planen

Die meisten Webseminare finden live statt – in einem bestimmten regelmäßigen **Turnus**. Gibt es eine Sitzung pro Woche, jeweils zu einer festen Uhrzeit? Oder finden die Webseminar-Sitzungen en bloc statt? Zum Beispiel zwei Tage lang jeweils eine Sitzung vormittags und eine nachmittags und zwischendrin Zeit für Übungen.

Zeitliche Abfolge  
der Sitzungen  
planen

### Plattform wählen, die Videoaufzeich- nungen sicherstellt

Es ist selten der Fall, dass alle Teilnehmenden bei jeder Webseminar-Sitzung komplett dabei sein können. Deswegen ist es sinnvoll, eine **Plattform** zu wählen, die die einzelnen Sitzungen als **Video aufzeichnen** kann. Das hilft zum einen denen, die eine Sitzung verpasst haben. Zum anderen ist es auch praktisch für die, die dabei waren und bestimmte Punkte noch einmal in Ruhe nachvollziehen wollen.

### Plattform mit Auftraggebendem absprechen

Es gibt viele Anwendungen, mit denen Webseminare durchgeführt werden können (siehe dazu Kapitel 7). Du solltest klären, ob Dein Auftraggeber oder Deine Auftraggeberin auf eine bestimmte Plattform festgelegt ist. Falls ja, dann hat er oder sie in der Regel ein Abonnement und kann Dir die Zugangsdaten zur Verfügung stellen. Falls nein, kannst Du eine vorschlagen – und dann dem Auftraggebenden die Kosten in Rechnung stellen. So oder so musst Du die Funktionen der Plattform, auf der das Webseminar stattfindet, **gut beherrschen**.

### Termine und Fristen an Teilnehmende kommunizieren

Auf jeden Fall solltest Du vor Webseminar-Beginn alle **Termine und Fristen** bekannt geben:

- wann finden die Sitzungen statt?
- bis wann sind Übungen einzureichen?
- wann werden die Resultate besprochen?
- wie lange stehen Aufzeichnungen zur Verfügung?



Letztlich muss man als Trainer\_in mit dem Auftraggebenden natürlich auch über das **Honorar** reden. Grundsätzlich unterscheiden sich Web- und Präsenzseminare vom Aufwand her nicht besonders:

### Honorar mit Auftraggebendem klären

- Es gibt eine Seminarzeit, die man als Trainer\_in in Form einzelner Sitzungen bzw. Tage inhaltlich vorbereiten muss.
- Es gibt Aufgaben zu korrigieren (bei Webseminaren findet das in der Regel zwischen zwei Sitzungen statt).
- Die Teilnehmenden wünschen sich in der Regel eine Dokumentation (z.B. als PDF der Präsentation oder eine kommentierte Linksammlung; beim Webseminar kommt noch eine Aufzeichnung hinzu).
- Letztlich gibt es noch eine Nachbereitung, bei der vielleicht noch Fragen der Teilnehmer\_innen zu beantworten sind und Du mit dem Auftraggebenden das Feedback besprichst.

In der Regel bieten Auftraggebende eine Pauschale pro Webseminar-Sitzung an, mit der all diese Aufgaben abgegolten sind. Pro 75- oder 90-minütiger Sitzung sind Honorare von 200 bis 400 Euro netto üblich. Verhandlungsspielraum gibt es bei diesen Sätzen in der Regel nur wenig oder gar nicht. Wenn es besonders viele Teilnehmende sind und Du deswegen einen höheren Betreuungs- und Korrekturaufwand hast, lassen die Anbieter schon eher mit sich reden. Eine Variante: Wegen des großen Korrekturaufwands wird ein weiterer Sitzungssatz abgerechnet. Manche Veranstalter lassen sich auch auf eine Art „Erfolgsbeteiligung“ ein: Für jeden Teilnehmenden über einer vorher festgelegten Zahl an Meldungen gibt es einen Bonus. Ein Beispiel: Man geht von zwanzig Teilnehmer\_innen aus, es melden sich aber 25 an. Für die 21. bis 25. Anmeldung gibt es jeweils 30,- Euro on top, in diesem Fall wären das also 150,- Euro mehr.

### Co-Moderation mit Auftraggebendem klären

Wie bereits erwähnt, spricht allein aus didaktischen Gründen viel dafür, ein Webseminar mit zwei Trainer\_innen bzw. Trainer\_in und Moderator\_in zu gestalten. Für den Veranstaltenden heißt das, dass er auch zwei Personen bezahlen muss. Leider sind nicht alle Webseminar-Anbietenden dazu bereit. Falls es nur für eine/n Trainer\_in Honorar gibt, kannst Du den Veranstaltenden fragen, ob er einen fachlich versierten Mitarbeitenden hat, der die Co-Moderation übernimmt.

## Werbung für das Webseminar

### Werbeunterstützung dem Auftraggebendem anbieten

In der Regel macht der Veranstaltende Werbung für das Webseminar: Auf der Website, im Newsletter und auf Social-Media-Präsenzen. Wenn Du als Trainer\_in das auch machst, freut sich Dein Auftraggebender sicher!

### Zugangsdaten für Dich frühzeitig sicherstellen

Die Anmeldung und Abrechnung übernimmt dann wieder der Auftraggebende, der den Teilnehmenden auch die Termine und Zugangsdaten mitteilt. Auch Du als Trainer\_in brauchst diese Zugangsdaten natürlich schon im Vorfeld.

## Technik-Check

Egal, welche Plattform Du für Dein Webseminar wählst: Es ist unerlässlich, dass die Technik funktioniert. Zuerst bei Dir selbst. Logge Dich in die gewählte Plattform ein und mache folgende Tests:

- Funktioniert mein Mikrofon?
- Funktioniert meine Webcam?
- Habe ich eine stabile Internetverbindung? Noch immer ist eine kabelgebundene Netzwerk-Verbindung (LAN) in der Regel stabiler als eine WLAN-Verbindung.
- Bin ich mit den Funktionen der Plattform vertraut? (Bildschirmpräsentation, Chat, Umfragemodule, Gruppenräume etc.)

### Tipps zum Technik-Check

Die Video- und Tonqualität hängt von der Hardware der Nutzer\_innen ab. Webcams sind immer häufiger von Haus aus im Rechner eingebaut und absolut ausreichend. Größere Unterschiede gibt es bei der **Tonqualität**. Guter Ton ist essentiell, damit die Teilnehmenden die Trainer\_innen gut verstehen können. Deswegen solltest Du entweder ein richtiges **Headset** oder ein **externes Mikrofon** an Deinen Computer anschließen und in den System-einstellungen als Eingangsquelle auswählen.

In jedem Fall ist ein **kabelgebundenes Mikrofon** vorzuziehen. Von Kopfhörern mit eingebautem Mikrofon, wie sie bei Smartphones dabei sind, ist restlos abzuraten. Das gilt sowohl für die kabelgebundenen Kopfhörer-Mikrofon-Kombinationen und noch mehr für kabellose.

Den Technik-Check solltest Du auf jeden Fall auch mit den Webseminar-Teilnehmenden machen. Es hat sich bewährt, vor Webseminar-Beginn eine Handvoll **Testtermine** anzubieten, an denen Du als Trainer\_in online bist und mit den Teilnehmenden diesen Technik-Check machst.



## Checkliste 1: Organisation von Webseminaren

### Checkliste zur Organisation von Webseminaren:

1. Welche Inhalte sollen vermittelt werden?
2. Zielgruppe festlegen: Wen will ich mit dem Webseminar erreichen?
3. Welche Gruppengröße ist machbar?
4. Wie viel Zeit steht zur Verfügung?  
(Anzahl, Dauer und Turnus der Sitzungen)
5. Gibt es einen Co-Moderator bzw. Co-Trainer\_in?
6. Auf welcher Plattform findet das Webseminar statt?
7. Welches Honorar gibt es?
8. Wer übernimmt die Werbung?
9. Technik-Check durchführen: Den eigenen als auch den mit den Teilnehmenden

## 4. Webseminare inhaltlich planen

Der Kern einer jeden Bildungsveranstaltung sind der Inhalt und die Art, wie er aufbereitet und präsentiert wird. Das gilt für Seminare und Webseminare gleichermaßen. Auf den kommenden Seiten erhältst Du Tipps, wie Du die Inhalte Deines Webseminars didaktisch erfolgreich vermitteln kannst.

Wir nehmen an, dass Du im Vorfeld Deines Webseminars Dein Thema und – zumindest grob – die Inhalte mit Deinem Auftraggebenden abgesprochen hast. Nun gilt es, das Thema mit Leben zu füllen. Mache Dir klar, welche Lernziele die Teilnehmenden erreichen sollen – und mit welchen Methoden Du ihnen dazu verhelfen kannst.

Lernziele  
und Methoden  
festlegen

Als Erstes solltest Du den Stoff, den Du vermitteln willst, auf die einzelnen Sitzungen aufteilen. Dann ist es dringend erforderlich, für jede einzelne Sitzung einen konkreten **Ablaufplan** zu entwickeln. Das mag vielleicht langweilig klingen, gibt Deinem Webseminar jedoch eine präzise Struktur. Die Teilnehmenden werden dafür dankbar sein.

Dein wichtigstes  
Instrument:  
der Ablaufplan

Im Ablaufplan kannst Du für jeden Programmpunkt festlegen, wie viel Zeit Du ihm widmest, mit welchem Medium und – ganz wichtig – mit welcher **Methode** Du ihn vermitteln willst. Die Methoden gehen wiederum Hand in Hand mit der Frage, wie Du

die Teilnehmenden am besten aktivieren kannst. Denn in einem Webseminar, in dem die Teilnehmenden vor dem eigenen Rechner sitzen, ist die Ablenkungsgefahr hoch – besonders, wenn das Webseminar in einen Monolog des Trainers oder der Trainerin ausartet. Wenn Du vermeiden willst, dass die Teilnehmenden ihre E-Mails checken oder im Netz surfen, dann achte darauf, alle paar Minuten eine **Teilnehmendenaktivierung** einzubauen.

### Methoden- übersicht

Mit den folgenden Methoden kannst Du Deine Inhalte in Webseminaren vermitteln. Bis auf den Vortrag eignen sich alle dazu, die Teilnehmenden von passiven Zuschauer\_innen zu aktiven Teilnehmenden im eigentlichen Sinne zu machen.

### Vortrag

Der Klassiker: Du als Trainer\_in und Expert\_in erzählst, wie etwas gemacht wird. Entweder ganz direkt oder anhand einer Präsentation. Es ist nichts gegen Power-Point-Folien einzuwenden, aber achte darauf, dass sie nicht zu voll sind und dass es nicht zu viele hintereinander sind. Wenn das Webseminar zu einer Uni-Vorlesung wird, hast Du etwas falsch gemacht und die Teilnehmenden schweifen vermutlich schnell ab.

Gerade hier zahlt es sich aus, wenn es zwei Trainer\_innen gibt, die sich beim Vortrag abwechseln – oder der zweite Trainer ergänzt etwas zu den Ausführungen des Kollegen/der Kollegin. Das lockert ungemein auf.

## Gäste

Das gilt auch, wenn Du **Gäste** ins Webseminar einlädst. Gäste können Ihre Expertise teilen, aus Ihrem Berufsalltag berichten oder ein Tool vorstellen. Du kannst sie erzählen lassen oder Ihnen Fragen stellen. Oder noch besser: die Teilnehmenden Fragen stellen lassen. Mache Dir auf jeden Fall Gedanken, was Du mit der Einladung des Gastes genau bezweckst bzw. welches Lernziel Du mit dieser Person erreichen willst.

## Beispiele

Grau ist alle Theorie. Veranschauliche an konkreten Beispielen, was Du gerade erzähst hast. Zum Beispiel: Warum ist diese bestimmte Datenvisualisierung die beste? Dazu kannst Du die Bildschirmfreigabe nutzen, um ein interaktives Diagramm anzuklicken.

## Diskussion

Ganz wichtig: Binde die Teilnehmenden ein! Stelle Ihnen Fragen, mit denen Du überprüfen kannst, ob sie das Gesagte verstanden haben. Mindestens genauso wichtig: Lasse die Teilnehmenden (Verständnis-)Fragen stellen. Entweder im **Chat** oder – noch besser – als **Wortmeldung**, bei der die Teilnehmenden live zu hören – und so sie das wollen – auch zu sehen sind. Das ist natürlich die viel persönlichere und direktere Variante. Aufpassen solltest Du nur, dass die Wortmeldungen nicht zu lange dauern, sonst besteht die Gefahr, dass Dein Zeitplan aus dem Ruder läuft.

## Aufgaben stellen

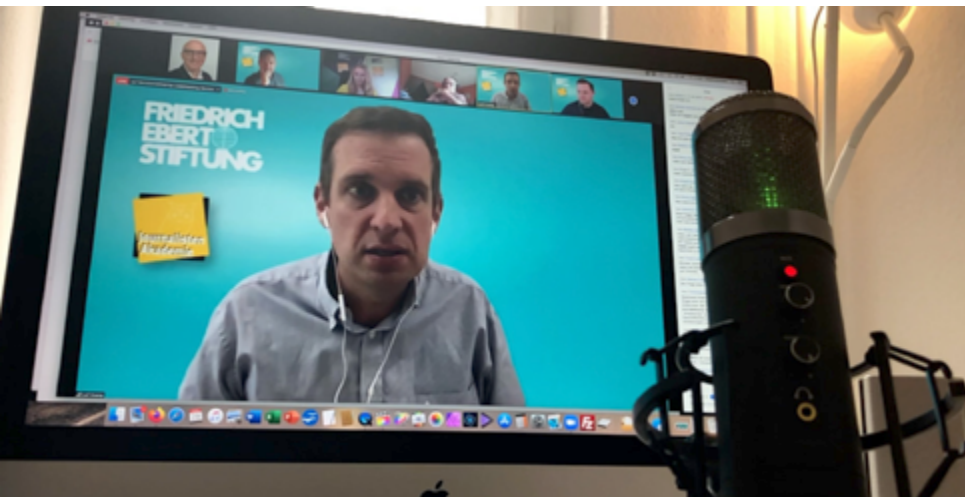
Dies ist ein sehr zentraler Punkt, denn Menschen lernen am besten, wenn sie etwas selbst ausprobieren: *learning by doing*. In einer Webseminar-Sitzung steht in der Regel nicht viel Zeit zur Verfügung. Halte die Übungen, die Du während der Live-Sitzung stellst, kurz und einfach. Du musst die Aufgabe stellen, die Teilnehmenden müssen sie bearbeiten und dann ist natürlich noch eine Auflösung nötig. Zehn Minuten sind da sehr schnell um, und zehn Minuten sind bei einem einstündigen oder 75-minütigen Webseminar viel Zeit. Überlege Dir, ob Du die Aufgabe von jedem einzeln lösen lässt oder ob das nicht besser in einer Gruppenarbeit ginge. Webseminar-Software wie Zoom bietet die Möglichkeit, so genannte „Breakout-Rooms“ einzurichten, in denen jeweils eine Handvoll Teilnehmende zusammenkommen. Für umfangreichere und tiefergehendere Übungen bietet sich die klassische „Hausaufgabe“ an. Stelle schriftlich eine konkrete Aufgabe und bitte die Teilnehmenden darum, bis zur nächsten Sitzung eine Lösung einzureichen.

## Whiteboard

Whiteboards sind eine Art Pinnwand und bei den meisten Webseminar-Anwendungen schon eingebaut. Die Teilnehmenden können hier Ideen oder Links eintragen. Das Whiteboard kann auch dazu verwendet werden, die Lösung einer Aufgabe, die Du im Rahmen des Webseminars gestellt hast, zu dokumentieren.







Dr. Leif Kramp als Gast im #digital SummerSpace 2020 der JournalistenAkademie

### Methodenwahl und Teilneh- men- denaktivierung

Wichtig ist, dass Du bei Deiner Methodenwahl auf eine ausgewogene Mischung achtest:

- Bei Deinem Vortrag nehmen die Teilnehmenden Informationen auf.
- In der Diskussion reflektieren die Teilnehmenden diese Informationen und verknüpfen sie mit ihrem eigenen Wissen.
- Bei Aufgaben wenden die Teilnehmenden das gelernte Wissen praktisch an, entweder alleine (Selbstlernphase) oder gemeinsam (bei Gruppenarbeit).

### Beispiele für einen Ablaufplan

In Deinen **Ablaufplan** kannst Du nun eintragen, welchen Inhalt Du mit welcher Methode auf welchem Medium in welcher Zeit transportieren willst. Es hilft sehr, diesen Ablaufplan in Form einer kleinen Tabelle festzuhalten. Das kann zum Beispiel so aussehen:

<b>Zeit</b>	<b>Inhalt</b>	<b>Methode</b>	<b>Medium</b>
5 Minuten	Begrüßung, Vorstellungsrunde, Erwartungsabfrage	Wortmeldung	Kamera und Mikrofon, ggf. Chat
2 Minuten	Wie schätzt Ihr Eure datenjournalistischen Kompetenzen ein?	Umfrage	Umfragefunktion der Webseminar- Software
2 Minuten	Was ist Daten- journalismus?	Wortmeldung	Kamera und Mikrofon, ggf. Chat
3 Minuten	Definition Datenjournalismus	Vortrag	Präsentation (Power Point, PDF) über Bildschirm- freigabe zeigen
5 Minuten	Beispiele für guten Datenjournalismus	Vortrag	Bildschirmfreigabe, Demonstration im Browser
3 Minuten	Wie bewerten die Teilnehmenden diese Beispiele?	Diskussion	Kamera und Mikrofon, ggf. Chat oder Whiteboard
3 Minuten	Welche guten Daten- journalismus-Beispiele kennt Ihr?	Diskussion	Teilnehmende posten Links via Chat oder Whiteboard
...	...	...	...

### Lernvertiefung durch Hausaufgaben und Lektüre-Tipps

Webseminar-Sitzungen sind vergleichsweise kurz, darum lassen sich die Inhalte dort in der Regel nicht erschöpfend behandeln. Mache Dir daher Gedanken, wie Deine Teilnehmenden den Stoff vertiefen können. Am besten gelingt das durch eine **Hausaufgabe**, bei der die Teilnehmenden das gelernte Wissen direkt anwenden können. Biete darüber hinaus **weiterführende Lektüre in Form von frei zugänglichen Links** an. **Bücher** kannst Du den Teilnehmenden natürlich auch empfehlen, aber die Hürde, eines zu kaufen, ist bei ihnen ungleich höher.

### Tipps zum Erstellen eines externen Dokuments

Sowohl Aufgaben als auch Links solltest Du in einem **externen Dokument** festhalten, auf das alle Teilnehmenden leicht Zugriff haben. Empfehlenswert ist hier **Google Docs** oder **Dropbox Paper**. Je aufwändiger und umfangreicher der Lernstoff und die damit verbundenen Aufgaben, desto mehr lohnt sich der Einsatz einer „richtigen“ Lernplattform wie **Moodle** (siehe Kapitel 7). Für die meisten Webseminare sollte aber einer der genannten Cloud-Dienste ausreichen.

### Vorteile des externen Dokuments





Ein begleitendes Dokument hat mehrere Vorteile:

- Du kannst hier weiterführende Links posten (auch zur Aufzeichnung der Sitzung) und idealerweise auch kurz erläutern.
- Die Teilnehmenden können ebenfalls Links posten oder Fragen stellen.
- Du kannst Aufgaben festhalten, damit die Teilnehmenden genau wissen, was sie tun sollen.
- Am Ende haben alle eine kommentierte Linksammlung und gleichzeitig eine Dokumentation der wichtigsten Webseminar-Inhalte. Die Dokumente lassen sich auch als Word und/oder PDF-Datei speichern.



**Checkliste 2:  
Inhaltliche Vorbe-  
reitung Deines  
Webseminars**

**Checkliste zur inhaltlichen Vorbereitung von  
Webseminaren**

-  Lege ein Lernziel fest.
-  Arbeite einen genauen Ablaufplan aus:  
Welcher Inhalt mit welcher Methode  
mit welchem Medium, wie lang?  
Achte dabei besonders auf die Aktivierung  
der Teilnehmenden!
-  Stelle weiterführendes Material zur  
Vertiefung des Stoffes bereit.
-  Lege für die Dokumentation von  
Aufzeichnungen, Links, Aufgaben und  
eventuell auch Arbeitsergebnissen ein  
begleitendes Dokument an.

## 5. Wie man Webseminare moderiert

Wenn das Webseminar inhaltlich und organisatorisch gut vorbereitet ist, kann es losgehen. Du bist zwar in erster Linie Trainer\_in mit fachlicher Expertise, im Webseminar musst Du aber auch die **Moderator\_innen-Rolle** übernehmen. Es wurde bereits im Organisationskapitel empfohlen, Webseminare zu zweit durchzuführen: entweder in der Aufteilung ein Moderator, ein Trainer oder – noch besser – beide Trainer\_innen moderieren abwechselnd. In diesem Kapitel wird speziell auf die Moderator\_innen-Rolle eingegangen.

### Tipps für Deine Webseminar-Moderation

Du solltest selbst schon mindestens zwanzig, besser dreißig Minuten vor Beginn den Webseminarraum öffnen. Zum einen, um selbst noch einmal Kamera und Mikro zu checken, zum anderen, weil es immer auch einige Teilnehmende gibt, die ein paar Minuten früher da sind. Das ist eine gute Gelegenheit, sich kurz persönlich kennenzulernen und zwanglos miteinander zu plaudern, auch über Themen, die nicht zum Webseminar gehören. Dadurch entsteht eine persönlichere und damit lernfördernde Atmosphäre.

**Starte Dein Webseminar pünktlich**, und mache das auch für alle Anwesenden deutlich. **Begrüße** die Teilnehmenden im Namen des Veranstalters und stelle Dich selbst kurz vor. Falls Du vorhast, die einzelnen Webseminarsitzung **aufzuzeichnen** (und das wünschen sich die Teilnehmenden fast immer), solltest Du zu Beginn der ersten Sitzung unbedingt darauf hinweisen, dass Du die Aufzeichnung startest und dass Du es als Zustimmung werdest, wenn die Teilnehmenden im Webseminarraum bleiben. Du solltest darauf hinweisen, dass die Teilnehmenden selbst die Privatsphäre-Kontrolle haben, weil sie selbst entscheiden können, ob sie zu hören und zu sehen sind.

Pünktlichkeit und  
Freundlichkeit

Jedes Webseminar sollte in der ersten Sitzung mit einer **persönlichen Vorstellungsrunde** beginnen. Jeder Teilnehmende sollte seinen Namen, Wohnort, Beruf nennen und sein Interesse am Thema erläutern. Die meisten Teilnehmenden nehmen diese Möglichkeit dankbar an und aktivieren dazu auch ihre Webcam und Ihr Mikrofon. Gerade in einer digitalen Lernumgebung ist eine persönliche Vorstellungsrunde wichtig und schafft soziale Präsenz. Achet darauf, dass die Vorstellungsrunde nicht zu lange dauert und Deinen Ablaufplan zeitlich sprengt. Wenn bereits vor Webseminarbeginn klar ist, dass sich zwanzig oder mehr Personen angemeldet haben, ist es sinnvoll, die Vorstellungsrunde auf eine externe Plattform wie **Padlet** zu verlegen, auf der sich jeder eintragen kann. Alternativ verteilst Du die persönliche Vorstellungsrunde im Webseminar auf zwei Termine. Oder Du teilst die Teilnehmenden in Breakout-Rooms mit Gruppen von 4–5 Personen ein, in denen sich zumindest diese Leute persönlicher kennenlernen.

Unverzichtbar:  
die Vorstellungsrunde

### Störgeräusche vermeiden

Wenn die Vorstellungsrunde vorüber ist, solltest Du die Teilnehmenden bitten, ihr **Mikrofon stummzuschalten**, um mögliche Störgeräusche zu vermeiden und auch Bandbreite zu sparen. Wer sich im späteren Verlauf zu Wort melden will, kann das durch spezielle Icons wie zum Beispiel „Hand heben“ anzeigen.

Und dann geht es mit Deinem inhaltlichen Input los, wie Du ihn im Ablaufplan festgehalten hast. Natürlich musst Du Dich nicht sklavisch daran halten. In der realen Lernsituation wird es immer ein bisschen anders laufen, je nachdem, wie viele Fragen oder auch (Diskussions-) Beiträge der Teilnehmenden es gibt.

### Teilnehmenden-Beteiligung

Zu einer solchen **Beteiligung** solltest Du die Teilnehmenden am Anfang ermuntern, denn das bringt Leben in den Webseminarraum. Nichts ist langweiliger als ein Webseminar, in dem die Trainerin oder der Trainer sein Programm abspielt und das Publikum nicht zu Wort kommen lässt.

Dennoch sollten die Teilnehmenden nicht ständig dazwischenrufen. Weise freundlich darauf hin, dass Du immer wieder **Frage- und Diskussionsrunden** einbaust – und setze das in die Praxis um! Wer sofort eine Verständnisfrage hat, kann sie in den Chat posten. Den sollten Co-Moderator\_in bzw. Co-Trainer\_in im Auge haben, denn der Vortragende ist meistens so mit seinem Input beschäftigt, dass er oder sie den Chat nicht beobachten kann. Der Co-Moderator wartet eine passende Gelegenheit ab und trägt dann die **Fragen aus dem Chat** nochmals „im Plenum“ vor. Einer der beiden Trainer\_innen bzw. Moderator\_innen beantwortet dann die Fragen. Falls es sich um eine kleine Frage à la „wie lautete gleich noch der Link zu dem gerade vorgestellten Tool?“ handelt, dann reicht es, wenn die Co-Moderation die Antwort in den Chat schreibt.



Natürlich kann es auch vorkommen, dass Teilnehmende etwas fragen, worauf Du nicht sofort eine befriedigende Antwort weißt. Oder etwas Spezielles, das den Rahmen des Webeseminars sprengen würde. In beiden Fällen ist es dringend angeraten, die **Antworten** nach der Sitzung zu recherchieren und dem Teilnehmenden zu mailen oder zu **Beginn der nächsten Sitzung mitzuteilen**. Auch eine schriftliche Antwort im Begleitdokument zum Webseminar ist denkbar. Die Erfahrung zeigt: Teilnehmende schätzen es sehr, wenn Trainer\_innen auf ihre Fragen eingehen bzw. ihnen helfen, ein Problem zu lösen.

Du bist überfragt.  
Was nun?

Wenn die Webseminar-Zeit um ist, weise auf das **Ende der Sitzung hin**, verabschiede Dich von den Teilnehmenden und werbe für die nächste Sitzung, indem Du anteaserst, um welche Themen es dort gehen wird. Die Aufnahme kannst Du manuell stoppen bzw. sie endet automatisch, wenn Du den Webseminarraum schließt. Den **Link zur Aufzeichnung** (und gegebenenfalls die Zugangsdaten dazu) solltest Du **so bald wie möglich an die Teilnehmenden weiterleiten**, sei es per E-Mail oder indem Du den Link in das Begleitdokument postest.

Abmoderation  
der Sitzung

Am Ende der letzten Webseminar-Sitzung solltest Du ein **persönliches Feedback** einholen. Frage, wie es den Teilnehmenden gefallen hat, ob Ihre Erwartungen erfüllt worden sind und ob sie Anregungen haben, was man anders oder auch besser machen könnte. Meistens melden sich einige, wenn auch nicht alle, Teilnehmende und geben Ihr Feedback. Diese direkten Rückmeldungen sind oftmals wertvoller als die Feedback-Fragebögen der Auftragnehmer, die sicher auch ihre Berechtigung haben, aber anonym sind und überwiegend Bewertungen in Zahlenform enthalten.

Webseminar-  
Auswertung: Das  
Feedback der  
Teilnehmenden



### Checkliste 3: So machst Du einen guten Modera- tor\_innenjob

#### Checkliste zu Deiner Moderator\_innen-Rolle

- Sei freundlich.
- Höre den Teilnehmenden gut zu und gehe auf ihre Fragen ein.
- Habe immer den Chat im Auge.
- Achte auf Deinen Ablaufplan.
- Sorge für Abwechslung der Sprechenden, Methoden und eingesetzten Medien.
- Kommuniziere präzise die nächsten Schritte, Aufgaben und weiteren Termine.
- Stehe auch außerhalb der Webseminarzeit für Fragen zur Verfügung.

## Exkurs: Rhetorische Elemente in der Moderation\*

Wie bereits erwähnt ist die Aufmerksamkeitsspanne von Teilnehmenden bei einem Webseminar geringer als im Präsenzseminar. Dafür sind die Einladungen zur Ablenkung für die Teilnehmenden im Homeoffice oder im Hotelzimmer (oder wo auch immer sie sich aufhalten) meist wesentlich häufiger als im geschlossenen Raum einer Präsenzveranstaltung.

Es ist Deine Aufgabe als Trainer\_in und Moderator\_in, alle Dir zur Verfügung stehenden Mittel zur Förderung der Aufmerksamkeit zu nutzen, um den Zuhörenden das Lernen zu erleichtern.

Der Einsatz von verschiedenen oben beschriebenen methodischen Ansätzen ist dabei eine wichtige Voraussetzung. Eine weitere ergibt sich durch den gezielten Einsatz rhetorischer Stilmittel, um Deine Wirkungsmöglichkeiten zu erhöhen. Dabei spielt unter anderem Deine **Stimme**, Deine **Mimik** sowie Deine **Blickrichtung** eine herausragende Rolle.

Die Aufmerksamkeit fördern durch gezielten Einsatz von Stimme, Mimik und Blickrichtung

### Stimme

Deine Stimme sollte verständlich und interessant klingen. Dies bedeutet schlicht und einfach, den **Mund beim Sprechen auf** zu machen, **keine Endsilben zu verschlucken** und somit nicht vor sich hin zu nuscheln. **Stimmhebungen und -senkungen** sowie eine angemessene **Lautstärke** geben dabei die nötige Farbe. Kleiner Übungstipp: Stecke einen Korken zwischen Deine Zähne und versuche verständlich zu sprechen. Du wirst feststellen,

---

\* Dieses Kapitel wurde von Carla Schulte-Breidenbach verfasst.

dass das nur gelingt, wenn Du mit Deinen Lippen deutlich artikulierst. So sollte es beim Sprechen ohne Korken auch sein.

Dein **Sprechtempo** sollte eher zu langsam als zu schnell sein. Mache bitte nie Zeitdruck durch schnelleres Sprechen wett, denn es hört Dir über kurz oder lang niemand mehr zu. Als Beispiel für einen eindrucksvollen Stimmeinsatz sei hier an manchen Sportreporter oder Sportreporterin im Radio erinnert, die ein Fußballspiel kommentieren: nur durch das Hören sehen die Zuhörenden den Ball ins Tor fliegen. Auch wenn Du nicht die Begabung für so ein extrovertiertes und druckvolles Sprechen hast, so kannst Du doch an Deiner Verständlichkeit im Ausdruck und an Deinem Sprechtempo etwas ändern und optimieren.

### Mimik

Wie bereits erwähnt solltest Du zu Beginn des Webseminars freundlich die Teilnehmenden begrüßen. Freundlichkeit vermittelt sich über Deine Stimme und mehr noch über Deine Mimik: **Du solltest lächeln!** Wenn Du Deine Teilnehmenden anlächelst, ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie zurücklächeln, erheblich größer, als wenn Du mit unbewegtem Gesicht in die Kamera starrst. Natürlich sollst Du nicht als ewiger Lächler in die Annalen des Webseminars eingehen. Spätestens, wenn Du Dich den inhaltlichen Punkten zuwendest, kann und darf Deine Miene ernst werden. Wichtig ist, dass Du zu Beginn und auch bei der Verabschiedung Deinem Publikum ein Lächeln schenkst, denn dann fühlen sich Deine Teilnehmenden von Dir angenommen und sicher.

## Blickrichtung

Als Moderator\_in eines Webseminars ist es verführerisch, die Blickrichtung auf die Abbilder der Teilnehmenden zu lenken, besonders, wenn diese sprechen, oder auf Deinen eigenen Monitor zu schauen, auf dem z. B. Deine Präsentation läuft. Die Teilnehmenden fühlen sich dadurch weder angesprochen noch in den Inhalt mitgenommen. Das werden sie nach spätestens drei Minuten Sprechzeit von Dir mir Langeweile und gedanklichem Abdriften beantworten. Du musst es Dir unbedingt angewöhnen, **in Deine Kamera zu schauen!** Nur dann kannst Du Deine Zuschauer\_innen auf Dich und Deine Inhalte fokussieren.

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass Du durch den gezielten Einsatz einer **lebendigen Stimme, einer freundlich-sympathischen Miene sowie einer offensiven, auf den/die Zuschauer\_in gerichteten Blickrichtung** Deine Wirkungsmöglichkeiten potenzieren sowie die Aufmerksamkeit Deines Publikums erheblich steigern kannst.



Diskussionsrunde im #digital SummerSpace 2020 der JournalistenAkademie

## 6. Nachbereitung

Tipps zur Nachbereitung Deines Webseminars: das Begleitdokument und Deine persönliche Note

Wenn alle Webseminarsitzungen absolviert sind, steht noch die Nachbereitung an. Zuerst solltest Du das **Begleitdokument** ein letztes Mal aktualisieren, Korrektur lesen und dann als Word- oder PDF-Dokument **an die Teilnehmenden versenden**. Das Gleiche gilt für Deine Präsentation. Entweder machst Du das persönlich oder lässt es über den Veranstaltenden laufen. So oder so macht es sich gut, wenn Du den Teilnehmenden noch **ein paar persönliche Zeilen** mit auf den Weg gibst. Zum Beispiel: „Es hat mir Spaß gemacht, danke für die engagierte Mitarbeit, bis zum nächsten Mal.“

Feedback-Bögen des Auftraggebenden auswerten

Der Auftraggebende verschickt in der Regel auch einen Evaluations- und Feedbackbogen, den in der Regel zwar nicht alle, aber doch einige Teilnehmende ausfüllen. Als Trainer\_in bzw. Moderator\_in bekommst Du die Ergebnisse meist auch zugeschickt.

Gleiche diese Dokumente immer mit dem persönlichen Feedback aus der letzten Webseminarsitzung ab und ziehe daraus Deine Rückschlüsse, was Du beim nächsten Webseminar vielleicht anders oder besser machen kannst.

Dazu tausche Dich mit Deinem Co-Trainer bzw. Deiner Co-Trainerin aus: Habt ihr die gleiche Wahrnehmung vom Ergebnis der Veranstaltung? Was ist ihm oder ihr aufgefallen, was Dir vielleicht entgangen ist? Gebt Euch gegenseitiges **Feedback zur Auswahl Eurer Methodik, zum Umgang mit vielleicht schwierigen Teilnehmenden, zu Eurer Moderation sowie zu Eurer individuellen Präsentation.**

Kollegiales  
Feedback im Team  
und mit dem  
Auftraggebendem

Und sicher ist es auch eine gute Idee, mit dem Auftraggebenden über das Feedback zu sprechen und zu entscheiden, was davon man bei einer Neuauflage des Webseminars in die Tat umsetzen könnte.



Breakout-Session im #digital SummerSpace 2020 der JournalistenAkademie



## Checkliste 4: Deine Nachbereitung

### Checkliste für die Nachbereitung des Webseminars

- Aktualisiere und redigiere das Begleit-Dokument.
- Schicke den Teilnehmenden das Begleit-Dokument und eventuell auch Deine Präsentation.
- Entweder Du oder Dein Auftraggebender schickt den Teilnehmenden einen Feedback- und Evaluationsfragebogen.
- Analysiere die Auswertung der Feedback- und Evaluationsfragebögen.
- Tausche Dich mit der Co-Moderation über den Verlauf des Webseminars aus und gebt Euch gegenseitig ein kollegiales Feedback zu Inhalt, Methodik, Moderation.
- Bespreche mit Deinem Auftraggebenden das Feedback und etwaige Änderungen für eine Neuauflage des Webseminars.



## 7. Überblick über geeignete Webseminar-Software

Wenn Du ein Webseminar anbieten willst, brauchst Du vor allem eine gut funktionierende Videokonferenz-Software. Diese gibt es in Hülle und Fülle. Welche für Dich die richtige ist, solltest Du anhand folgender Kriterien entscheiden:

- Bietet die Software die gewünschten Funktionen (z.B. Aufzeichnung, Bildschirmfreigabe, Chat, Wortmeldung per Mikrofon oder Kamera)?
- Wie viele Teilnehmende sind möglich?
- Ist die Software für Trainer\_innen und Teilnehmende leicht verständlich und leicht zu bedienen?
- Wie viel kostet die Software und wie sind die Preise gestaffelt (z.B. nach Funktionen und Teilnehmendenzahl)?

Beispielhaft seien hier zwei Programme vorgestellt, die im aktuellen Bildungskontext sehr verbreitet sind und sich dort bewährt haben.

**Zoom** ist seit Beginn der Corona-Pandemie zum Marktführer unter den Videokonferenz-Systemen avanciert und wird von zahlreichen journalistischen Ausbildungseinrichtungen genutzt. Auch die FES-JournalistenAkademie arbeitet in ihrem Bildungsangebot vor allem mit Zoom. Der Anbieter aus den USA hatte eine Zeitlang mit Vorwürfen zu Sicherheitslücken und Datenschutzproblemen

Tipps zur Auswahl der richtigen Webseminar-Plattform

Die Plattform Zoom

zu kämpfen, hat aber 2020 die Bugs beseitigt und auch eine Ende-zu-Ende-Verschlüsselung eingeführt. Administrator\_innen haben jetzt **mehr Optionen für Sicherheitseinstellungen**, etwa, dass sie **Teilnehmende manuell in den Meeting-Raum einlassen** können. Man kann Zoom sowohl via App als auch über den Browser nutzen.

Zoom ist sehr leicht zu bedienen, sowohl für die Trainer\_innen als auch für die Teilnehmenden. Die Menüpunkte sind selbsterklärend. Als Trainer\_in arbeitet man häufig mit der **Bildschirmfreigabe**, die bei Zoom sehr viele Optionen bietet. Man kann seinen ganzen Computer-Schreibtisch freigeben, nur einzelne Programme (wie zum Beispiel den Webbrowser) oder ein **Whiteboard** für die Gruppenarbeit. Praktisch ist auch die Möglichkeit, Inhalte von seinem Smartphone zeigen zu können. Auch der **Computerton** kann **übertragen** werden. Wenn Du zum Beispiel ein Video vorführst, hören das die Teilnehmenden auch. Die Funktion **„Breakout-Rooms“** ermöglicht es Dir, die Teilnehmenden in kleinere Gruppen einzuteilen, was für die Gruppenarbeit sehr praktisch ist.

Der **Chat** ist selbsterklärend und leicht zu nutzen. Man kann öffentliche Nachrichten an alle oder private Nachrichten an nur eine bestimmte Person schreiben. All das ist schon in der Basisversion von Zoom, den so genannten Meetings, enthalten, an denen 100 Personen teilnehmen können. Darüber hinaus bietet Zoom eine eigene Webseminar-Funktion an, die auch die interaktiven Elemente **„Umfragen“** sowie **„Fragen und Antworten“** enthält. Außerdem lassen sich Webseminare auch **live streamen**, zum Beispiel auf YouTube oder Facebook.

Technisch läuft Zoom sehr stabil und benötigt weniger Bandbreite als zum Beispiel Adobe Connect, mit dem früher auch bei der FES-JournalistenAkademie gearbeitet wurde.

Es gibt auch eine **Zoom-App**, die vor allem für Teilnehmende nützlich ist, die zur Webseminarzeit nicht vor einem Desktop-Rechner sitzen und das Webseminar trotzdem verfolgen möchten.

Ein Pro-Abo bei Zoom mit den wesentlichen Funktionen kostet zurzeit 13,99 Euro pro Moderator und Monat, die Webseminar-Funktion schlägt mit zusätzlichen 37 Euro pro Monat zu Buche. Als Jahresabonnement ist es etwas günstiger. Viele Ausbildungseinrichtungen, die Webseminare anbieten (auch die FES-Journalistenakademie), haben selbst ein (Zoom-)Abo abgeschlossen und stellen Dir bei Bedarf die Login-Daten zur Verfügung.

Was kostet Zoom?

**Big Blue Button** ist eine zweite einfach zu bedienende Videokonferenz-Software mit allen nötigen Grundfunktionen wie **Bildschirmfreigabe, Chat, Umfrage, geteilten Notizen und Gruppenräumen**.

Trainer\_innen und Teilnehmende können sich über den Browser einloggen. Big Blue Button ist Open Source und daher **(fast) kostenlos**. Es muss auf einem Server installiert werden, was nicht ganz trivial ist und wodurch indirekt Kosten entstehen. Es gibt eine Reihe von Ausbildungseinrichtungen, vor allem Hochschulen, aber auch die FES-JournalistenAkademie, die mit Big Blue Button arbeiten. Im Vergleich zu Zoom läuft Big Blue Button jedoch nicht ganz so reibungslos.

Die Plattform Big Blue Button

Darüber hinaus gibt es eine Reihe weiterer Videokonferenz-Tools wie **GoToMeeting, CiscoWebEx, Microsoft Teams, Adobe Connect** oder **EduPip**, um nur eine Handvoll zu nennen.

## Tipps für Lern-Management-Plattformen

Für längerfristige Kurse mit aufeinander aufbauendem Lehrmaterial bieten sich E-Learning- oder genauer Lern-Management-Plattformen (LMS) an. Hier liegt der Fokus weniger auf dem Live-Unterricht als auf dem **selbstständigen Erarbeiten von Inhalten**.

## Moodle

Im Bildungsbereich ist **Moodle** der Marktführer unter den LMS-Plattformen. Lehrer\_innen bzw. Trainer\_innen legen hier Kurse an und laden – oft Woche für Woche – Lehrmaterial hoch: Lehrvideos, weiterführende Lektüre, Aufgaben oder Quizze, mit denen man sein Wissen überprüfen kann. Darüber hinaus gibt es Foren, in denen sich die Teilnehmenden gegenseitig austauschen und unterstützen können. Auch die Trainer\_innen haben darauf Zugriff. Bei Moodle handelt es sich ebenfalls um Open Source-Software, die man herunterladen und auf dem eigenen Server installieren kann. Vor allem an Hochschulen ist Moodle sehr beliebt, auch das bereits angesprochene Knight Center bietet seine digital-journalistischen Kurse auf einer Moodle-Plattform an. Moodle bietet auch die Möglichkeit, die Plattform für Kund\_innen zu hosten. Dritte Möglichkeit: Ein zertifizierter Moodle-Partner übernimmt das Hosting.

Die oben erwähnte Videokonferenz-Software Big Blue Button lässt sich über ein Plugin in Moodle integrieren. Damit hast Du bei Bedarf auch dort ein Live-Werkzeug zur Verfügung.

## 8. Fazit

Es gibt viele Möglichkeiten, sein Wissen digital zu vermitteln. Ein digitales Seminar ist kein Hexenwerk. Es muss nur gut geplant sein, vor allem methodisch-didaktisch. Mit jedem Webseminar, das Du gibst, wachsen Deine Erfahrung und Dein Selbstvertrauen. Ein Tipp ist, regelmäßig selbst an anderen Webseminaren teilzunehmen, um zu sehen, wie die Kolleg\_innen ihre Themen didaktisch aufbereiten. Das eine oder andere kannst Du Dir dabei anschauen. In der FES-JournalistenAkademie existiert für Trainer\_innen zum Beispiel die Möglichkeit, an den Web- oder Präsenzseminaren anderer Kolleg\_innen kostenlos teilzunehmen.

Und nun leg los! Trau Dich an Dein erstes Webseminar heran. Wie bereits gesagt: Es ist kein Hexenwerk. Viel Spaß!

## Der Autor



**Bernd Oswald** ist Freier Journalist für Themen an der Schnittstelle von Politik, Medien und IT mit mehr als zwanzig Jahren Berufserfahrung. Er studierte Journalistik und Politikwissenschaft in München und war zu dieser Zeit Stipendiat der Friedrich-Ebert-Stiftung. Anschließend arbeitete er mehrere Jahre bei *sueddeutsche.de*, zuletzt als Ressortleiter Nachrichten. Heute arbeitet er als Netzwelt-Autor und Fact-Checker für BR24, das Nachrichtenangebot des Bayerischen Rundfunks. Darüber hinaus bietet er Seminare und Webseminare für digitalen Journalismus an, vor allem zu Online-Recherche, Schreiben fürs Netz und Datenjournalismus. Über neue Trends im digitalen Journalismus bloggt er auf *journalisten-training.de* und twittert als *@berndoswald*. 2019 ist sein Lehrbuch „Digitaler Journalismus. Ein Handbuch für Recherche, Produktion und Vermarktung“ erschienen.

# Notizen











