

# Webinare

Eintagsfliege oder dauerhafte  
Chance für motiviertes Lernen?

Autorin: Dr. Katja Bett

Geschäftsführende Gesellschafterin CLC2.0 – Corporate Learning Consultants 2.0 GbR und Inhaberin von //didacticdesign



Mit Unterstützung von

**GoToWebinar**

## Gliederung

1. Virtuelles Klassenzimmer versus traditionelles Klassenzimmer – Was ist der Unterschied?
2. Die sieben Erfolgsprinzipien - Wann sind Webinare erfolgreich und motivierend?
  - 2.1 Planung – Online-Sessions umfassend vorbereiten und konzeptionell neu denken
  - 2.2 Medienwahl – unterschiedliche Medien einsetzen und sinnvoll kombinieren
  - 2.3 Relevanz – virtuelle Sessions passgenau zum Inhalt gestalten
  - 2.4 Interaktivität – lernen und arbeiten mit dem Trainer und den anderen Teilnehmenden im System
  - 2.5 Soziale Präsenz – den Vorteil des unmittelbaren Kontakts nutzen
  - 2.6 Gestaltung – Visualisierungen und Sprache gekonnt einsetzen
  - 2.7 Moderation – die Dynamik des virtuellen Raums managen
3. Über die Autorin



## 1. Virtuelles Klassenzimmer versus traditionelles Klassenzimmer – was ist der Unterschied?

### Was ist ein virtuelles Klassenzimmer?

Das virtuelle Klassenzimmer, oft auch „virtual classroom“ genannt, ist eine Software, mit der synchrone (zeitgleiche) Veranstaltungen im Netz durchgeführt werden können. Das bedeutet, dass alle Beteiligten zur gleichen Zeit online sind, das Gleiche hören, sehen und erleben, ähnlich wie in einem Klassenzimmer vor Ort in Präsenz.

Das Besondere am virtuellen Klassenraum – gegenüber den herkömmlichen Konferenzsystemen – ist, dass spezielle Tools und Funktionen integriert sind, die darauf abzielen, das Lernen und Arbeiten in Gruppen zu unterstützen. Beispielsweise können die Teilnehmenden parallel zum Webinar miteinander und mit dem Trainer chatten, es sind Umfrage- und Test-Tools integriert, die von den Lernenden live ausgefüllt und unmittelbar ausgewertet werden. Außerdem gibt es die Möglichkeit, gemeinsam auf einem sogenannten Whiteboard zu schreiben (z.B. für ein Brainstorming) oder auch mit Hilfe von Application Sharing Dokumente oder Anwendungen gemeinsam zu bearbeiten oder zu bedienen.

## Was ist ein Webinar?

Ein Webinar ist ein Seminar, das im World Wide Web stattfindet. Das Wort Webinar ist wie die meisten neueren Begriffe im E-Learning ein Kunstwort, gebildet aus den Begriffen „Web“ und „Seminar“. Bei einem Webinar geht es um das interaktive Lernen in einer geschlossenen Gruppe, betreut und angeleitet durch einen Trainer und Dozenten. Die Inhalte sind in der Regel festgelegt, wie auch die Dauer, der Ablauf und die Methoden, die während des Webinars zum Einsatz kommen.

## Virtuelles versus traditionelles Klassenzimmer – was ist der Unterschied?

Virtuelle Klassenräume werden sehr häufig im Stil des traditionellen Klassenzimmers verwendet. Gerade unerfahrene Trainer tendieren zu dieser Gleichsetzung. Das Ergebnis sind langatmige, unattraktive und überfrachtete Webinare, bei denen sich die Teilnehmer relativ schnell ausklinken, im Web surfen, E-Mails bearbeiten oder sich anders ablenken. Aus diesem Grund ist es wichtig, die Unterschiede zwischen diesen beiden Klassenzimmer-Varianten herauszuarbeiten und deren Implikationen auf virtuelle Schulungen zu untersuchen. Dies soll anhand dreier Kriterien aufgezeigt werden:

### ***Kriterium 1 – Kommunikationskanäle***

Der Trainer im traditionellen Klassenzimmer verfügt über drei Kommunikationskanäle, die er mehr oder weniger virtuos bedienen kann: das gesprochene oder geschriebene Wort als Träger der Informationen, die Intonation der Stimme, um der Information Struktur zu geben und die Körpersprache, um dem Ganzen den entsprechenden Ausdruck zu verleihen.

Im virtuellen Klassenzimmer fehlt die Körpersprache praktisch völlig. Auch ein Video kann hier nur Rudimente ersetzen. Schlimmer noch: im Lernprozess wirkt das Video, das kaum Informationen bringt, eher störend - es sollte mit Ausnahme von Anfang und Ende der Schulung sowie weiteren bestimmten Situationen besser ausgeschaltet werden.

Allerdings kann die Körpersprache doch wirken: indem man sie im virtuellen Klassenzimmer einsetzt, bekommt die Stimme – als hier wichtigster Kommunikationskanal – eine viel stärkere Gewichtung. Trainer, die im virtuellen Klassenzimmer ohne Körpersprache sprechen („sieht der Teilnehmer ja eh nicht“) werden als stimmlich langweilig und monoton wahrgenommen.

## Tipp

*Nutzen Sie die Körpersprache, auch wenn man sie nicht sieht. Sie können damit den Verlust dieses wichtigsten Kanals zumindest ein klein wenig ausgleichen. Mehr auf jeden Fall als mit der Videokamera. Eine zweite Möglichkeit, die fehlende Körpersprache auszugleichen ist eine ansprechende und gute Gestaltung der eingesetzten Präsentation (in der Regel Folien).*

### **Kriterium 2 – Umgebung**

Im traditionellen Klassenzimmer lernen wir in einer geschützten Umgebung. Alles um uns herum ist Klassenzimmer und ein Teilnehmer muss das Klassenzimmer schon verlassen oder gezielt aus dem Fenster schauen, um „draußen“ zu sein. Ablenkungen, Störungen und Unterbrechungen sind somit viel seltener.

Das virtuelle Klassenzimmer ist nur der Computerbildschirm mit dem Headset. Die gesamte Umgebung ist nicht Klassenzimmer, sondern Büro, Arbeitsplatz, Hotelzimmer etc. Sobald der Teilnehmende vom Rechner aufschaut, ist er schon ein Stück aus dem Klassenzimmer gegangen. Aber es kommt noch schlimmer: im Klassenzimmer selbst gibt es zahlreiche „Verführer“, z.B. E-Mail, Internet etc.

## Tipp

*Für uns als Trainer heißt das, dass wir das Training anders aufsetzen müssen. Es muss interaktiv sein, die Teilnehmenden einbinden, Spaß machen, Neugierde wecken. Das hat direkte Implikationen auf die Lerninhalte und deren Vermittlung. Die Inhalte müssen viel mehr erarbeitet als vom Trainer frontal vorgetragen werden. Dies bedeutet, dass die Inhalte aus dem traditionellen Training nicht 1:1 übernommen werden können. Sie müssen an das Training im virtuellen Klassenzimmer angepasst werden.*

### **Kriterium 3 – Soziale Präsenz**

Die sogenannte soziale Präsenz, also das Ausmaß, wie die anderen als Personen wahrgenommen werden, ist in allen onlinegestützten Lern-, Kommunikations- und Arbeitsumgebungen eingeschränkt. Mimik und Gestik werden meist nicht übertragen, die Atmosphäre im Raum ist nicht spürbar und es gibt auch keine unverbindlichen Austauschmöglichkeiten unter den Teilnehmenden. Alle sitzen im Büro oder zuhause an ihrem Rechner und können nicht mal eben gemeinsam in der Pause einen Kaffee trinken oder sich in der Mittagspause in lockerer Atmosphäre kennenlernen. Das führt letztendlich dazu, dass sich sowohl das Gruppenklima als auch das Zusammengehörigkeitsgefühl der virtuellen Gruppe nicht von alleine einstellen.

#### Tipp

*Das bedeutet, dass wir als Trainer aktiv werden müssen. Setzen Sie beispielsweise kurze Kennenlernrunden ein oder lassen Sie zwischendurch in einem Webinar auch mal kurz „Spaßthemen“ einfließen (die Betonung liegt auf „kurz“). Hilfreich ist es auch, Fotos aller Teilnehmenden und des Trainers auf Folien einzubinden, sodass die Teilnehmer von den anderen ein Bild vor Augen haben - auch wenn sie ihn oder sie nicht sprechen sehen. Außerdem ist es hilfreich, auf die Ausbildung einer guten Lern- und Arbeitsatmosphäre zu achten. Besonders wichtig ist es, dass wir als Trainer gut mit den Teilnehmenden umgehen. In virtuellen Kontexten orientieren sich die Teilnehmenden – noch viel stärker als in Präsenz – am Umgangsstil sowie am Umgangston des Trainers und lassen sich von dessen Stil beeinflussen bzw. übernehmen ihn. Das bedeutet für uns: freundlicher Ton, wertschätzender Umgang mit allen Beteiligten, immer wieder zur aktiven Beteiligung anregen und insgesamt auch mit einem Lächeln in der Stimme agieren.*



## 2. Die sieben Erfolgsprinzipien - wann sind Webinare erfolgreich und motivierend?

Wie oben bereits beschrieben, bewegen wir uns als Trainer oder Moderatoren in Webinaren auf einer anderen „Bühne“ als in Präsenz. Die Besonderheiten des virtuellen Raumes haben Auswirkungen auf viele Faktoren, von der Planung über die Medienwahl bis hin zur Moderation und Betreuung. Konkret sind es sieben Erfolgsfaktoren, die es umzusetzen und zu beachten gilt, wenn wir eine dauerhafte Chance für motivierendes und erfolgreiches virtuelles Lernen und Zusammenarbeiten erreichen wollen.

### 2.1 Planung – Online-Sessions umfassend vorbereiten und konzeptionell neu denken

Die Planung von Webinaren und Online-Sessions folgt anderen Prinzipien als in Präsenz. In der Regel haben Webinare eine Dauer zwischen 60 und 90 Minuten. Das hat konkrete Auswirkungen auf die Planung: es muss kleinschrittiger und konkreter geplant werden. Läuft zudem ein Webinar einmal an, gibt es wenige Möglichkeiten, dieses im Verlauf der doch recht kurzen Zeit noch spontan zu verändern, zumindest wenn man es zeitlich mit ein- bis zweitägigen Trainings oder Seminaren vergleicht. Das liegt auch an der eingesetzten Technik: sind Folien einmal hochgeladen, lassen sich diese nicht mehr spontan verändern, sind Umfragen vorgesehen, so sind diese ad-hoc nicht veränderbar und und und.

Aber es gibt auch didaktische Gründe für eine sorgfältige Planung. Wie oben bereits ausführlich dargestellt, unterscheidet sich die virtuelle Kommunikation und Kooperation maßgeblich von derjenigen in Präsenz. Eine didaktische Konsequenz daraus ist, dass die Teilnehmenden bewusst aktiv in das Geschehen miteinbezogen werden müssen.

Diese beständige Aktivierung wirkt sich positiv auf die Motivation (oder auch Lernmotivation) der Teilnehmenden aus und das Behalten und der Transfer der im Webinar vermittelten Inhalte wird gleichzeitig gefördert. Immer dann, wenn sich Teilnehmende aktiv mit dem Inhalt auseinandersetzen müssen und nicht einfach nur zuhören und die Inhalte ggfs. „vorbeifliegen“ lassen, ist die Quote des Behaltens höher.

## Tipp

Setzen Sie für die Planung eines Webinars ein sogenanntes Drehbuch ein. Im Drehbuch wird in kleinen Schritten (2- bis 10-minütige Taktung) das Webinar konkret geplant. Tragen Sie die genaue Zeit ein, konkretisieren Sie für jeden Schritt Ihre Ziele, ordnen Sie den Zielen die entsprechenden Inhalte zu, überlegen Sie gleichzeitig, welche Methoden Sie einsetzen möchten und machen Sie sich deutlich, welches Tool Sie im virtuellen Klassenzimmer bedienen müssen und welche Aktivität für Ihre Teilnehmenden vorgesehen sind. Im folgenden Beispiel ist eine Drehbuchsequenz abgebildet, die den Start in ein 90-minütiges Webinar darstellt.

## Drehbuch als Planungsinstrument

Zeit	Ziel	Inhalt-Methode	Aktivität	Medium
5 min	Ankommen im VC, Technik ist gecheckt	Jeder Teilnehmende wird der Reihe nach (so wie sie sich einloggen) begrüßt und gebeten auf Ja oder Nein zu klicken mit der Frage: Können Sie die Moderatorin hören?	Frage an die Teilnehmenden	Ja/Nein-Funktion Folie
5 min	Begrüßung und gegenseitiges Kennenlernen	Die Moderatorin stellt sich kurz vor und bittet die Teilnehmenden, der Reihe nach ebenfalls kurz zu berichten, wer sie sind und woher sie kommen  Frage auf Folie: wer bin ich und woher komme ich?	Die TN stellen sich im Chat kurz schriftlich vor	Chat Folie
3 min	Spielregeln sind geklärt, Überblick über die VC-Sitzung	Die Moderatorin erläutert kurz die Spielregeln: - Handzeichen - Hinweis auf den Textchat - etc.  Moderatorin stellt den Ablauf der Sitzung vor	TN hören zu und können nachfragen	Zwei PPT-Folien im Whiteboard: Spielregeln, Ablauf
2 min	Fragen zum Ablauf sind geklärt	Moderatorin fragt die Teilnehmenden, ob es noch Fragen zum VC oder zum Ablauf heute gibt	TN können sich per Handzeichen melden	Audio

## 2.2. Medienwahl – unterschiedliche Medien einsetzen und sinnvoll kombinieren

Ein gekonnter Medienmix ist ein wichtiges Kriterium für die didaktische Qualität von Webinaren. Die Frage, die wir uns als Trainer stellen müssen, ist: welcher Inhalt passt zu welcher Methode und mit welchem integrierten Tool sollte dies umgesetzt werden. Ein kurzer Wissenstest oder eine Abfrage mit einem Umfrage-Tool, ein Brainstorming oder eine Fragensammlung im Chat, gemeinsames Surfen im Netz oder der Einsatz von Application Sharing und und und... Egal, welches Tool: die erste Frage ist immer die nach der Passung und Sinnhaftigkeit.

**Tipp** | *„Abwechslung“ trägt zur Motivation und Spannungssteigerung bei. Versuchen Sie daher immer, zwischen verschiedenen integrierten Tools zu wechseln und die Teilnehmenden damit wiederholt aktiv in das Lerngeschehen einzubeziehen.*

## 2.3. Relevanz – virtuelle Sessions passgenau zum Inhalt gestalten

Es gibt Inhalte, die sich überaus gut in Webinaren umsetzen lassen und es gibt Inhalte, bei denen es schwierig wird, gute Webinare dafür zu entwickeln. Alle Inhalte, bei denen es auch auf Körpersprache und die Raumsituation ankommt oder Inhalte, die komplexe Vorgänge beschreiben, sind für Webinare ungeeignet. Darunter fallen beispielsweise Soft Skills-Themen, wie Konflikt-Management oder die Bedienung von Maschinen. Inhalte hingegen, die sich gut in kleine „Portionen“ einteilen lassen, die kurze Interaktionsrunden erlauben, die sich gut mit Fragenrunden, Brainstorming oder kurzen Gruppenarbeiten verbinden lassen, sind schnell auf Webinare übertragbar.

**Tipp** | *Wenn Sie beispielsweise planen, ein zweitägiges Präsenz-Seminar in ein Webinar bzw. in eine Webinar-Reihe umzugestalten, dann ist die erste Regel, dass Sie zuerst überlegen, um welche Art von Inhalten es sich handelt und wie der Inhalt insgesamt aufgebaut ist.*

Überlegen Sie dann, welche Inhalte

- sich mit Selbstlernphasen, z.B. mit virtuellen Materialien realisieren lassen,
- gut mit zeitversetzter Gruppenarbeit harmonieren und
- den tatsächlichen unmittelbaren Kontakt zwischen Ihnen als Trainer oder Moderator und den Teilnehmenden benötigen.

So finden Sie schnell heraus, welche Inhalte Sie als Webinar umsetzen können. Erst im Mix aus diesen drei Elementen: Selbstlernphase, virtuelle Gruppenarbeit und Webinare können Präsenz-Trainings umgestaltet werden. Wesentlich leichter geht natürlich die Umwandlung von Vortragsinhalten in ein Webinar. Hier gilt nur: anreichern mit Interaktionen und interessantem Material!

## 2.4 Interaktivität – lernen und arbeiten mit dem Trainer und den anderen Teilnehmenden im System

Im Webinar gibt es drei mögliche Interaktionsformen:

1. Die Interaktion zwischen Ihnen und den Teilnehmenden
2. Die Interaktion zwischen den Teilnehmenden
3. Die Interaktion zwischen den beteiligten Personen mit der Technik.

Diese drei Interaktionsformen gilt es gewinnbringend zu nutzen und für die didaktische Qualität von Webinaren zielgerichtet einzusetzen. Ähnlich wie bei der Frage nach der Relevanz ist es auch hier wichtig, sich deutlich zu machen, dass nur passgenaue Interaktionen hilfreich sind. Interaktion um der Interaktion willen, wie dies oft in Webinaren von unerfahrenen Trainern realisiert wird, kann die Teilnehmenden nerven und damit genau das Gegenteil bewirken, nämlich Demotivation.

### Tipp

*Eine Daumenregel, an der Sie sich orientieren können, ist, dass Sie alle 7 Minuten eine Interaktion einplanen sollten. Warum 7 Minuten? Weil aus der Forschung schon lange bekannt ist, dass die durchschnittliche Aufmerksamkeitsspanne eines Menschen ca. 7 Minuten beträgt. Und genau daran sollten wir uns auch in Webinaren halten. Bauen Sie also in Ihren Webinaren „Spannungsbögen“ ein. So ein Spannungsbogen kann z.B. so aussehen: Sie steigen ein mit einer aktivierenden kurzen Frage (Überlegen Sie kurz, was sich hinter dem Begriff xy verbirgt), dann lösen Sie diese Frage auf, ergänzen die Inhalte, die von den Teilnehmenden nicht genannt wurden und ermöglichen dann noch eine kurze Nachfragerunde.*

## 2.5 Soziale Präsenz – den Vorteil des unmittelbaren Kontakts nutzen

Dieser Punkt hängt nochmals eng mit den beiden vorangegangenen Erfolgsfaktoren zusammen: der Relevanz und der Interaktivität. Ähnlich wie bei diesen Punkten gilt: nur wenn der Inhalt und die Gestaltung einen unmittelbaren Kontakt als sinnvoll erscheinen lassen, dann sind Webinare das richtige Instrument. Wenn Sie Inhalte haben, die zeitunkritisch und einfach dargestellt werden können, dann brauchen Sie kein aufwändig gestaltetes Webinar, dann reicht auch ein Podcast oder ein kurzes Lernprogramm.

**Tipp** | *Webinare leben vom unmittelbaren Kontakt zwischen allen Beteiligten. Ermöglichen Sie daher den Austausch und den Kontakt auch zwischen den Teilnehmenden und nicht nur mit Ihnen als Trainer.*

## 2.6 Gestaltung – Visualisierungen gekonnt einsetzen

Mit allem, was Sie in Ihrem Online-Training tun, müssen Sie „fokussierte Aufmerksamkeit“ erregen. „Fokussiert“ bedeutet, dass die Aufmerksamkeit sich strikt an den Lernzielen des Online-Trainings ausrichtet. Es gilt also, die Aufmerksamkeit zu wecken und am Leben zu halten.

Die folgenden Tipps helfen Ihnen bei der Gestaltung Ihrer Präsentationsfolien:

- Beschränken Sie sich auf das Wesentliche und überfrachten Sie die Folien nicht.
- Achten Sie darauf, dass die Inhalte gut strukturiert sind und ein roter Faden erkennbar ist.
- Ersetzen Sie Standardaufzählungszeichen durch aussagekräftige Aufzählungszeichen (z.B. kleine Vierecke, rote Pfeile, grüne dicke Striche etc.)

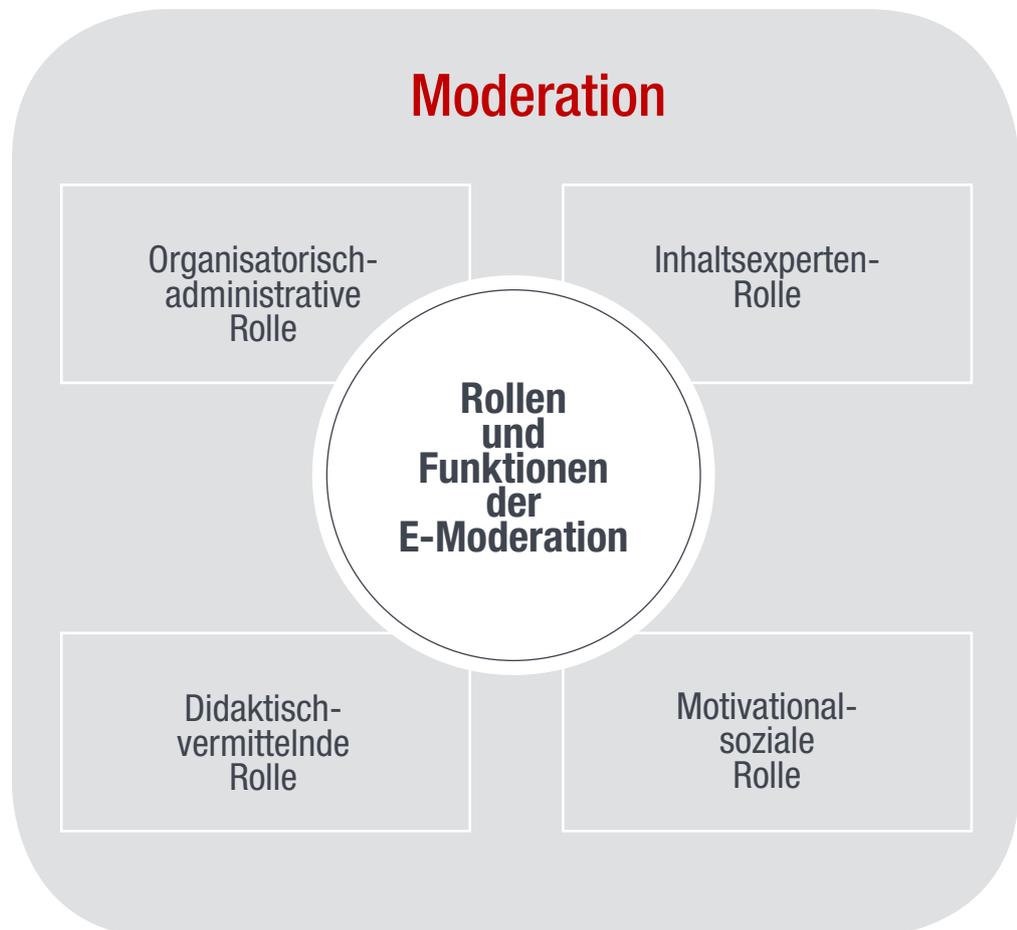


- Wenn Sie Fragen stellen, sollten Sie das Fragezeichen nicht vergessen. Verwenden Sie das Ausrufezeichen, um die Wichtigkeit einer Aussage zu unterstreichen.
- Achten Sie darauf, dass alle Folien das gleiche Layout haben. Setzen Sie daher Master-Folien ein.
- Beachten Sie, dass komplexe Folien mit vielen Farben und intensiven Farbverläufen einen höheren Bandbreitenbedarf haben und durch die Komprimierung der Daten nicht im Original dargestellt werden. Wie sich dies konkret auswirkt, hängt von der Software ab. Um keine Überraschungen zu erleben, sollten Sie das Design einfach halten und wenige Farben sowie keine oder nur sehr einfache Farbverläufe einsetzen.
- Verwenden Sie verschiedene Schriftarten und Symbole, ohne jedoch die Folien zu überfrachten. Daumenregel ist hier, nicht mehr als maximal fünf verschiedene Farben, Schriftarten und Symbole zu verwenden.
- Verwenden Sie Tabellen, Diagramme und Organigramme, um Inhalte zu vermitteln.
- Setzen Sie Grafiken, Zeichnungen und Bilder ein, welche die Lerninhalte unterstützen und erklären. Achten Sie sehr genau auf die Zusammenstellung dieser Elemente.

Begrenzen Sie die Zahl der Folien, die Sie präsentieren wollen. Gerade neue Online-Trainer tendieren dazu, viel zu viele Folien verwenden zu wollen. Als grobe Daumenregel sollte gelten, dass pro Stunde im virtuellen Klassenzimmer nicht mehr als ca. 10 bis 15 inhaltliche Folien (ergänzt um ca. 5 bis 7 Folien für die Anleitung von Interaktionen) verwendet werden.

## 2.7 Moderation – die Dynamik des virtuellen Raums managen

In Webinaren müssen die Moderatoren bzw. die Trainer in eine sehr aktive Rolle gehen. Anders als in Präsenz agieren Sie hier hinter dem Rechner und sehen die Teilnehmenden nicht, es gibt keine Körpersprache (Mimik und Gestik ist nicht sichtbar) und die Teilnehmenden sind in der Regel in Webinaren zurückhaltender als in Präsenz. (Wenn ich nicht weiß, wie mein Wortbeitrag eventuell aufgenommen werden könnte, weil ich keine Reaktionen der anderen sehe, schweige ich lieber). Das bedeutet, dass wir als Moderatoren oder Trainer hier eine wichtige Schlüsselrolle haben. Wir sorgen für den reibungslosen technischen und organisatorischen Ablauf, stellen Inhalte dar, leiten die Interaktionsrunden an, sorgen für den guten virtuellen Kontakt untereinander und und und. Im folgenden Bild ist dargestellt, welche Rollen und Funktionen Moderatoren und Trainer in Webinaren einnehmen und wie sie agieren sollten.





## Auf den Punkt gebracht:

Hinter diesen vier Rollen stecken folgende Moderationsstrategien und typische Aktivitäten (Zitiert aus: Bett, K. (2011). Rollen und Funktionen der E-Moderation. Dissertation, Tübingen):

### Organisatorisch-administrative Rolle

- technische Hilfestellung geben (z.B. „Wenn Sie zu diesem Thema eine Frage einbringen möchten, dann klicken Sie bitte JETZT auf Handheben“).
- auf die Einhaltung von Kommunikationsregeln achten (z.B. „Sie können sich im Chat jederzeit zu Wort melden“).
- den Rahmen und Ablauf sicherstellen (z.B. „Wir starten mit dem nächsten Punkt“).

### Motivational-soziale Rolle:

- aktive Beteiligung anregen (z.B. „Wir machen ein kurzes Brainstorming – Frau Müller bitten starten Sie, dann machen wir weiter mit Herrn Meyer, dann Frau Fuchs.....“).
- Ausbildung sozialer Präsenz unterstützen (z.B. eine etwas andere Einstiegsfrage „Was würden Sie jetzt tun, wenn Sie nicht hier wären?“).
- auf das Lernklima achten (z.B. „Danke für Ihre Wortmeldung, jeder Beitrag ist wichtig“).

### Didaktisch-vermittelnde Rolle

- Verstehens-/Strukturierungshilfen einsetzen (z.B. „Ich ziehe jetzt ein kurzes Zwischenfazit“ „Ein Beispiel dazu...“).
- Fragen, die eine Handlung auslösen (z.B. „Wie schätzen Sie diese vier Rollen ein: Welche Rolle kommt am häufigsten vor?“).
- direkte Unterweisung (z.B. „Bitte jetzt die Umfrage beantworten“).

### Inhaltsexperten-Rolle

- Wissen vermitteln (z.B. „Zu diesem Thema.....“).
- Wissen bewerten (z.B. „Ja stimmt, ... aber dazu möchte ich noch ergänzen“).
- Wissen verknüpfen (z.B. „Wie im letzten Webinar schon diskutiert, ist dies ein Punkt, der...“, oder: „Im Forum haben wir dazu auch schon einen Themenstrang gestartet“, oder: „Im Lernprogramm finden Sie dazu auch noch...“).

## Zum Schluss:

Vergessen Sie nicht: Webinare dürfen auch Spaß machen. Feiern Sie den Lernerfolg mit Ihren Teilnehmenden.

## 3. Über die Autorin

Dr. Katja Bett ist Diplom-Pädagogin und hat sich bereits 1998 auf das Thema E-Learning spezialisiert. Seit 2005 ist sie selbständig und Inhaberin von //didacticdesign. Seit Anfang 2013 ist sie zudem geschäftsführende Gesellschafterin von CLC2.0 – Corporate Learning Consultants 2.0 GbR.

Katja Bett bietet Consulting, Training und Coaching zum Themenfeld E-Learning, Social Media, Blended Learning und zur Entwicklung von innovativen netzgestützten Personalentwicklungskonzepten für Unternehmen, Non-Profit-Organisationen und Bildungsinstitutionen an. Der besondere Schwerpunkt von Katja Bett ist die Ausbildung von Trainern als Webinar-Trainer und als Blended Learning-Designer sowie die Entwicklung von didaktisch fundierten Lehr-/Lern- und Trainingskonzepten für den virtuellen Raum (von Social Media über Webinare bis hin zur Einführung von Lernplattformen).

Katja Bett ist ausgebildete Personal- und Organisationsentwicklerin (GwG e.V., 2jährig), personenzentrierte Beraterin/Kommunikationstrainerin (.facilitate, 2jährig), Certified Live Online-Trainerin und hat im Themenfeld E-Learning promoviert.

## Ressourcen zur Steigerung der Geschäftsagilität

Weitere Whitepaper und Fallstudien finden Sie unter [www.citrixonline.de/service/dokumentencenter](http://www.citrixonline.de/service/dokumentencenter)

Best-Practices, Unternehmensmitteilungen und Studien zu modernen Arbeitsmodellen finden Sie unter: [www.citrixonline.de/aktuelles/ueberblick/](http://www.citrixonline.de/aktuelles/ueberblick/)



**GoToTraining**  
by **CITRIX**

**GoToTraining**  
Unser Online-Dienst für  
bessere Online-Schulungen



**GoToWebinar**  
by **CITRIX**

**GoToWebinar**  
Unser Online-Dienst für  
Neukundengewinnung und Online-Events

Jetzt kostenlos testen:  
Deutschland: 0800 182 0591  
Schweiz: 0800 836 785  
Österreich: 0800 292 810

<http://www.gotowebinar.de>  
<http://www.gototraining.de>



**Nordamerika**  
7414 Hollister Avenue  
Goleta, CA 93117  
U.S.A.  
T +1 805 690 6400  
[info@citrixonline.com](mailto:info@citrixonline.com)

Media inquiries:  
[pr@citrixonline.com](mailto:pr@citrixonline.com)  
T +1 805 690 2969

**Europa, Naher Osten & Afrika**  
Middle East & Africa  
Citrix Online UK Ltd  
Chalfont Park House  
Chalfont Park, Gerrards Cross  
Bucks SL9 0DZ  
United Kingdom  
T +44 (0) 800 011 2120  
[europe@citrixonline.com](mailto:europe@citrixonline.com)

**Asien-Pazifik-Raum**  
Level 3, 1 Julius Ave  
Riverside Corporate Park  
North Ryde NSW 2113  
Australia  
T +61 2 8870 0870  
[asiapac@citrixonline.com](mailto:asiapac@citrixonline.com)

**Über Citrix:**  
Citrix (NASDAQ:CTXS) ist das Cloud-Unternehmen, das mobile Arbeitsweisen ermöglicht und Personen in die Lage versetzt, von überall aus einfach und sicher zusammenzuarbeiten. Citrix bietet Unternehmen führende Lösungen an in den Bereichen Mobilität, Desktop-Virtualisierung, Cloud-Networking, Cloud-Plattformen, Zusammenarbeit und gemeinsame Datennutzung. Citrix hilft Unternehmen, die erforderliche Geschwindigkeit und Flexibilität zu erreichen, die für den Erfolg in einer mobilen, dynamischen Welt notwendig ist. Weltweit haben mehr als 260.000 Organisationen und über 100 Millionen Anwender Produkte von Citrix im Einsatz. Weitere Informationen finden Sie auf [www.citrix.de](http://www.citrix.de).

©2013 Citrix Online, UK Ltd. Alle Rechte vorbehalten. Citrix, GoToAssist, GoToMeeting, GoToMyPC, GoToTraining, GoToWebinar, Podio und ShareFile sind Marken von Citrix Systems, Inc. oder ihr angegliederten Unternehmen und sind beim 'United States Patent and Trademark Office' und in anderen Ländern eingetragen oder können zur Eintragung vorgesehen sein. Alle anderen Marken sind das Eigentum ihrer jeweiligen Inhaber. Android ist eine eingetragene Marke von Google, Inc. Mac, iPad und iPhone sind Marken von Apple Inc., die in den USA und in anderen Ländern eingetragen sind.