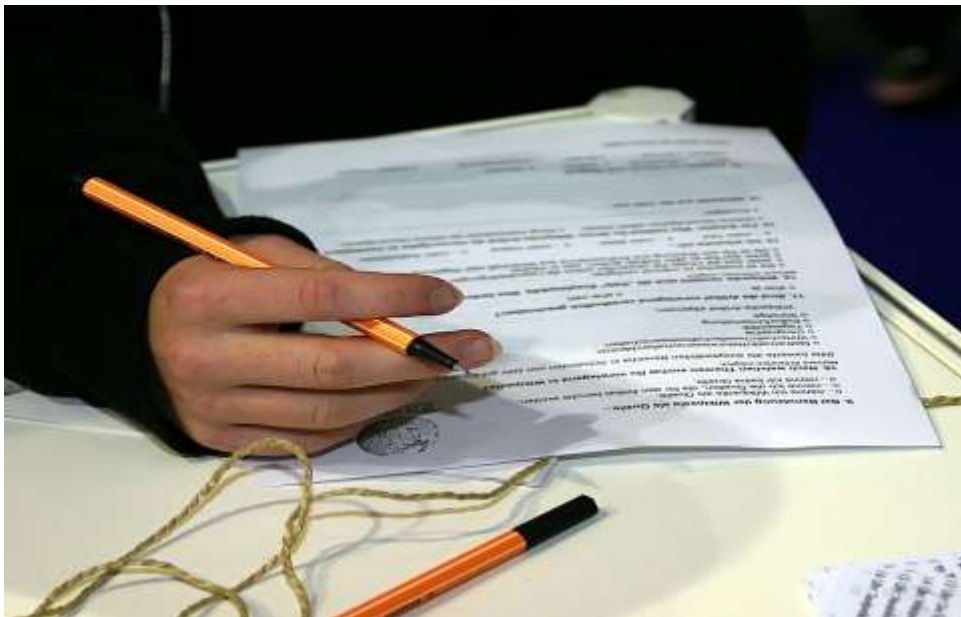


HANDLUNGSANLEITUNG

Die Teilnehmenden kennenlernen mit Online-Tools

Eine neue Teilnehmergruppe ist für Lehrende zu Beginn im Wesentlichen eins, nämlich unbekannt. Sind es eher Fortgeschrittene oder haben sie noch keine Erfahrungen? Erwarten sie mehr wissenschaftliche Fakten oder mehr praktische Übungen? Gibt es konkrete Probleme, die sie in der Veranstaltung gelöst haben wollen? Wüsste man vorab mehr über die Teilnehmenden, könnte man sich in inhaltlichen Schwerpunkten, dem Lerntempo oder dem Verhältnis von Theorie und Praxis darauf einstellen. Im Folgenden werden Online-Instrumente vorgestellt, mit denen man vorab, zu Beginn oder auch während der Veranstaltung mehr Informationen über die Teilnehmergruppe bekommen kann.



Die Teilnehmenden vor Kursbeginn einen Fragebogen ausfüllen zu lassen kann hilfreich für die eigene Veranstaltungsvorbereitung sein. (Bild: [Raimond Speking/wikimedia.org](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Raimond_Speking), [CC BY-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/))

Das Kennenlernen der Gruppe ist eine elementare Aufgabe der Lehrenden. Viele haben Methoden, die sie präferieren. Oft haben diese Instrumente das alleinige Ziel, dass alle mal etwas gesagt haben und der gemeinsame Einstieg erleichtert werden soll. Um diese „Kennenlern-Methoden“ geht es hier nicht. In diesem Beitrag geht es darum, dass die Lehrenden etwas über die Teilnehmenden erfahren, was sie direkt in der Veranstaltung nutzen können.



Lehrende wüssten gerne etwas über ihre Gruppe bevor sie starten, über Aspekte wie Kenntnisse, Erwartungen und Erfahrungen. Die zu wählende Methode muss sich daran orientieren, wie bereitwillig die Teilnehmenden etwas von sich preisgeben. Außerdem muss berücksichtigt werden, wie viel Aufwand die Durchführung und Auswertung für den Lehrenden bedeutet. Im Folgenden werden drei Gruppen von Methoden vorgestellt, die in dieser Form oder abgewandelt in der Praxis eingesetzt werden können.

Vorab viel erfahren durch Online-Befragungen

Praxisbeispiel 1: Das Thema der Lehrveranstaltung ist „Reden schreiben“. Die Teilnehmenden sollen im Präsenzseminar ihre Schreibtechnik in Bezug auf Reden verbessern, sich auf verschiedene Szenarien einstellen und ihren eigenen Redeauftritt planen können. Die Lehrende hätte gerne vorab gewusst, wie viel Erfahrung die Teilnehmenden schon in diesem Bereich haben und für welche Gelegenheiten sie Reden schreiben wollen, damit sie die Beispiele und praktische Übungen dazu passend gestalten kann.

Die Lehrende entscheidet sich dafür, diese Informationen vorab in einem Online-Fragebogen abzufragen, damit ihr die Ergebnisse zur Vorbereitung vorliegen. Der Fragebogen ist anonym, damit die Teilnehmenden nicht das Gefühl haben, sich vorab einer Testsituation auszusetzen.

Im ersten Teil des Fragebogens geht es um Erfahrungen und Erwartungen (Beispiele für Fragen:

Ich habe mich für das Seminar angemeldet, weil

- ich selbst regelmäßig Reden halten muss.
- ich Reden für andere Personen schreibe.
- ich mich in dem Bereich weiterentwickeln möchte.
- ich in diesem Jahr einige Reden halten muss, auf die ich besser vorbereitet sein möchte.

Wie oft halten Sie eine Rede oder redeähnliche Texte wie Vorträge, Debattenbeiträge o.ä.?

- Mindestens einmal pro Woche



- Mindestens einmal pro Monat
- Seltener als einmal im Monat

Von mir verfassten Reden werden gehalten im

- politischen Kontext (Parteitage, Fachausschüsse, Vorträge, etc.).
- beruflichen Kontext (vor Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Kolleginnen und Kollegen, auf Konferenzen, etc.).
- Umfeld von Vereinen und Verbänden (Mitgliederversammlungen etc.).
- privaten Kontext.

Im zweiten Teil des Fragebogens geht es um eine Selbsteinschätzung (Beispiele für Fragen):

- Ich spreche laut mit mir selbst. (stimme nicht zu – stimme zu)
- Ich rede gerne vor Publikum. (stimme nicht zu – stimme zu)
- Ich gefalle mir, wenn ich mich in einer Aufzeichnung höre (z.B. in einem Video). (stimme nicht zu – stimme zu)

Wo kann man die Befragung von Teilnehmenden vor Beginn der Veranstaltung sinnvoll einsetzen?

Diese Form der Informationsgewinnung eignet sich dann, wenn die Vorkenntnisse und Erwartungen der Teilnehmenden auch direkte Auswirkungen auf die Inhalte und Methoden der Präsenzveranstaltung haben, z.B. bei der Auswahl von Beispielen. Ist ohnehin eine homogene Struktur der Teilnehmenden zu erwarten, lohnt sich der Aufwand eher nicht.

Wie macht man das? Zuerst werden die Fragen und Antwortoptionen entwickelt und dann auf einer Befragungsplattform oder mit Hilfe eines Online-Formulars eingegeben (z.B. <https://www.socisurvey.de>). Die Befragung ist dann über einen Link zugänglich, der an die Teilnehmenden per E-Mail verschickt werden kann. Erfahrungsgemäß sollte man den Teilnehmenden etwa 4-5 Tage Zeit geben, den Fragebogen auszufüllen und als Lehrende/r muss man noch die Auswertungszeit und die Anpassungszeit für die Lehrveranstaltung berücksichtigen.



Hier sehen Sie ein Beispiel für eine Rückmeldung an die Teilnehmenden über die Ergebnisse der Befragung.



Auswertung der Ergebnisse einer Umfrage über die Gründe für den Seminarbesuch (Bild: Screenshot fällt nicht unter eine freie Lizenz)

Praxisbeispiel 1 geht davon aus, dass die Lehrende nicht genau wissen muss, welchen Kenntnisstand die Teilnehmerin hat, sondern nur einen Überblick über die Gruppe insgesamt gewinnen möchte. In einigen Lernszenarien kann es aber gerade wichtig sein zu erfahren, welcher Teilnehmende welche Erfahrungen hat. Das kann relevant sein, wenn beispielsweise Gruppen in der Präsenzveranstaltung nach Kenntnisstand zusammengesetzt werden sollen. Damit beschäftigt sich das folgende Praxisbeispiel:

Kenntnisstände einzelner Teilnehmender feststellen

Praxisbeispiel 2: Thema der Lehrveranstaltung ist die Produktion von Internet-Videos. Für die/den Lehrenden ist es interessant zu wissen, für welchen Bereich die Videos verwendet werden sollen und was die Teilnehmenden am Ende des Seminars konkret gelernt haben wollen, da das Thema des Seminars sehr breit formuliert ist. In der Präsenzveranstaltung sollen die Teilnehmenden in Gruppen für sich ein oder mehrere Videos erstellen. Die Teams dienen dazu, dass sich die



Gruppenmitglieder gegenseitig Unterstützung und Rückmeldung liefern. Dafür ist es wichtig, dass die Teams in Bezug auf den Kenntnisstand der Teilnehmenden heterogen zusammengesetzt sind, da reine Anfänger-Gruppen sich schlechter gegenseitig unterstützen können und so den vereinbarten Zeitrahmen oft überschreiten. Zur optimalen Vorbereitung sollen diese Informationen bereits im Vorfeld von den Teilnehmenden abgerufen werden.

In einem vorab online zur Verfügung gestellten Fragebogen werden die Teilnehmenden gebeten, ihre Erfahrungen preiszugeben.

Fragenbeispiele:

- Wie viele Internet-Videos haben Sie schon selbst erstellt?
(Antwortoptionen: noch keins, 1 oder 2, 3 bis 7, mehr als 7)
- Welche Arbeitsschritte zur Erstellung eines Videos haben Sie schon selbst gemacht?
(Antwortoptionen: Konzept erstellt (Idee, Drehbuch o.ä.), Texte formuliert, Texte gesprochen, im Film zu sehen sein, die Kamera geführt, Film am Computer bearbeitet, Film auf einer Video-Plattform veröffentlicht)
- Für welchen Bereich wollen Sie Internet-Videos nutzen?
(Antwortoptionen: z.B. für private Filme, im Rahmen meines ehrenamtlichen Engagements, im Beruf, in meiner Ausbildung, für die Schule oder im Studium).

Wie kann man diesen Umfragetyp sinnvoll einsetzen?

Da die Hürde für Teilnehmende, sich vorher gegenüber einem in vielen Fällen unbekanntem Lehrenden schon weit zu öffnen, recht hoch ist, ist der Einsatz dieses Instruments gut zu überlegen. Es ist nur dann geeignet, wenn für die Durchführung der Präsenzveranstaltung diese Informationen tatsächlich vorab vorliegen müssen, z.B. weil Workshops zu konkreten Themenbereichen geplant werden und nur abhängig von der Struktur der Teilnehmenden angeboten werden oder Gruppen vorab zusammengestellt werden müssen, um schneller starten zu können. Ist es nicht notwendig, dass diese Informationen vor der Präsenzveranstaltung vorliegen, sollten sie lieber zu Beginn der Veranstaltung erhoben werden.

Wie macht man das? Diese nicht-anonyme Befragung kann auch mit den gängigen Online-Befragungssystemen erstellt werden. Der Lehrende sollte dann nur zu Beginn ein Feld für den Namen der Teilnehmenden einfügen.



Nicht-anonyme Befragungen wie die aus Praxisbeispiel 2 haben zwei Nachteile: Die Hürde daran teilzunehmen ist, wie bereits erwähnt, sehr hoch. Der zweite Nachteil betrifft datenschutzrechtliche Aspekte. Die/der Lehrende muss sich ausdrücklich von den Teilnehmenden genehmigen lassen (z.B. in Form eines anzuklickenden Kästchens), dass diese personenbezogenen Daten gespeichert werden dürfen. Der Zweck muss angegeben werden (z.B. Vorbereitung der Präsenzveranstaltung) und es sollte im Sinne der Transparenz erklärt werden, wann die Daten gelöscht werden (z.B. zu Beginn der Präsenzveranstaltung, wenn sie auch praktisch nicht mehr benötigt werden). Ein weiteres Risiko ist, dass nur wenige Teilnehmende bei dieser Vorab-Befragung mitmachen. Das ist bei anonymen Befragungen kein Problem, da oft davon ausgegangen werden kann, dass die, die bei der Online-Befragung mitmachen, eine repräsentative Stichprobe der gesamten Gruppe darstellen und die Ergebnisse auf die ganze Teilnehmergruppe übertragen werden kann. Wenn allerdings bei einer nicht-anonymen Befragung Teilnehmende nicht antworten, fehlen Informationen für die Planung der Präsenzveranstaltung.

Audience Response Systeme: Befragung während der Präsenzveranstaltung

Ist es nicht erforderlich, dass die Informationen über die Teilnehmenden vorab vorliegen, ist die Befragung zu Beginn oder während der Veranstaltung zu bevorzugen. Die Teilnehmenden haben sich dann schon einmal gesehen und kennen die Lehrende / den Lehrenden. Das erhöht die Wahrscheinlichkeit, dass sie an diesen Befragungen teilnehmen. Audience Response Systeme nennt man die web- oder mobilfunkbasierten Möglichkeiten, direkt Antworten an die Lehrende / den Lehrenden zu übermitteln. Das bedeutet praktisch, dass die Teilnehmenden auf ihrem mobilen Endgerät Fragen übermittelt bekommen und sie direkt durch Klick oder Eingabe eines Textes beantworten können. Diese Systeme basieren entweder auf dem Senden von SMS (z.B. PollEverywhere) oder auf einer Web-Seite (z.B. mQklicker). SMS-basierte Systeme haben den Vorteil, dass sie von jedem Mobiltelefon genutzt werden können (die Teilnehmenden müssen also kein Smartphone besitzen), aber den Nachteil, dass für das Senden einzelner SMS eventuell Gebühren für die Teilnehmenden entstehen (abhängig von Ihrem Mobilfunkanbieter). Webbasierte Dienste haben den Vorteil, dass vielfältigere Frageformate möglich sind, z.B. können Bilder in der Frage angezeigt werden.

Die beiden folgende Praxisbeispiele 3 und 4 können sowohl mit webbasierten Audience Response Systemen angewendet werden als auch mit denen, die die Funktionsweise des Dienstes SMS nutzen.



Praxisbeispiel 3: In der Lehrveranstaltung geht es um Konsumverhalten und Nachhaltigkeit. Die/der Lehrende möchte wissen, welche Einstellungen die Teilnehmenden zu Aspekten des Themas haben, um die Ergebnisse als Einstieg in eine Diskussion zu nutzen.

Beispiel-Items:

- Ich bin sehr sparsam.
(Antwortoptionen: trifft nicht zu, trifft eher nicht zu, trifft eher zu, trifft zu)
- Ich denke, Werbung beeinflusst mein Kaufverhalten sehr.
(Antwortoptionen: trifft nicht zu, trifft eher nicht zu, trifft eher zu, trifft zu)
- Wie viel % Ihrer Lebensmitteleinkäufe sind Bio-Produkte?
(Als Antwort soll eine konkrete Zahl eingegeben werden.)
- Wie viele Statussymbole besitzen Sie? Schätzen Sie die Zahl.
(Als Antwort soll eine konkrete Zahl eingegeben werden.)

Der Lehrende kann so die Einstellung der Gruppe erfahren und besser einschätzen, welche Themen relevant sein könnten oder wie Thesen formuliert sein müssten, um zu Diskussionen anzuregen. Es kann auch interessant sein, die Ergebnisse aus der Gruppe mit Erhebungen aus der Bevölkerung zu vergleichen und so zu hinterfragen, wieso sich die Einstellung der Teilnehmenden offensichtlich von der anderer Bürger unterscheidet.

Praxisbeispiel 4: Thema der Veranstaltung sind soziale Netzwerke. Die/der Lehrende möchte wissen, welche sozialen Netzwerke von den Teilnehmenden wie intensiv genutzt werden, um zu entscheiden, welche Aspekte die/der Lehrende grundsätzlich behandeln muss und wo eher eine Vertiefung angebracht ist. Die/der Lehrende hat dazu ihren/seinen Input modular in Grundlagen und erweiterte Anwendung der sozialen Netzwerke unterteilt, so dass die/der Lehrende je nach Kenntnis- und Erfahrungsstand der Teilnehmenden die Inhalte spontan variieren kann.

Beispielfragen:

- In welchen sozialen Netzwerken sind Sie angemeldet? (Mehrfachauswahl möglich)
(Antwortoptionen: Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn, Instagram, Google+)



- Welche sozialen Netzwerke nutzen Sie regelmäßig (mind. einmal pro Woche)? (Mehrfachauswahl möglich)
(Antwortoptionen: Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn, Instagram, Google+)
- Welches soziale Netzwerk finden Sie am unattraktivsten? (Einzelauswahl)
(Antwortoptionen: Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn, Instagram, Google+)
- Über welches soziale Netzwerk möchten Sie gerne in dieser Veranstaltung mehr erfahren?
(Antwortoptionen: Facebook, Twitter, Xing, LinkedIn, Instagram, Google+)
- Wie nutzen Sie soziale Netzwerke?
(Antwortoptionen: für Kommunikation mit Freunden und/oder Verwandten, für mein ehrenamtliches Engagement, im beruflichen Kontext)

Wo kann man diese Art der Umfrage sinnvoll einsetzen?

Eine solche Befragung lässt sich praktisch zu jeder Zeit der Veranstaltung einsetzen. Es kann – wie in Praxisbeispiel 3 – nach Einstellungen gefragt werden oder wie in Praxisbeispiel 4 nach Erfahrungen und Erwartungen. Es kann auch interessant sein, eine Frage zu wiederholen. So könnte zu Beginn einer Veranstaltung zu Umweltpolitik nach relevanten Einstellungen gefragt werden, die auch Thema der Veranstaltung sind, um diese Befragung dann am Ende zu wiederholen und eventuelle Änderungen zu zeigen.

Insgesamt sind diese Online-Instrumente der Praxisbeispiele 3 und 4 nur ab einer bestimmten Gruppengröße sinnvoll einsetzbar, weil es sonst pro Antwortoption so wenige Antworten gibt, dass die Ergebnisse mehr auf Zufall als auf tatsächlichen Trends in der Gruppe beruhen.

Wie macht man das? Die Lehrende muss die Fragen und die Antwortoptionen vorher auf der von ihm gewählten Online-Plattform des Audience Response Systems eingeben, um sie dann in der Veranstaltung zu einem gewählten Zeitpunkt den Teilnehmenden zur Verfügung zu stellen. Sie werden quasi „freigeschaltet“ und damit auf den mobilen Endgeräten der Teilnehmenden zur Verfügung gestellt. Die Auswertung der Fragen (z.B. in Form von Balkendiagrammen, die die Häufigkeiten der Antworten anzeigen) kann die/der Lehrende auf dem eigenen Endgerät direkt abrufen. Üblicherweise werden die Ergebnisse dann auch direkt den Teilnehmenden sichtbar gemacht, z.B. über eine Projektion an der Wand, denn wer an der Befragung teilgenommen hat, möchte häufig auch wissen, was dabei in der Gruppe herausgekommen ist.



Die Lehrende sollte vorher entscheiden, ob die Fragen direkt hintereinander von den Teilnehmenden bearbeitet werden sollen oder ob nach einzelnen Fragen eine Erklärung oder Diskussion notwendig ist. Bei den Fragen nach der Einstellung der Teilnehmenden bietet es sich eher an, einzelne Fragen als Diskussionsanlass zu verwenden. Bei Fragen nach Erfahrungen und Kenntnissen kann es hilfreich sein, sie auf einmal, wie in einen Fragebogen, von den Teilnehmenden beantworten zu lassen, um zu verhindern, dass die angezeigten Antworten der anderen Teilnehmenden das weitere Antwortverhalten beeinflussen.

Die Lehrende sollte auch auf Fragen nach der technischen Funktionsweise eingestellt sein, z.B. wenn Teilnehmende mit ihrem Endgerät so wenig vertraut sind, dass sie Probleme haben, die notwendigen Funktionen zu nutzen. Für diese technischen Fragen sollte ausreichend zeitlicher Puffer im Ablauf eingeplant sein.

Die vorgestellten Methoden können beliebig variiert und kombiniert werden. Es empfiehlt sich in jedem Fall, solche Elemente mit aufzunehmen und die klassische Erwartungsabfrage in der oft im Kreis sitzenden Teilnehmergruppe zu verändern, um dadurch auch andere Erkenntnisse zu gewinnen.

CC BY-SA 3.0 DE by **Maria-Christina Nimmerfroh** für wb-web

