

WIE KÖNNEN WEB 2.0 WERKZEUGE IN ANGEBOTE BZW. FORMATE DER BILDUNGSARBEIT INTEGRIERT WERDEN?

Jöran Muuß-Merholz für die Bundeszentrale für politische Bildung (bpb) im Mai 2011

I. Allgemeiner Teil

I.a. Grundlagen

Das Internet verändert die Welt

Aus dem Alltag der meisten Menschen ist das Internet längst nicht mehr wegzudenken. Zunehmende Bedeutung erfahren dabei neben der Informationsrecherche die verschiedensten Dienste zur Kommunikation, zum Erstellen, Veröffentlichen und Teilen von digitalen Inhalten. Auch in der Arbeitswelt hat die digitale Vernetzung Einzug in die allermeisten Berufe gehalten. Das Internet verändert Arbeit und Freizeit, unser Kommunikationsverhalten, unser Verständnis des Wortes „Freund“, die Musik- und Filmindustrie, die Verbrechensbekämpfung, die Partnerfindung, die Politik, den Krieg, die Geschäfte der Reisebüros und des Buchhandels – aber nicht die politische Bildungsarbeit?

Was Web 2.0 und politische Bildung gemeinsam haben ...

Schaut man sich die derzeit beliebtesten „Orte“ im Internet an, so findet man darunter zahlreiche Angebote, bei denen nicht mehr eine „Zentrale“ Inhalte erstellt und an ein empfangendes Publikum sendet, sondern die sich als **Plattformen** verstehen, deren Inhalte von den Nutzenden selber er- und bereitgestellt werden. Große Beispiele sind Facebook, YouTube, Twitter, Flickr oder Geocaching, aber auch dezentrale Angebote wie Blogs oder Podcasts, die zwar mit jeweils geringeren Reichweiten, dafür aber umso zahlreicher und vielfältiger existieren.

Solche Angebote, bei denen sich die traditionellen Trennungen zwischen Konsumenten und Produzenten, Information und Kommunikation, Professionalität und Amateurtum vermischen, werden mit den Schlagworten *Web 2.0* oder *Social Media* überschrieben. Eine Beschreibung von Tim Berners-Lee, Erfinder des World Wide Web, hat sich nicht durchgesetzt, obwohl sie das Wesen des „neuen Netzes“ auf den Punkt bringt: das „*Read-/Write-Web*“ – also das Internet, in dem jeder nicht mehr nur liest und konsumiert, sondern auch Autor ist und Inhalte mit der Welt teilt.

Die Grundannahmen dieses Read-/Write-Webs sind offensichtlich kompatibel mit denen der politischen Bildung: So wie User im Web 2.0 nicht mehr nur ein passives Publikum bilden, sondern jeder auch Sender ist, so sieht die politische Bildung die Menschen nicht nur als Bewohner/innen eines Staates, sondern als Bürger/innen, die zum Gemeinsamen beitragen, die sich engagieren und gestalten, die sich untereinander verbinden, austauschen und disku-

tieren – kurz: die *partizipieren*¹. Dieses am Leitbegriff Partizipation ausgerichtete Ideal findet sein Abbild in der Gestaltung von Veranstaltungsformaten der politischen Bildung. Veranstaltungsteilnehmende sollen in der Regel nicht nur Zuhörende sein, sondern auch diskutieren, sich einbringen und bisweilen, in der projektorientierten Arbeit, auch kreative Ergebnisse gestalten.

... warum sie dennoch keine Freunde sind ...

Nun könnte man meinen, bei so viel strukturellen Gemeinsamkeiten sollten die Akteure der politischen Bildung mit offenen Armen auf die Welt des Web 2.0 zugehen, seine Möglichkeiten austesten und in die eigene Praxis integrieren.

Das ist noch eher die Ausnahme als die Regel. Vielmehr dominiert im pädagogischen Bereich im Allgemeinen und in der politischen Bildung im Besonderen eine zurückhaltende bis skeptische Haltung gegenüber digitalen Technologien. Das mag zum einen in den Fundamenten der Domäne liegen, die weder in ihrer Kultur noch in den formellen Rahmenbedingungen zur größtmöglichen Innovationsfreudigkeit neigt. Zum anderen lassen sich Ursachen für das verbreitete Zögern auch im eigenartigen Spannungsfeld suchen, das die Medientechnologien in der Bildungsgeschichte immer wieder induzierte. Da war und ist auf der einen Seite immer wieder ein radikaler Kulturpessimismus gegenüber jeglicher medialer Innovationen: „Facebook / E-Mail / Computerspielerei / Privatfernsehen / Kino / die Postkarte / das Buch ist der Untergang unserer Kultur!“ Auf der anderen Seite wurden „neue Medien“ in der Geschichte immer wieder als vermeintlich revolutionäre Rettungsbringer an die Pädagogik herangetragen: „Mit dem Hörfunk / Schulfernsehen / Sprachlabor / Computer / Multimedia-PC / Internet wird das Lernen viel einfacher, billiger, schneller, lustiger.“

Nun hat bisher keine Medientechnologie weder das Abendland untergehen lassen noch das Lernen revolutioniert. Insofern ist es durchaus berechtigt zu fragen, was die „digitale Revolution“ denn von den bisherigen Verkündungen unterscheidet und warum sie die politische Bildung verändern wird.

... und warum sie es noch werden könnten

Zwei Argumente für die Relevanz des digitalen Wandels auch für die politische Bildung wurden bereits genannt:

Erstens: Wir sehen die Veränderungen bereits in vielen anderen gesellschaftlichen Bereichen.

Zweitens: Es spricht strukturell einiges dafür, dass Web 2.0 und politische Bildung gute Freunde werden könnten. Facebook, Blogs, Video-Livestreams, Wikis oder Twitter zeigen nicht nur in Teheran oder Kairo, bei Stuttgart 21 oder zu Gutenberg, dass digitale Werkzeuge und demokratische Partizipation viel miteinander zu tun haben. Das heißt auch, dass die

¹ Im Englischen bzw. Lateinischen wird diese Gemeinsamkeit sprachlich noch deutlicher: *to participate* vereint die Bedeutungen von *teilnehmen*, *dabei sein* und von *mitwirken*, *sich beteiligen*.

oft beschworene *Medienkompetenz* mehr als nur die Bedienung von Technik umfasst. Gerade die politische Bildung muss Medienkompetenz auch als Verstehen und Gestalten der Welt mit und in Medien begreifen – und an ihrer Entwicklung mitwirken.

Zum Dritten und Vierten soll an dieser Stelle noch skizziert werden, warum die digitale Revolution die politische Bildung selbst dann verändern wird, wenn die politischen Bildner selber sie ignorieren sollten:

Drittens: Die Teilnehmenden bleiben weg. Die politische Bildung ist wie kein anderer Bildungsbereich auf die Freiwilligkeit zur Teilnahme an ihren Veranstaltungen angewiesen. Und für einen großen und rasant wachsenden Anteil der Teilnehmenden sind Internet und Web 2.0 inzwischen selbstverständlich. Warum soll ein Jugendlicher, der in allen Lebenslagen über Facebook kommuniziert und bei Fragen zuerst YouTube oder die Wikipedia konsultiert, sich für ein Bildungsangebot begeistern, das die Medien aus seiner Lebenswelt ignoriert, geringschätzt oder sogar verbietet?

Viertens: Die Teilnehmenden nehmen die Sache selber in die Hand. Wie schon erwähnt geben die Dienste im Web 2.0 **allen** Nutzenden die Möglichkeit, Inhalte zu produzieren und zu veröffentlichen. Wenn Institution der politischen Bildung sich also nicht ins Web 2.0 begeben, dann können interessierte Teilnehmende das übernehmen. Für einen Video-Livestream von einer Diskussionsveranstaltung braucht es nicht zwingend eine Infrastruktur, die der Bildungsanbieter bereitstellt. Ein Handy mit Kamera und Internetverbindung reicht aus. Auch wenn ein Bildungsanbieter nicht selber über seine Angebote twittert – seine Teilnehmenden tun es.

Es ist nicht die Frage, ob die politische Bildung im Web 2.0 **überhaupt stattfindet**, sondern nur, ob sie **mit** oder **ohne Beteiligung** der Akteure und Institutionen der politischen Bildung dort stattfindet.

Exkurs: Was uns jetzt bevorsteht ...

Der Einzug von Computern veränderte die Bildung gar nicht. Auch als Bildungseinrichtungen wie z.B. die „Schulen ans Netz“ kamen, brachte das viel Technik, aber kaum Neues für Pädagogik und Didaktik. In allernächster Zeit aber steht ein fundamentaler Wandel an. Warum?

1. das neue Internet: Das Web 2.0 hat einen Paradigmenwechsel für das Internet eingeläutet. Seine Nutzer sind nicht mehr nur Konsumenten, sondern können Inhalte selber produzieren und miteinander teilen. Alle Inhalte bei z.B. YouTube, SchülerVZ, Facebook oder geocaching.com werden von den Nutzern selber erstellt. Einfachste und kostenlose Software ermöglichen jedem, über Blogs, Videos, Podcasts oder Wikis der Kreativität freien Lauf zu lassen.

2. die neue Hardware: Das iPad mag noch teuer sein. Aber es ist nur der Anfang. Es ist nicht eine Frage, *ob*, sondern nur *wann* ähnliche Tablet-PCs von anderen Herstellern für weniger als 100 Euro verfügbar sein werden (Prognose: Mitte 2012) und nicht *ob*, sondern *wann* ein Landtagswahlkampf mit dem Versprechen „Jedem Schüler sein Tablet-PC!“ geführt werden

wird (Prognose: Niedersachsen Ende 2012). Solche Computer haben für die Bildungsarbeit einen entscheidenden Vorteil: Sie stehen nicht im Mittelpunkt. Musste man vorher für eine Internetrecherche gesonderte Zeit einplanen, unter Umständen sogar einen speziellen Raum reservieren, so ist das iPad schnell aus der Tasche geholt und nach 4 Sekunden einsatzbereit. Und genau so schnell kann es auch wieder beiseite gelegt werden. Erstmals wird es so in formellen Bildungssettings möglich, das Internet als ein ganz normales Werkzeug einzusetzen, das einfach und schnell funktioniert und nicht den Mittelpunkt aller Aktivitäten beansprucht.

3. die allgegenwärtige Vernetzung: Mit WLAN und Mobilfunk kann man inzwischen so gut wie überall online sein. Auch hier wird die Kostenfrage in nächster Zeit weiter in den Hintergrund rücken. Schon jetzt kostet eine Internet-Flatrate für Handy oder iPad nur noch 10 Euro pro Monat. Fast alle Jugendlichen werden spätestens 2012 ein Handy mit Internetzugang und Computerfunktionen besitzen. Das Internet wird damit allgegenwärtig und alles durchdringend sein.

Vielfältige Informationsquellen und Möglichkeiten zur Kommunikation stehen damit den Lernenden offen – und auch den Lehrenden.

II. Landkarte zum Einsatz von Web 2.0-Werkzeugen in Veranstaltungen der politischen Bildung

Web 2.0 in Seminarraum und Vortragssaal

Das Web 2.0 bietet eine reichhaltige Palette von Werkzeugen, die zur Unterstützung von Bildungsveranstaltungen eingesetzt werden können. Im Folgenden wird eine „Landkarte der Web 2.0-Werkzeuge für Veranstaltungen in der politischen Bildung“ skizziert. Dazu werden Werkzeuge oder Dienste vorgestellt und typischen Aktivitäten zugeordnet, die bei der Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Bildungsveranstaltungen anfallen.

Dazu einige Vorbemerkungen zur Einordnung :

- Es geht nicht um „E-Learning“, verstanden als nur online stattfindende Kommunikation. Der Fokus liegt vielmehr auf traditionellen face-to-face-Formaten, also Präsenzveranstaltungen, die mit Werkzeugen des Web 2.0 bereichert werden können.
- Die Aufstellung erhebt nicht den Anspruch vollständig zu sein. Stattdessen werden wichtige Werkzeuge exemplarisch ausgewählt.
- Im Rahmen dieses Textes können die vorgestellten Internetdienste nicht einzeln erklärt werden. Viele grundsätzliche und einführende Materialien bietet zum Beispiel die Website „*Web 2.0 in der politischen Bildung – pb21.de*“.
- Im Rahmen der zu skizzierenden Landkarte werden Werkzeuge je einer typischen Aktivität der Bildungsarbeit zugeordnet. Allerdings lässt sich vermutlich jedes einzelne Werkzeug auch für fast jede andere Aktivität nutzen als hier vorgeschlagen. In diesem Sinne ist die „Landkarte“ nicht als Abbild einer objektiv vorhandenen Landschaft zu verstehen, sondern als Framework, in dem die einzelnen Bestandteile zu Orientierungszwecken arrangiert und in Beziehung zueinander gesetzt werden können.
- Es ist grundsätzlich sinnvoll, zwischen einem Werkzeug als allgemeinen „Diensttypus“ und einem konkreten Anbieter zu differenzieren. Allerdings stehen manche Unternehmen quasi stellvertretend für einen Dienst, und es wäre für das Leseverständnis nicht förderlich, immer von „Microbloggingdiensten“ anstatt von „Twitter“ zu sprechen. Daher werden die Ebenen im Folgenden immer dann vermischt, wenn ein Angebot stellvertretend für einen Dienst verstanden werden kann.

Drei prototypische Formate

Die politische Bildung hat eine bunte Landschaft mit verschiedensten Veranstaltungsformaten hervorgebracht. Zur Vereinfachung werden im Folgenden drei „Prototypen“ von Veranstaltungen unterschieden: 1. Tagung / Konferenz, 2. Vortrag / Podiumsdiskussion und 3. Seminar / Workshop.

prototypische Veranstaltungsformate



Diese drei Prototypen unterscheiden sich in der Art und Weise, wie Menschen zusammenkommen:

- Bei der **Tagung / Konferenz** treffen sich eher viele Teilnehmende und mehrere Referierende, für eher zwei oder drei Tage, meist abwechselnd sowohl in frontalen wie in diskursiven, selten in handlungs- / projektorientierten Formen.
- Ein **Vortrag** oder eine **Podiumsdiskussion** ist dagegen typischerweise von höchstens zwei Stunden Dauer, für die Dutzende, manchmal auch Hunderte von Menschen zu hören, was eine Person oder wenige Diskutanten vorne zu sagen haben (meist ergänzt mit einem Frage-und-Antwort-Teil).
- Im **Seminar** oder **Workshop** haben wir in der Regel eine kleinere Gruppe von 10 bis 30 Teilnehmenden, die über mehrere Tage hinweg zusammenkommen, diskutieren und oft auch zusammen arbeiten, also selber aktiv werden und eigene Inhalte entwickeln.

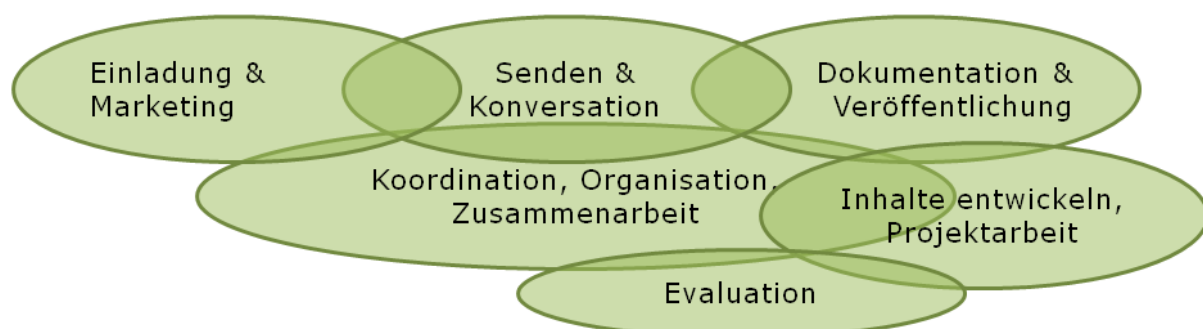
Alle drei Formate lassen sich nicht präzise voneinander abgrenzen. Eine Konferenz umfasst zum Beispiel häufig Einheiten in den Formaten Vortrag, Podiumsdiskussion oder Workshops. Auf der anderen Seite kann auch ein Seminar durchaus eher input-orientiert arbeiten. Die grobe Unterscheidung in Prototypen reicht für unsere Zwecke jedoch aus.

Sechs typische Aufgabenbereiche

Während der Vorbereitung, der Durchführung und der Nachbereitung von Bildungsveranstaltungen gibt es einige typische Aufgaben, die der Anbieter für seine oder mit seiner Teilnehmerschaft durchführt. Auch diese werden hier prototypisch unterschieden:

- **Einladung und Marketing** – die Veranstaltung verkünden und bekanntmachen
- **Senden und Konversation** – die Öffentlichkeitsarbeit, die auch Menschen erreichen soll, die nicht vor Ort teilnehmen
- **Dokumentation und Veröffentlichung** – die Ergebnisse sammeln und verbreiten
- **Koordination, Organisation und Zusammenarbeit** – sowohl auf organisatorischer wie auf inhaltlicher Ebene
- **Inhalte entwickeln, Projektarbeit** – das Kreative, das Teilnehmende während der Veranstaltung gemeinsam gestalten
- **Evaluation** – Rückmeldung einholen und auswerten

typische Aufgabenbereiche



Tagung / Konferenz

Schauen wir zuerst auf die Tagung, denn diese ist das umfassendste der drei Protoformate, das auch die anschließend betrachteten Formate Vortrag / Podiumsdiskussion und (eingeschränkt) Seminar / Workshop als Komponenten enthalten kann. Stellen wir uns eine typische Konferenz vor: 100 oder vielleicht auch 400 Teilnehmende kommen für zwei Tage zusammen. Das Programm umfasst sowohl frontale Formate im Plenum als auch parallel stattfindende Workshops, bei denen die Teilnehmenden in kleineren Gruppen auch untereinander in den Austausch kommen. (Dann gibt es noch die Kaffeepausen, die bisweilen genau so wichtig sind wie der Rest.)

Die Konferenz unterscheidet sich von den weiteren Formaten noch in einem weiteren Punkt: das Interesse „über den Ort hinaus“. Bei einer Konferenz gibt es häufig Menschen, die nicht zur Veranstaltung kommen (können), sich aber sehr für die Inhalte interessieren. Typischerweise äußert sich das in Nachfragen nach aufgezeichneten Vorträgen, Handouts, Folien oder sonstigen Dokumentationen. Inzwischen werden Veranstaltungsteile häufig auch als Video-stream live veröffentlicht, so dass auch eine „virtuelle“ Teilnahme möglich ist, ohne vor Ort zu sein.

Teilnehmende an einer Konferenz sind auch „über die Zeit hinaus“ an der Veranstaltung interessiert: Sie müssen sich zum Beispiel im Voraus für parallel stattfindende Programmteile entscheiden oder haben im Anschluss an die Konferenz Interesse an Ergebnissen und weiterem Austausch. Vielleicht sind die Teilnehmenden sogar interessiert und bereit, schon im Vorfeld der Konferenz gemeinsame Vorbereitung zu betreiben. Bei sehr partizipativen Formate wie z.B. *Barcamps* ist eine gemeinsame Vorbereitung online sogar die Regel.

Aus diesen Gründen haben Konferenzen in der Regel eine stärkere Online-Präsenz als Vorträge oder Workshops.



Einladung und Marketing

Schauen wir nun auf die typischen Aktivitäten, mit der Sie als politische Bildner eine Konferenz begleiten. Wir starten am Anfang: mit **EINLADUNG UND MARKETING**. Sie wollen die Aufmerksamkeit von möglichst vielen (oder bestimmten) Menschen erreichen. Typischerweise können Sie **soziale Netzwerke** wie Facebook oder **Twitter** nutzen, um die Nachricht von Ihrem Vorhaben zu verbreiten. Web 2.0 heißt hier, dass Sie relativ einfach mit Menschen in Verbindung bleiben können, bei denen schon ein Grundinteresse an Ihrer Arbeit vorhanden ist. Und möglicherweise noch wichtiger: Sie erleichtern diesen Menschen, wieder andere Menschen von Ihrer Veranstaltung wissen zu lassen. Vor diesem Hintergrund sollten Sie es immer und überall so einfach wie möglich machen, dass Interessenten Ihre Inhalte mit Dritten teilen können.

Senden und Konversation

Auf sozialen Netzwerken präsent zu sein heißt immer auch, dass Sie eine bidirektionale Kommunikation führen. Sie **SENDEN** nicht nur in die Welt, sondern bekommen auch Rückmeldungen von außen. Wenn Sie Inhalte auf Facebook oder Twitter veröffentlichen, werden andere Menschen ihre eigenen Fragen und Ideen an gleicher Stelle einbringen. (Und sie werden auch nicht schweigen, wenn sie unzufrieden oder anderer Meinung sind.) Nicht nur das – man wird auch erwarten, dass Sie auf diese Rückmeldungen eingehen. Das ist es, was das Wesen des Web 2.0 ausmacht: eine **KONVERSATION** zu führen (oder besser: Dutzende, Hunderte, Tausende von Konversationen zu führen).

Das Verlangen nach Konversation über das Netz wird auch dann nicht aufhören, wenn die Konferenz beginnt. Über einen Video-Livestream lassen sich Vorträge und Podiumsdiskussionen einer Konferenz live in die ganze (Online-)Welt senden. Auch in der politischen Bildung sehen wir seit 2010 immer häufiger solche Livestreams, die Menschen ermöglichen dabei zu sein, ohne geographisch vor Ort sein zu müssen. Der Aufwand, der für einen guten Livestream betrieben werden muss, ist nennenswert. Aber er ist recht niedrig, wenn man berücksichtigt, welchen Aufwand Sie für die Konferenz schon als „Grundlage“ betreiben müssen. Um eine Hausnummer zu nennen: Ein Livestream kann ihr Publikum verdoppeln, während der Aufwand ganz deutlich unter einer Verdoppelung liegt.

Die denkbaren Aktivitäten in Sachen Senden und Konversation sind damit noch nicht beendet. Von außen zuschauende Menschen möchten nicht nur sehen und hören, was auf der Bühne der Tagung geschieht, sondern wollen sich darüber auch untereinander austauschen (wofür sich ein **Chat** anbietet) und Rückmeldungen in den Veranstaltungsraum zurückgeben. Hier kann eine **Twitterwall** interessant sein. Sie ermöglicht einen Rückkanal, in dem nicht nur Fragen gestellt werden können, sondern auch eine Visualisierung der Gedanken des Publikums möglich wird. Selbstverständlich können auch die Teilnehmenden vor Ort Ihre Gedanken via Twitter miteinander teilen, so dass man auf der Twitterwall häufig gar nicht mehr unterscheiden kann, ob ein Beitrag aus dem Veranstaltungssaal oder von einem Zuschauer aus Neuseeland geschickt wird. Wenn eine Twitterwall gut funktioniert, dann kann man auf ihr „den Raum denken sehen“.

Dokumentation und Veröffentlichung

Die klassische Form der **DOKUMENTATION UND VERÖFFENTLICHUNG** von Tagungsergebnissen ist der gedruckte Tagungsband / ein Reader, der sich häufig nicht nur an die Teilnehmenden, sondern an einen Interessentenkreis darüber hinaus richtet. Auch Fotos, Ton- oder Videoaufzeichnungen sind beliebte Medien zur nachträglichen Veröffentlichung. Das Web 2.0 bietet dafür zahlreiche Plattformen, die zwar meist auf spezifische Dokumentarten spezialisiert sind, sich aber in der Regel auf anderen Websites einbetten (und damit zusammenführen) lassen. Es gibt **Slideshare** für Präsentationen, entweder für Powerpoint, PDF und Co. alleine oder in Kombinationen mit einer dazugehörigen Tonaufzeichnung. Audioaufzeichnungen von Vorträgen, Gesprächsrunden oder Interviews lassen sich auch als **Podcast** verbreiten. Für Photos sind **Flickr** oder **Picasa** beliebt, wo sich bei Bedarf auch geschlossene Gruppen anlegen lassen. Und schließlich lassen sich Videos aufzeichnen und über Plattformen wie **YouTube** oder **Vimeo** veröffentlichen. (Wenn es schon einen Livestream gibt, dann stehen die Videos in der Regel auch im Anschluss in einem Archiv zum nachträglichen Abruf bereit. Bisweilen erreichen diese Videos mit der Zeit dann noch einmal ein Vielfaches an Abrufen gegenüber den Live-Zuschauern.)

Im Zeitalter des Web 2.0 ist es wichtig, die Aktivitäten zur Dokumentation nicht auf die Seite des Veranstalters und der Mitwirkenden begrenzt zu denken. Nicht nur der Gastgeber, sondern auch manche Teilnehmende möchten produzierte Inhalte mit anderen teilen, seien es Mitschriften, Photos, Audio- oder Videoaufzeichnungen. Es gibt auch schon Berichte von Teilnehmenden, die einen eigenen Livestream produzieren und in die Welt senden. Für eine rudimentäre Form braucht es nicht mehr als ein Smartphone oder ein Netbook plus Internetzugang.² Die Gastgeber können hier Teilnehmende und Interessenten unterstützen, indem sie „Sammelbecken“ für solche dezentral veröffentlichte Inhalte bereitstellen, z.B. Gruppen, erweiterbare Listen via Wiki oder Etherpad oder einfach nur ein verkündetes Hashtag für die eindeutige Verschlagwortung.

Koordination, Organisation und Zusammenarbeit

In der politischen Bildung sehen wir Teilnehmende immer auch als „Teilgebende“, die eigene Interessen, Erfahrungen und Kompetenzen einbringen können. Vor diesem Hintergrund kann eine Konferenz auch Möglichkeiten zur **ZUSAMMENARBEIT** beinhalten. Das betrifft sowohl die inhaltliche Ebene als auch Fragen der **KOORDINATION UND ORGANISATION**.

Ein Beispiel: Teilnehmende können Internetquellen zum Thema zusammenführen, wenn sie **Social-Bookmark-Dienste** wie Delicious, Mister Wong oder Diigo nutzen. Mittels eines gemeinsamen Schlagworts oder einer thematischen Gruppe kann dezentral eine Sammlung von Links erstellt und diskutiert werden.

Damit Teilnehmende sich stärker untereinander vernetzen können, kann eine **Community-Plattform** wie Mixxt sehr hilfreich sein. Teilnehmende können hier in einem geschützten

² Die Videoproduzentin Blanche Fabri hat dafür den Begriff „Guerillastream“ vorgeschlagen.

Raum Profile anlegen und durchstöbern, sich in einem Forum austauschen, Dateien bereitstellen, Neuigkeiten vom Veranstalter lesen, zwischen parallel stattfindenden Programmpunkten auswählen oder sogar vorstellen, welchen Programmpunkt sie selber anbieten möchten.³

Für das gemeinsame Arbeiten an Dokumenten vor, während oder nach einer Tagung bietet sich ein **Wiki** an. Neuerdings sehen wir bei Tagungen immer häufiger kollaborative Texte, Protokolle oder Listen, die entweder über **Google Docs** oder über einen **Etherpad-Dienst** erstellt werden.

In der Aufstellung der verschiedenen Dienste fehlt bisher ein mächtiges Werkzeug: **Blogs**. In einem Blog können vom Veranstalter generelle Informationen wie Einladung, Programm oder Porträts der Mitwirkenden veröffentlicht werden. Der Blog ist auch der Ort, an dem alle anderen Online-Aktivitäten durch Verlinkungen und Einbettungen zusammengeführt werden. Vor diesem Hintergrund sollen Blogs an dieser Stelle keiner bestimmten Aufgabe zugeordnet werden, sondern ins Zentrum aller Online-Aktivitäten gestellt werden.

³ Im deutschsprachigen Bereich hat sich in den letzten Jahren ein buntes Angebot von Barcamps entwickelt, sogenannte „Unkonferenzen“, bei denen alle Teilnehmenden aufgefordert sind, auch eigene Beiträge zu gestalten. Die allermeisten dieser Veranstaltungen werden mit einem schmalen Organisationsaufwand auf Seiten des Veranstalters auf die Beine gestellt. Die Teilnehmenden organisieren sich über Mixxt-Communities und liefern beeindruckende Beispiele für eine dezentrale, nicht institutionalisierte Organisationsform.

Vortrag und Podiumsdiskussion

Widmen wir uns nun einem recht frontalen Format: ein mehr oder weniger großes Publikum hört einem Vortragenden oder einigen Diskutanten zu. Bis auf einzelne Nachfragen sind die Teilnehmenden eher passiv. Viele Eigenschaften und Möglichkeiten zu diesem Format sind bereits unter dem Abschnitt „Konferenz“ behandelt worden, so dass wir uns hier kurz fassen können.

Die Web 2.0 Karte für Vorträge / Podien



Auch hier können **soziale Netzwerke** und **Twitter** genutzt werden, um die Veranstaltung bekannt zu machen. Auch ein **Livestream**, gegebenenfalls mit einer **Twitterwall** als Rückkanal, ist denkbar, um die Reichweite der Veranstaltung vom Vortragsraum auf (potentiell) die Weltöffentlichkeit auszudehnen.⁴ Auch die Dokumentation von **Folien**, **Photos**, **Audio** oder **Video** ist analog zu den oben angeführten Möglichkeiten denkbar.

Anders verhält es sich dagegen bei den Punkten **Koordination**, **Organisation** und **Zusammenarbeit**. Bei einer 2stündigen Veranstaltung ergibt sich in aller Regel kein großer Bedarf, zusätzlich online zusammenzuarbeiten. (Auch wenn zum Beispiel ein gemeinsames Etherpad interessant sein kann.)

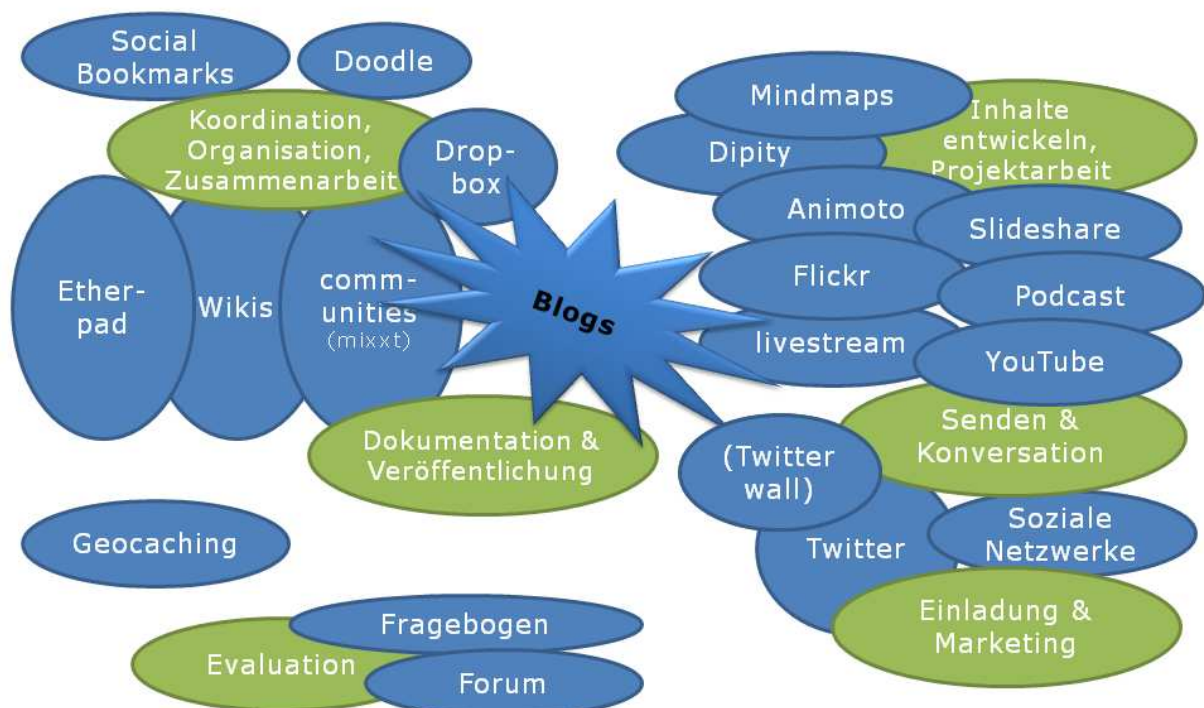
Auch einen eigenen **Blog** wird man für eine solche Veranstaltung kaum einrichten. Allerdings haben Bildungsanbieter in der Regel eine institutionelle Website, in der ein Artikel über die Veranstaltung veröffentlicht werden kann, inklusive eingebetteter Medien. Auch bei kleineren Veranstaltungen sollten Möglichkeiten für Teilnehmende und Interessenten berücksichtigt werden sich einzubringen, und sei es „nur“ über eine Kommentarfunktion.

⁴ Als Faustregel kann gelten: Ein Livestream erreicht eine Zuschauerzahl in der Größenordnung wie die Präsenzveranstaltung vor Ort. Hinzu kommen noch die Zuschauer, die sich Tage, Wochen oder Jahre später die Aufzeichnung anschauen.

Workshop / Seminar

Innerhalb des prototypischen Formats „Seminar“ gibt es eine große Bandbreite von Formen. Manches Seminar ähnelt eher einer kleinen Tagung oder Konferenz. Für die folgenden Überlegungen soll aber auf den Charakter des Workshops im Sinne von „gemeinsam etwas erarbeiten“ abgezielt werden. Stellen Sie sich eine Gruppe von 10 bis 30 Teilnehmenden vor, die für zwei bis drei, vielleicht sogar fünf Tage zusammenkommen, um zu einem Thema zu arbeiten, zu diskutieren, kreativ zu sein, vielleicht auch projektorientiert eigene „Produkte“ zu entwickeln.

Die Web 2.0 Karte für Seminare



Hinsichtlich **EINLADUNG UND MARKETING** kann auf die bisherigen Überlegungen verwiesen werden.

Wenn es um **SENDEN UND KONVERSATION** geht, unterscheidet sich der Workshop deutlich von den bisherigen Formaten. Häufig geht es hier eher um einen relativ geschlossenen Kreis, für den der geschützte, nicht-öffentliche Raum für offene Diskussionen, Übungen und kreative Methoden notwendig ist. Vor diesem Hintergrund werden **Livestream** oder **Twitterwall** nicht in Frage kommen. (Allerdings gibt es Experimente mit „Workshop-Twitterwalls“, die nur für die Teilnehmenden selber gedacht sind.)

Zur **DOKUMENTATION UND VERÖFFENTLICHUNG** von Ergebnissen gibt es im Workshop weniger „druckreife“ Produkte, die die Öffentlichkeit interessieren könnten. Insofern ist auch dieser Aufgabenbereich von niedriger Bedeutung. Anders verhält es sich mit der Dokumen-

tation für die Teilnehmenden selber. Hier können zum Beispiel in einem **Blog** Arbeitsaufträge, Materialien, weiterführende Hinweise etc. gesammelt werden – sowohl für die Seminararbeit selber als auch als Dokumentation nach Seminarende.

Der Aufgabenbereich **KOORDINATION, ORGANISATION UND ZUSAMMENARBEIT** hat dafür eine deutlich größere Bedeutung für Workshops. Hilfreiche Werkzeuge wie eine **Mixt-Community, Wikis, Etherpads und Social Bookmarks** wurden bereits erwähnt. Darüber hinaus gibt es diverse hilfreiche Dienste für die Zusammenarbeit von kleinen Gruppen wie zum Beispiel **Doodle** (zur Abstimmung von Terminen oder anderen Alternativen) oder **Dropbox** (zur gemeinsamen Nutzung von Dateien).

Im Gegensatz zum Veranstaltungstyp Konferenz haben Aufgaben aus dem Bereich **INHALTE ENTWICKELN, PROJEKTARBEIT** einen großen Stellenwert für den Workshop. Das Web 2.0 bietet ungezählte Dienste, mit denen Teilnehmende auf verschiedenste Weise eigene Ideen kreativ medial umsetzen können. Dazu gehören Visualisierungen mit **Mindmaps** z.B. mit MindMeister, multimediale **Zeitleisten** z.B. mit dipity, **Storytelling** z.B. mit storify oder animoto. Und selbstverständlich stehen auch sämtliche Dienste zur Verfügung, die wir schon als Werkzeuge für Referenten genannt haben. Auch Teilnehmende können **Slideshare, Flickr, Podcasts, YouTube** nutzen, um eigene Ergebnisse zu veröffentlichen. Sie können sogar einen eigenen **Livestream** produzieren, wenn es sinnvoll erscheint. Die Unterscheidung zwischen diesen kreativen Aktivitäten und den oben genannten Aufgaben im Kontext der Dokumentation ist der Fokus auf die *Gestaltung* von eigenen Produkten. Die Veröffentlichung und Verbreitung dieser Inhalte ist dabei nicht immer das wichtigste Ziel.

Der schon erwähnte **Blog** steht auch für diesen Veranstaltungstyp meist im Mittelpunkt, wenn man einen Workshop Web-2.0-unterstützt anbietet.

Last but not least

Wie einleitend erwähnt kann die skizzierte Aufstellung keinen Anspruch auf Vollständigkeit erheben. Es seien aber noch zwei weitere Punkte erwähnt, die sich nicht in die skizzierte Systematik einordnen lassen. Zum einen ist die Aktivität des **Geocachings**, die sich nach den Kriterien „Plattform“ und „Konversationen“ auch als Web 2.0 einordnen lässt, sehr gut für die politische Bildung einzusetzen, insbesondere für Workshops, aber auch für Tagungen und Kongresse.

Zum anderen lässt sich auch für den Aufgabenbereich **EVALUATION** Web 2.0 nutzen. Dies kann mit gemeinsam erarbeiteten **Befragungen** geschehen, oder auch mit dem vielleicht ältesten Web 2.0-Dienst: einem **Diskussionsforum**.

III. Exemplarische Anwendungsbeispiele

In diesem Abschnitt werden Anwendungsbeispiele skizziert, die exemplarisch veranschaulichen, wie Web 2.0-Werkzeuge Bildungsformate erweitern können. Dabei werden die typischen Formate der Bildungsarbeit als Ausgangsbasis berücksichtigt (Tagungen, Seminare, projektorientierte Bildungsarbeit, Dialogformate / Diskussionen).

Die Beispiele umfassen jeweils eine skizzenhafte Konzeption mit besonderem Hinblick auf Methodik, Zielsetzungen und Zielgruppen.

Beispiel 1: Tagung (Begleitung und Dokumentation)

Vorbild für dieses Beispiel sind große Tagungen wie z.B. das *Global Media Forum* der Deutschen Welle. Hier geht es darum, ein Onlineangebot zur Präsenzveranstaltung anzubieten, das die Tagung in der Vorbereitung und Durchführung, vor allem aber in der Nachbereitung begleitet.

Grobkonzeption / Methodik

Die Tagung wird „konventionell“ durchgeführt. Web 2.0 kommt nur ergänzend zum Einsatz, indem verschiedene Dienste als Zusatz auf der Website zur Tagung eingebunden werden. Dazu gehört in der Vorbereitung, dass Neuigkeiten schon länger im Vorfeld schrittweise mittels Blog veröffentlicht werden, zum Beispiel die Zusagen einzelner Referenten zusammen mit Verweise auf Aktivitäten und Veröffentlichungen dieser Referenten. Der Blog hat auch eine Kommentarfunktion, so dass Rückmeldungen von (potentiellen) Teilnehmenden schon im Vorfeld niedrigschwellig an den Veranstalter herangetragen werden können. Während der Tagung werden „größere“ Programmpunkte wie zum Beispiel die Keynote im Livestream übertragen.

Die größte Bedeutung hat in diesem Beispiel die Nachbereitung: Präsentationsfolien stehen über Slideshare oder Scribd in den Blog eingebunden zum Nachlesen bereit; die Videos aus dem Livestream können nachträglich angeschaut werden; kurze Interviews mit den Referenten können als Podcast-Dateien heruntergeladen werden; Photos der Veranstaltung stehen auf Flickr bereit. Auch hier sind alle Angebote mit einer Kommentarfunktion versehen.

Um Feedback einzuholen, ist ein Forum geöffnet worden, in dem Teilnehmende (auch anonym) noch bis zu zwei Wochen nach der Tagung Rückmeldung geben können, was ihnen gut gefallen hat und inwiefern sie Verbesserungsvorschläge haben.

Zielgruppe und Zielsetzung

In diesem Fall ist der Web 2.0 Einsatz relativ unabhängig von der Zielgruppe. Die unverbindliche, eher zusätzliche Einbindung ist ein Zusatzangebot, mit dem Interessenten ihre Beschäftigung mit dem Tagungsthema vertiefen können. Besonders hilfreich sind aufgezeichnete Vorträge, wenn diese in parallelen Sitzungen stattgefunden haben. Die Aktivität geht vom Veranstalter aus. Die Teilnehmenden können vorhandene Angebote kommentieren, aber darauf begrenzt sich die Partizipation.

Erfahrungen

Viele größere Tagungen werden inzwischen auf derartige Weise begleitet. Der Mehraufwand ist dabei durchaus nennenswert. Es ist aller Erfahrung nach nicht so, dass „einfach nur“ ohnehin vorhandene Inhalte bereitgestellt werden müssen oder diese Arbeiten „nebenbei“ gemacht werden können. Neben dem technischen und organisatorischen fällt meist auch ein deutlicher redaktioneller Aufwand an, wenn Inhalte online dokumentiert werden. Dem gegenüber steht ein Informationsangebot, das nicht nur den Tagungsteilnehmern, sondern viele weiteren interessierten Menschen auch mittelfristig noch zur Verfügung steht.

Beispiel 2: Seminar (Recherche, Produktion und Dokumentation im Blog)

In diesem Beispiel soll ein Seminar skizziert werden, das stark auf die Eigenaktivität der Teilnehmenden setzt. Vorbild ist ein 5tägiger Bildungsurlaub mit einer Gruppe von 10 bis 25 Teilnehmenden. Als Inhalt wäre ein Thema aus dem Bereich Internet typisch, aber es kann durchaus jedes andere Thema sein, z.B. Erinnerungsarbeit, Umwel- oder Genderfragen.

Grobkonzeption / Methodik

Die Seminararbeit findet im Wechsel in zwei Arbeitsformen statt: Zum einen gibt es das Plenum mit allen Teilnehmenden, in dem Input oder Diskussionen stattfinden. Zum anderen gibt es Kleingruppen- / Partnerarbeit mit Unterstützung von Computern und Internet. Zentrum der Arbeit ist ein Weblog, in dem nicht nur 1. Materialien von der Seminarleitung vorausgewählt und bereitgestellt wurden, z.B. als Ressourcensammlung mit einführenden Materialien und weiterführenden Internetadressen, sondern auch 2. Arbeitshinweise für die verschiedenen Arbeitsphasen enthalten sind und 3. die Teilnehmenden selbst produzierte Ergebnisse in Text- oder anderer Form dokumentieren.

Die Arbeitsphasen am Computer umfassen also 1. Recherche nach Informationen, z.B. nach verschiedenen Interessen und Positionen zum Thema; 2. Anleitungen, wie recherchierte Inhalte und die Auseinandersetzung damit im Seminar bearbeitet werden, z.B. als Rollenspiel oder als multimediale Zeitleiste; 3. die Ergebnisse, die Teilnehmende als Blogtexte oder Multimedia-Elemente erstellt haben.

Zielgruppe und Zielsetzung

Dieses Veranstaltungsformat ist vor allem geeignet, wenn zum Thema authentische (nicht didaktisierte) Informationen recherchiert werden können. Da die Teilnehmenden viel am Rechner arbeiten, sind dafür a. eine grundsätzliche Bereitschaft und b. entsprechende Vorkenntnisse, sowohl in technischer Hinsicht als auch im Umgang mit Informationen, wichtig. Je nach Vorkenntnissen kann der Aufwand für das Erlernen des Umgangs mit dem Blog oder anderen Werkzeugen einen mehr oder weniger großen Stellenwert einnehmen. Aller Erfahrung nach spielt dabei nicht eine entscheidende Rolle, ob die Teilnehmenden jugendlich oder erwachsen sind. Zwar lässt sich das Vorurteil bestätigen, dass eher jüngere Menschen eher vertrauter mit der Technik sind. Allerdings ist die Spannweite an Vorkenntnissen auch

innerhalb einer „jungen Gruppe“ so hoch, dass auf jeden Fall mit heterogenen Vorkenntnissen gerechnet werden muss.

Neben der Aktivierung der Teilnehmenden und der Auseinandersetzung mit authentischem Material ermöglicht die Arbeit auch, dass Teilnehmende innerhalb des Seminars unterschiedliche, eigene Schwerpunkte setzen können.

Neben der inhaltlichen Zielsetzung werden im Seminar auch Medienkompetenzen im Umgang mit dem Internet weiter entwickelt, als technische und auch als Recherchekompetenz.

Erfahrungen

Sehr empfehlenswert ist es, die Arbeit mit dem Internet nicht als Einzelarbeit zu organisieren, sondern immer zwei (oder mehr) Teilnehmende zusammen arbeiten zu lassen. Auf dieser Weise findet während der Arbeit eine aktivere Auseinandersetzung mit den Inhalten und den technischen Hilfsmitteln statt. Bei technisch unterschiedlichen Vorkenntnissen ist es hilfreich, wenn während der Phasen am Computer ein „Support“ bereitsteht, also Seminarleitungen / Teamer bei Fragen zur Seite stehen.

Der regelmäßige Wechsel zwischen Phasen am Rechner und im Plenum sichert die Reflektion der eigenen Arbeit und der Inhalte.

Teilnehmende sind bei dieser Arbeitsweise häufig positiv überrascht, dass sie mit Inhalten „im echten Leben“ und nicht „im Lehrbuch“ arbeiten. Auch wird häufig hervorgehoben, wie viel man „nebenbei gelernt“ habe, indem man aktiv und kreativ mit dem Web 2.0 gearbeitet hat.

Die hohe Eigenaktivität ist allerdings bisweilen auch sehr anspruchsvoll. Gerade wenn Teilnehmende eher die Erwartung haben, mit klaren Strukturen und eher im frontalen Stil zu lernen, wird die Arbeit oft als „anstrengend“ wahrgenommen. Auch die inhaltliche Uneindeutigkeit, die bei vielen Sachfragen bei eigenen Recherchen zum Vorschein kommen, wird oft nicht als Abbildung einer pluralistischen Gesellschaft, sondern als Manko wahrgenommen. Schließlich muss auch erwähnt werden, dass die Kompetenz zur eigenständigen Recherche nicht immer als Selbstverständlichkeit vorausgesetzt werden kann.

Beispiel 3: Workshop / Projektarbeit (Flashmob)

Als Beispiel für eine projektorientierte Bildungsarbeit mit hohem Einsatz von Web 2.0 kann die von der IG BCE 2010 durchgeführte „Aktionswerkstatt“ gelten, die sich vor allem an Multiplikatoren in der gewerkschaftlichen Arbeit richtete und in der neue Wege der Öffentlichkeitsarbeit für eigene Anliegen erprobt wurden.

Grobkonzeption / Methodik

Die ca. 40köpfige Gesamtgruppe teilte sich nach einem einführenden Plenum in vier Untergruppen auf, die jeweils einen Aspekt eines im letzten Seminardrittel durchgeführten Projek-

tes vorbereiteten. Beim Projekt handelte es sich um einen Flashmob in einem Einkaufszentrum, durch das Öffentlichkeit vor Ort und via Medien auf die Arbeitsbedingungen von Leiharbeitern aufmerksam gemacht werden sollten. Die vier Gruppen:

- Eine Gruppe „Theater“ entwarf und erprobte eine Dramaturgie für den Ablauf vor Ort.
- Eine Gruppe „Vernetzung und Aktivierung“ versuchte, über Soziale Netzwerke wie Facebook und Twitter die Veranstaltung schon vorab bekannt zu machen und Außenstehende für die Teilnahme am Flashmob zu gewinnen. Als zentrale Plattform des Projektes setzte sie außerdem ein öffentliches Blog auf.
- Eine Gruppe „Information und Medien“ entwarf einen Handzettel mit Informationen zum Projekt und zur Leiharbeit, der die zentralen inhaltlichen Botschaften zusammenfasste. Darüber hinaus versuchte diese Gruppe, Journalisten für eine Berichterstattung vom Flashmob zu gewinnen.
- Eine Gruppe „Video“ erlernte die Grundlagen der Arbeit mit Videokameras, Livestream, Videoschnitt und Online-Veröffentlichung. Die Gruppe filmte, livestreamte und dokumentierte die Aktion als Video.

Nach der durchgeführten Aktion wurde zunächst in den Gruppen nachbereitet und anschließend im Plenum reflektiert.

Zielgruppe und Zielsetzung

Die benutzten Web 2.0 Dienste waren hier sowohl Thema als auch Werkzeuge der Arbeit. Vor diesem Hintergrund war die Zielgruppe dem Web 2.0 ihm gegenüber sehr offen. In dieser „authentischen“ Arbeitsform wird deutlich, dass Werkzeuge nicht Selbstzweck sind, sondern zur Erreichung bestimmter Ziele ausgewählt und eingesetzt werden können.

Erfahrungen

Das Projekt konnte zeigen, dass auch ein komplexes Vorhaben im begrenztem Rahmen (Wochenendseminar) durchgeführt werden kann, dass es aber eine gute Strukturierung durch die Dozenten braucht und dass die Ansprüche eher an einem „rough and dirty“-Verfahren als an einem perfekten Ergebnis orientiert werden müssen.

Unsicherheit dürfte in diesem Fall bestehen, wie man in der Zukunft die traditionelle Grenzziehung zwischen politischer Bildung und politischem Aktivismus handhaben wird.

Beispiel 4: Podiumsdiskussion (Livestream und Twitterwall)

Dieses Beispiel soll stellvertretend für traditionelle Abendveranstaltungen stehen, die i.d.R. auf 90 bis 120 Minuten angelegt sind und einen Vortragenden oder mehrere Diskutanten ins Zentrum stellen. Im Folgenden ist von einem Referenten die Rede, aber alle Überlegungen lassen sich genau so auf mehrere Referenten / Diskutanten auf einem Podium anwenden.

Grobkonzeption / Methodik

Der klassische Vortrag: Ein Referent trägt vor, mit oder ohne Beamer-Unterstützung. Nach 50 Minuten wird das Publikum von einem Moderator eingeladen, Fragen und Kommentare einzubringen, auf die der Referent jeweils mehr oder weniger ausführlich antwortet. Nach 90 Minuten ist die Veranstaltung beendet. Vereinzelt ist es in der Diskussionsphase auch möglich, dass sich Teilnehmende in ihren Beiträge auf die Beiträge von anderen Teilnehmenden beziehen.

Im vorliegenden Fall wird das Veranstaltungsformat ergänzt: Die Bühne / der Referent wird per Video als Livestream via Internet gesendet. Außerdem gibt es eine Twitterwall: An die seitliche Wand des Raums werden alle Tweets gebeamt, die zur Veranstaltung getwittert werden.

Dadurch entsteht nicht nur eine größere Reichweite mit Rückkanal. Zusätzlich gibt es auch eine Ebene, auf der die Teilnehmenden sich untereinander austauschen können bzw. beobachten können, was andere zum Vortrag denken.

In der Fragen-und-Antwort-Phase kann der Referent auch auf Beiträge der Twitterwall eingehen. Als Variation kann der Referent die Twitterwall auch ignorieren und der Moderator oder ein gesonderter „Twitter-Korrespondent“ wählt Beiträge aus, die er in die Diskussion vor Ort einbringt.

Zielgruppe und Zielsetzung

Das grundsätzliche Format ändert sich in diesem Fall durch den Web 2.0 Einsatz nicht. Dadurch können Teilnehmende vor Ort die Veranstaltung auch „auf traditionelle Art und Weise“ wahrnehmen, wenn sie das bevorzugen. In diesem Sinne wird die Zielgruppe nur erweitert durch Menschen, die nicht vor Ort dabei sein können oder wollen. Außerdem wird das erweiterte Publikum ermuntert, eigene Erfahrungen, Meinungen und Fragen in den virtuellen Raum einzubringen, wo dann häufig Diskussionen untereinander entstehen, die nicht an den Referenten gebunden sind.

Nicht zu vernachlässigen ist auch eine unbestimmte Zielgruppe, die das Video als Aufzeichnung noch Tage, Monate oder gar Jahre nach der Veranstaltung finden kann.⁵

Erfahrungen

Zu diesem Format sind schon einige Erfahrungen vorhanden. So wird eine Twitterwall zum Beispiel häufig nicht via Twitter, sondern über einen Chat organisiert. Ein weiteres, inzwischen häufig übliches Verfahren ist es, dass die Twitterwall / der Chat zwar die gesamte Zeitdauer über virtuell stattfindet, dass die Projektion in den Vortragsraum aber erst zur Frage-und-Antwort-Phase eingeschaltet wird.

⁵ Ein Beispiel aus bpb-eigener Erfahrung: Ein Vortrag von Prof. Beat Doebeli wurde im Februar 2010 in Hattingen von ca. 50 Teilnehmenden vor Ort gesehen. Im Livestream waren ca. 50-100 Teilnehmende dabei. Die Aufzeichnung haben bis heute, 16 Monate danach, 1.500 Menschen gestartet (was nicht heißen muss: dass alle es bis zu Ende geschaut haben).

Für die Durchführung vor Ort empfiehlt es sich auch, gleich zu Beginn auf Livestream und Aufzeichnung hinzuweisen. Es ist möglich, dass diese Tatsache Teilnehmende vor Ort zusätzlich motiviert oder abschreckt, Fragen zu stellen. Dafür hilft es, wenn deutlich gemacht wird, dass fragende Teilnehmende nicht im Bild übertragen werden.

Eine weitere, häufig beobachtete Erfahrung: Der Rückkanal für Fragen aus dem Internet wird gut angenommen. Wichtiger für die Online-Teilnehmenden ist aber, dass der Austausch untereinander stattfinden kann, während vor Ort ja in der Regel nur das vergleichsweise triviale, sternförmige Kommunikationsmuster „Teilnehmer fragt und kommentiert, Experte antwortet“ vorherrscht.

Noch offen ist die Frage, wie stark Teilnehmende vor Ort wegbleiben, wenn sie wissen, dass eine Veranstaltung auch online, live oder als Aufzeichnung, zu sehen ist.

Auch zu beachten ist, dass viele Referenten ihre Folien mit urheberrechtlich problematischem Material versehen, was bei der Dokumentation online eine neue Dimension erhält.

Beispiel 5: Barcamp (Koordination, Dokumentation)

Dieses Beispiel beschreibt das „EduCamp“, das im März 2011 in Bremen stattgefunden hat. Auch wenn es sich hier nicht primär um politische Bildung handelte, lässt sich das Fallbeispiel doch ohne Einschränkung übertragen.

Im vorliegenden Fall waren die Teilnehmenden selber hochaktiv in Sachen Web 2.0, sowohl in der Vorbereitung und Nachbereitung als auch während der Durchführung selber.

Grobkonzeption / Methodik

Bei einem Barcamp handelt es sich um ein Tagungsformat, bei dem vom Veranstalter nur der Rahmen definiert wird: Zeit, Ort und Thema. Die konkreten Inhalte werden von den Teilnehmenden selber zu Beginn der Veranstaltung festgelegt. Dazu stellt alle Teilnehmenden, die es wollen, Inhalte vor, die sie in jeweils i.d.R. 45-60minütigen „Sessions“ vortragen, diskutieren oder gemeinsam entwickeln wollen. Üblich ist es, diese parallel stattfindenden Sessions zu Beginn und Ende der Veranstaltung von gemeinsamen, plenaren Einheiten einzurahmen.

In Deutschland werden solche Barcamps fast immer durch die Community-Plattform Mixxt begleitet. Hier melden sich Interessenten an und verfassen ein kleines Profil über sich. Neben der Vernetzung untereinander und der Veröffentlichung von News und Mailings durch den Veranstalter dient die Plattform auch der Vorbereitung und Dokumentation der Inhalte. So können Sessions vorab in einem Forum vorgestellt und diskutiert werden. Das Thema kann somit bereits vorab durch Rückmeldungen der (potentiellen) Teilnehmenden genauer differenziert werden; zwischen ähnlichen Themen können Abgrenzungen untereinander (oder Fusionen) vereinbart werden; Inhalte können sich auch „gewünscht“ werden, ohne dass die wünschende Person selber das Thema anbietet.

Für die Dokumentation wurde z.B. beim EduCamp Bremen ein koordiniertes, dezentrales Verfahren eingesetzt: In einem (mixxt-internen) Wiki wurden Platzhalter für alle Sessions angelegt. Nach Festlegung des Sessionsplans zu Beginn der Veranstaltung waren alle Anbieter einer Session aufgefordert, den Platzhalter der jeweiligen Session mit einem Titel und ggf. weiterführenden Hinweisen zu ersetzen. Die Dokumentation selber erfolgte dann meist zweigeteilt: Während der Session wurde von einem oder mehreren Teilnehmenden live ein Protokoll via Etherpad erstellt. Zusätzlich gab es mit kleinen Digitalkameras / Handys ausgestattete Videoreporter, die nach jeder Session den jeweiligen Anbieter um eine 2minütiges zusammenfassendes Statement baten. Die Dokumentation wurde noch erweitert durch zahlreiche themenübergreifende oder vertiefende Beiträge einzelner Teilnehmender im Anschluss an die Veranstaltung. Diese wurden dezentral meist in Blogs der Teilnehmenden verfasst. Über eine Wiki-Seite wurde eine Übersicht über diese Beiträge gesammelt.

Zusätzlich ermöglichten Video-Livestreams, Twitterwalls und Skype-Konferenzen die Einbindung externer Teilnehmenden.

Zielgruppe und Zielsetzung

Der exzessive Einsatz von Web 2.0 für diese Veranstaltung war nur mit einer hoch engagierten, interessierten und offenen Teilnehmerschaft möglich, die darüber hinaus i.d.R. über fortgeschrittene Kompetenzen und eigene mobile Endgeräte verfügte. Die Zielsetzungen einer konsequenten Teilnehmerorientierung und einer ausführlichen Dokumentation konnten in diesem Fall ohne Einschränkungen umgesetzt werden. Wichtig ist auch, dass die Teilnehmenden in diesem Fall zwar relativ technikaffin waren, dass es aber nicht die „üblichen Verdächtigen“ waren, verstanden als diejenigen Zielgruppen, die sich ohnehin vor allem mit Technik beschäftigen. (Die Teilnehmenden waren überwiegend PädagogInnen.)

Erfahrungen

Das Educamp Bremen hat gezeigt, dass ein hochgradig an Teilnehmerorientierung und Partizipation orientiertes Format möglich und mit Web 2.0 Unterstützung erfolgreich umgesetzt werden kann. Gleichzeitig wurde in Bremen deutlich, wie wichtig die Rahmensetzung (Gerüst und Konventionen für die Dokumentation, gute Auswahl und Vorbereitung von Ort und Infrastruktur) ist. Aus den Rückmeldungen von Teilnehmenden, die zum ersten Mal an einer solchen Veranstaltung wurde aber auch deutlich, dass eine „Umgewöhnung“ an die neuen Rahmenbedingungen notwendig ist, hier war vor allem die weitgehende (mediale) Öffentlichkeit der Veranstaltung gemeint.

Dieser Text steht unter einer Creative Commons by-nd 3.0 Lizenz. Sie dürfen den Text weitergeben und veröffentlichen, solange sie ihn nicht verändern und den Autor in der Form „Jöran Muuß-Merholz, www.joeran.de“ nennen. Details finden Sie unter <http://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/de/>