GoToWebinar: Profi-Tipps für erfolgreiche Online-Events

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 4. Februar 2026



GoToWebinar: Profi-Tipps für erfolgreiche Online-Events

Online-Events sind das neue Networking – nur ohne Häppchen und Händeschütteln. Aber während jeder Zweite glaubt, mit PowerPoint und Webcam sei das Ding geritzt, trennt sich bei der Durchführung schnell die Spreu vom digitalen Weizen. Wer GoToWebinar nutzt und keinen Totalausfall landen will, muss mehr können als auf „Start“ zu klicken. In diesem Leitfaden zeigen wir

dir, wie du mit GoToWebinar nicht nur überlebst, sondern dominierst – technisch sauber, strategisch clever und marketingseitig messerscharf.

- Warum GoToWebinar zu den besten Tools für professionelle Online-Events gehört
- Die wichtigsten technischen Voraussetzungen für erfolgreiche Webinare
- Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Einrichtung und Durchführung mit GoToWebinar
- Strategien für maximale Teilnehmerzahlen und Conversion-Rates
- Marketing-Automation und Lead-Nurturing nach dem Event
- Fehler, die 90 % aller Webinar-Anbieter machen – und wie du sie vermeidest
- Die besten Integrationen mit CRM, E-Mail-Marketing und Analytics
- Warum das Nachspiel oft wichtiger ist als das Live-Event
- Technische Tipps für perfekte Audio-, Video- und Streamingqualität

GoToWebinar: Warum dieses Tool für professionelle Webinare punktet

GoToWebinar ist nicht irgendein Zoom-Klon mit hübscher Oberfläche, sondern eine seit Jahren etablierte Plattform speziell für große, professionelle Online-Events. Der Unterschied? Massive Stabilität bei Tausenden Teilnehmern, umfangreiche Interaktionsfunktionen und eine Backend-Architektur, die für automatisierbares Marketing mitgedacht wurde. Während andere Tools bei 300 Teilnehmern anfangen zu stottern, läuft GoToWebinar stabil bis 3.000 – und das in Broadcast-Qualität.

Die Plattform bietet native Features wie Umfragen, Q&A, Handzeichen, Bildschirmfreigabe und On-Demand-Webinare. Dazu kommt eine native Integration mit CRM-Systemen wie Salesforce sowie E-Mail-Marketing-Plattformen wie HubSpot und Mailchimp. Wer GoToWebinar richtig aufsetzt, hat eine vollautomatisierte Leadmaschine – inklusive Analytics, Teilnehmerverfolgung und Conversion-Tracking.

Besonders stark ist GoToWebinar in Sachen Stabilität und Compliance. Die Server-Infrastruktur erlaubt unterbrechungsfreie Streams, auch bei hoher Last, und erfüllt Sicherheitsstandards wie DSGVO, ISO/IEC 27001 und SOC 2. Für Unternehmen, die nicht nur mitspielen, sondern skalieren wollen, ist das der Unterschied zwischen Hobby und Business.

Ein weiteres Plus: Die Benutzeroberfläche ist durchdacht, aber nicht verspielt. Kein Schnickschnack, kein Gamification-Müll – sondern ein technisches Fundament, das funktioniert. Und genau darum geht’s: Deine Teilnehmer wollen nicht unterhalten werden, sie wollen Ergebnisse. Und dieses Tool liefert.

Technische Voraussetzungen für ein perfektes Webinar mit GoToWebinar

Egal wie gut dein Inhalt ist – wenn dein Mikro knarzt, das Bild einfriert oder die Verbindung abbricht, schaltest du deine Zielgruppe schneller ab als jede Netflix-Serie. Bevor du also überhaupt an dein Webinar denkst, musst du die technische Infrastruktur in den Griff bekommen. GoToWebinar ist zwar robust, aber keine Magie – Garbage In, Garbage Out gilt auch hier.

Grundlage ist eine stabile Internetverbindung mit mindestens 10 Mbit/s Upload. Ja, Upload – nicht nur Download. Wer über LTE streamt oder im Homeoffice mit halbtoter FritzBox rumgurkt, hat verloren. Nutze LAN statt WLAN, und wenn du remote arbeitest, investiere in einen dedizierten Zugang oder 5G-Router mit externer Antenne.

Dein Audio ist wichtiger als dein Video. Ein schlechtes Mikrofon killt mehr Conversions als schlechte Charts. Nutze ein professionelles USB- oder XLR-Mikrofon (z. B. Rode NT-USB oder Shure MV7), und achte auf akustisch ruhige Umgebungen. Für Video reicht eine gute Webcam (Logitech Brio, Elgato Facecam), aber die Lichtsetzung entscheidet. Softboxen oder Ringleuchten sind Pflicht. Webinare sind Bühne – keine Webcam-Konferenz.

Technische Helfer wie ein zweiter Monitor, ein Hardware-Klicker oder ein Stream Deck können dir die Kontrolle zurückgeben, wenn dein Webinar komplex wird. Und denk dran: Testlauf ist Pflicht. Kein Event ohne Generalprobe – mit echten Teilnehmern, echten Slides und echtem Stress.

Webinar-Erstellung mit GoToWebinar: Schritt für Schritt zum Profi-Setup

Ein Webinar in GoToWebinar aufzusetzen ist keine Raketenwissenschaft – aber richtig gemacht wird es zur Conversion-Maschine. Hier kommt dein Blueprint für ein Setup, das nicht nur funktioniert, sondern verkauft.

- 1. Event-Typ wählen: Live, simuliert-live oder On-Demand. Simuliert-live ist ideal für skalierbare Kampagnen mit Live-Feeling ohne Risiko.
- 2. Registrierungsformular anpassen: Nutze Custom Fields zur Qualifizierung, binde Tracking-Parameter ein (UTM-Tags) und integriere dein CRM zur Echtzeit-Datenübernahme.
- 3. Reminder-Logik festlegen: Plane automatisierte Erinnerungen 1 Woche, 1 Tag und 1 Stunde vor dem Event. Je personalisierter, desto besser.
- 4. Präsentation vorbereiten: Nutze visuelle Slides mit wenig Text. Baue

Interaktionen (Umfragen, Fragen) direkt in die Dramaturgie ein.
- 5. Testlauf durchführen: Technik-Check, Kamera-Winkel, Soundpegel, Screen-Sharing – alles muss sitzen. Lade Kollegen als Testteilnehmer ein.

Nach dem Event ist vor dem Lead-Nurturing. GoToWebinar erlaubt dir, Follow-up-E-Mails abhängig von Teilnahmeverhalten zu automatisieren. Teilnehmer bekommen z. B. den Mitschnitt, Abwesende eine Einladung zur Aufzeichnung. Klingt simpel – bringt Umsatz.

Marketingstrategien für maximale Reichweite und Conversion

Ein gutes Webinar steht und fällt mit der Teilnehmerzahl. Und die kommt nicht von allein. Wer glaubt, ein paar LinkedIn-Posts reichen, verfehlt das Ziel. Du brauchst eine durchdachte Kampagne – mit präzisem Targeting, automatisiertem Funnel und Conversion-Tracking auf jedem Schritt.

Nutze gezielte Landingpages mit Conversion-optimierten Formularen. Verknüpfe diese mit Google Ads, LinkedIn Ads oder Programmatic Display – je nach Zielgruppe. Retargeting ist Pflicht: Wer sich die Landingpage ansieht, aber nicht registriert, bekommt Reminder auf Facebook, Instagram oder YouTube.

Setze auf E-Mail-Sequenzen im Vorfeld – nicht nur eine Save-the-Date-Mail, sondern eine Pre-Suasion-Kampagne. Das heißt: Mehrwert bieten, Neugier wecken, FOMO erzeugen. Verwende Tools wie ActiveCampaign, HubSpot oder Mailchimp mit GoToWebinar-Integration für automatisierte Journeys.

Während des Events selbst kannst du mit CTAs arbeiten: „Jetzt buchen“, „Whitepaper downloaden“, „Demo anfordern“. Diese Handlungsaufforderungen müssen nicht plump sein – aber sie müssen da sein. Und messbar. Conversion-Tracking via UTM-Tags oder Event-Tracking im Webinar-Link ist Pflicht.

Post-Webinar: Leads verwerten, nicht verbrennen

Die meisten Webinar-Anbieter machen den Fehler, nach dem Event einfach aufzuhören. Großer Fehler. Denn die eigentliche Magie passiert danach. Jetzt weißt du, wer sich interessiert hat, wie lange er dabei war, welche Fragen gestellt wurden – und kannst segmentieren, personalisieren und verkaufen.

GoToWebinar liefert dir eine vollständige Teilnehmeranalyse: Teilnahmezeit, Interaktionen, Umfrageantworten, Fragen. Nutze diese Daten zur Segmentierung in deinem CRM und leite gezielte Follow-up-Kampagnen ein. Beispiel: Wer am längsten im Webinar war, bekommt ein spezielles Angebot. Wer eine bestimmte

Frage gestellt hat, erhält eine individuelle Antwort mit CTA.

Verwerte den Mitschnitt: Erstelle daraus einen On-Demand-Funnel, ein YouTube-Video mit Call-to-Action, oder schneide Key-Segmente für LinkedIn-Clips. Auch Evergreen-Webinare sind möglich – einfach als simuliert-live Event neu aufsetzen und automatisiert bewerben.

Nutze Retargeting-Listen aus deinen Webinar-Besuchern für spätere Kampagnen. Teilnehmer haben bereits Vertrauen aufgebaut – nutze das Momentum. Und vor allem: Messe deine KPIs. Conversion-Rate, No-Show-Rate, Cost-per-Lead, Engagement-Rate – nur wer misst, kann optimieren.

Fazit: GoToWebinar als strategisches Tool, nicht als Gimmick

GoToWebinar ist kein Spielzeug für Hobby-Coaches, sondern ein skalierbares Tool für echte Online-Marketing-Strategien. Wer es richtig einsetzt, baut damit automatisierte Funnel, generiert qualifizierte Leads und schafft messbaren Umsatz – alles mit einem einzigen Eventformat. Die Voraussetzung? Technisches Know-how, strategisches Denken und die Bereitschaft, mehr zu liefern als nur hübsche Slides.

Wenn du 2025 im digitalen Wettbewerb bestehen willst, reicht „einfach mal ein Webinar machen“ nicht mehr. Du brauchst ein sauberes Setup, messbare Prozesse und eine Plattform, die mehr kann als streamen. GoToWebinar liefert dir genau das – wenn du weißt, wie du es einsetzt. Also hör auf, Zeit zu vergeuden. Und fang an, Webinare zu machen, die verkaufen.