

Whitepaper

Digitale Veranstaltungen und Meetings planen und moderieren

Wie gestalte ich als Moderator*in virtuelle Meetings? Eine kompetente Moderation ist im digitalen Raum noch wichtiger als in Präsenzveranstaltungen.

Wir zeigen Ihnen, wie Sie Ihre Moderationsrolle professionell ausfüllen, um Ihre Online-Meetings erfolgreich zu gestalten.



Inhaltsverzeichnis

Grundlagen	3
IMAP Orientierungsrahmen für digitale Moderation	3
Die äußeren Dimensionen	4
Die inneren Dimensionen.....	5
Checkliste.....	6
1. Vorbereitung sind drei Viertel der Miete!.....	6
2. Struktur, Struktur, Struktur.....	7
3. Bewusst moderieren	8
4. Aufmerksamkeit durch Interaktion	9
5. Eine Pause ist eine Pause ist eine Pause	9
Check-in und Check-Out – eine Lobeshymne	10
Kontakt	12

Grundlagen

Eins steht bereits heute fest: Wir werden in Zukunft zunehmend digital zusammenarbeiten. Schon deshalb, weil es in manchen Situationen Zeit und Kosten spart. Weil es uns ermöglicht, aus allen Teilen Deutschlands oder sogar der Welt zusammenzuarbeiten. Deshalb möchten wir Ihnen Tipps und Tricks vorstellen, wie Sie digitale Veranstaltungen oder Meetings gut vorbereiten und gut moderieren können. Schauen wir uns zunächst den IMAP-Orientierungsrahmen für digitale Moderation an.

Was macht eine gute digitale Moderation eigentlich aus? Damit wir diese Frage beantworten können, sollten wir uns erstmal bewusst machen, was beim digitalen Moderieren eigentlich anders ist als bei einer klassischen Moderation.

- Der offensichtlichste Unterschied ist die Technik, die immer dann streikt, wenn man es nicht gebrauchen kann.
- Zweitens ist es gar nicht so einfach, Beziehungen aufzubauen und nonverbale Kommunikation und die Stimmung im virtuellen Raum richtig zu deuten.
- Drittens ist es herausfordernd, die Aufmerksamkeit der Teilnehmenden über längere Zeiträume aufrecht zu halten.
- Und zu guter Letzt hören wir häufig, dass Meetings im digitalen Raum „einfach nicht so effizient“ sind wie herkömmliche Meetings. Dazu kann ich jetzt schon einmal verraten: Das muss aus unserer Sicht nicht so sein.

Die Herausforderungen im virtuellen Raum führen aber häufig dazu, dass Meetings und Veranstaltungen nicht so reibungslos und produktiv ablaufen wie zuvor. Wie können wir also trotzdem dafür sorgen, dass wir im digitalen Raum gut zusammenarbeiten können? Die Antwort darauf lautet: Mit gründlicher Vorbereitung und guter Moderation. Dabei gibt es einen wichtigen Grundsatz, den wir häufig vergessen: Digitale Veranstaltungen sollten nicht eins zu eins wie Präsenzveranstaltungen vorbereitet und moderiert werden.

Oft versuchen wir, die Agenda unserer früheren Präsenzmeetings und Veranstaltungen einfach eins zu eins zu übertragen. Wir ändern die Rahmenbedingungen, wir ändern den Raum, wir passen aber unsere Formate und Methoden nicht an. Unserer Erfahrung nach funktioniert das nicht besonders gut. Es ist viel zielführender, für unsere virtuelle Veranstaltung ein neues Konzept zu entwickeln, eine neue Agenda, vielleicht sogar unseren Moderationsstil anzupassen.

IMAP Orientierungsrahmen für digitale Moderation

Um das zu verstehen, arbeiten wir mit dem IMAP-Orientierungsrahmen für digitale Moderation. Er hilft uns darüber nachzudenken, was wir bei einer gelungenen digitalen Moderation beachten müssen und welche Fragen wir uns bei der Planung einer Veranstaltung stellen sollten.



Die äußeren Dimensionen

Der Orientierungsrahmen ist eingeteilt in innere und äußere Dimensionen. Die äußeren Dimensionen sind die Rahmenbedingungen, die meistens gegeben sind und die wir nicht einfach ändern können. Diese Rahmenbedingungen beeinflussen die Planung einer Veranstaltung, zum Beispiel welche Methoden und Formate wir wählen. Zentral sind vier Dimensionen:

1) Der Zeitrahmen

Eine Veranstaltung kann wenige Minuten oder auch mehrere Tage lang sein. Das verändert die Möglichkeiten, in die Tiefe zu gehen: Sollten die Teilnehmenden sich persönlich vorstellen, sollen sie sich kennenlernen und Beziehungen aufbauen? Es verändert auch, ob wir zwischen verschiedenen Formaten wie Plenum und Kleingruppen, also Breakout-Räumen, wechseln können. Grundsätzlich gilt: Die Komplexität der Inhalte und das Maß an Interaktion und Abwechslung sollten an die Dauer der Veranstaltung angepasst werden. Oder optimalerweise, falls der Zeitrahmen noch nicht festgelegt ist: Die Dauer der Veranstaltung sollte an die Inhalte, Ziele und gewünschten Interaktionsformate der Veranstaltung angepasst werden.

2) Die Zielsetzung

Bevor wir eine Veranstaltung planen, sollten wir festlegen, was wir eigentlich erreichen möchten. Geht es um Wissensvermittlung? Sollen die Teilnehmenden sich kennenlernen, sollen Beziehungen entstehen? Sollen neue Ideen entwickelt werden und kreativ gearbeitet werden? Sollen Entscheidungen getroffen werden? Je nachdem, was Sie mit einer Veranstaltung erreichen möchten, sind andere Formate und Methoden nötig.

3) Der technische Rahmen

Welches Programm möchten oder können Sie nutzen? Sind die Teilnehmenden vertraut mit dem Programm und seinen Funktionen oder braucht es am Anfang Zeit, um in das Programm einzuführen und die Teilnehmenden ausprobieren zu lassen? Welche Funktionen hat das Programm – gibt es einen Chat, ein Whiteboard, eine Umfragefunktion, Break-Out-Räume?

4) Die Gruppe

Sie sollten sich frühzeitig fragen: Mit was für einer Gruppe arbeite ich? Dazu gehört zum Beispiel: Wie groß ist die Gruppe? Haben alle denselben Wissensstand zum Thema? Gibt es Hierarchien innerhalb der Gruppe? Ist die Gruppe es gewohnt, zusammenzuarbeiten – oder treffen sich die Teilnehmenden gerade vielleicht zum ersten und einzigen Mal? Und, ganz wichtig: Wie technikaffin ist diese Gruppe eigentlich? All das hat einen Einfluss auf die Arbeitsfähigkeit der Gruppe und beeinflusst deshalb, welche Methoden Sie einsetzen sollten.

Die inneren Dimensionen

Die inneren Dimensionen sind besonders wichtig, da sie von der Moderatorin besser beeinflusst werden können. Genau an dieser Stelle setzt gute Moderation an.

1) Effektivität

Erreichen wir mit unserer Veranstaltung unsere Ziele? Dafür ist es wichtig, die Zielsetzung am Anfang klar zu benennen und die Diskussionen immer wieder zurückzulenken zum eigentlichen Thema. Vor Arbeitsphasen in Breakouträumen sollten Sie umso klarer machen, was von den Teilnehmenden erwartet wird: Was sollen sie erarbeiten? Auch das Festhalten von Ergebnissen wird umso wichtiger. Überlegen Sie sich am besten vorher, was Sie für die Ergebnissicherung, also für das Mitschreiben, nutzen wollen – das hängt wiederum von der Technik und der Vorerfahrung der Gruppe ab: Können wir kollaborativ an online Notizwänden zusammenarbeiten? Oder beauftragen wir lieber eine bestimmte Person mit dem Protokollieren? Nutzen wir vielleicht der Einfachheit halber den Chat?

2) Effizienz

Wie führen wir das Meeting oder die Veranstaltung möglichst zeitsparend und produktiv durch, ohne es unnötig in die Länge zu ziehen? Eine stringente Moderation kann hier Wunder bewirken. Wichtig sind aber auch die Vor- und Nachbereitung. Sie sollten sich die Fragen stellen: Was kann und soll im Meeting passieren, damit wir unsere gemeinsame Zeit möglichst gut nutzen? Was sollte besser vorher oder nachher erledigt werden? Zum Beispiel können Sie Teilnehmende bitten, vor der Veranstaltung mögliche Entscheidungsoptionen oder Szenarien auszuarbeiten und vorzubereiten – in der digitalen Veranstaltung werden diese Optionen dann nur noch vorgestellt und es wird abgestimmt, mit welcher Option weitergearbeitet wird, zum Beispiel per Umfrageoption. Oder Sie nutzen ein Meeting für ein erstes gemeinsames Brainstorming und beauftragen am Ende eine Kleingruppe, die die Ergebnisse weiterverarbeitet. Denken Sie in Ihrer Moderation immer wieder die Frage mit: Ist das, was wir hier gerade machen, eigentlich passend für den digitalen Raum und die anwesende Gruppe?

3) Aufmerksamkeit

Als Moderator*in können Sie viel dafür tun, die Aufmerksamkeit der Teilnehmenden hochzuhalten. Gerade im digitalen Raum schweifen wir sonst schnell ab – andere Dinge sind vielleicht nicht unbedingt interessanter, sie sind aber näher. E-Mails, das private Handy, der unerledigte Abwasch in der Küche. Versuchen Sie, möglichst interaktive Formate einzuplanen und in Ihrer Moderation die Teilnehmenden immer wieder anzusprechen und mitzunehmen.

4) Nähe

Die Nähe ist in digitalen Räumen einer besonderen Belastungsprobe ausgesetzt und deshalb besonders wichtig. Denn: Die Arbeitsfähigkeit einer Gruppe und die Ergebnisse stehen und fallen häufig mit der Atmosphäre und der Gruppenidentifikation. Wie nah fühlen wir uns eigentlich einander, trotz örtlicher Trennung? Besonders bei digitalen Meetings sollten Sie also schauen, dass Sie Nähe schaffen, Menschen ins Gespräch bringen, ein Gefühl von Verbundenheit erzeugen. Dazu können Breakout-Räume dienen, aber auch ein Check-In und Check-Out, die die sozial-emotionale Ebene bedienen.

Es lohnt sich, bei der Planung der nächsten Veranstaltung einen Blick auf den IMAP Organisationsrahmen zu werfen. Reflektieren Sie sich auch beim Moderieren immer wieder selbst: Habe ich wirklich alle Dimensionen im Blick? Selbstverständlich können Sie den IMAP-Orientierungsrahmen auch für nicht-digitale Veranstaltungen nutzen.

Checkliste

Eine digitale Veranstaltung vorzubereiten und zu moderieren kann herausfordernd sein. Oft wird das Konzept für eine Präsenzveranstaltung oder ein Präsenzmeeting einfach ins Digitale übertragen. Das funktioniert häufig nicht zu gut. Es ist viel zielführender, digitale Veranstaltungen und Meetings neu zu denken. Als Leitfaden hat sich diese Checkliste als sehr hilfreich herausgestellt:

1. Vorbereitung sind drei Viertel der Miete!

Bei digitalen Veranstaltungen ist die Vorbereitung nicht nur die sprichwörtlich halbe Miete – sie ist noch viel wichtiger als sonst.

- 1) Führen Sie einige Tage vor Beginn der Veranstaltung einen Technik-Test durch, bei dem sich die Teilnehmenden mit der Technik vertraut machen können. Wenn die Teilnehmenden schon erfahrener sind, reicht es, den virtuellen Raum 10-15 Minuten vor Beginn einer Veranstaltung zu öffnen, damit die Teilnehmenden ankommen können und mögliche technische Schwierigkeiten gelöst werden können. Machen Sie vor allem mit Sprecher*innen wie Moderator*innen oder Referent*innen einen Test – sind sie klar und deutlich zu hören und zu sehen?

- 2) Lassen Sie Teilnehmenden im Vorhinein Informationen zur Veranstaltung zukommen. Das sollten zum einen technische Informationen sein, z. B. ein Leitfaden, wie sie sich einwählen können. Zum anderen können Sie auch Dokumente wie die Agenda oder die Diskussionsfragen verschicken – so können die Teilnehmenden sich inhaltlich vorbereiten.
- 3) Planen Sie die Inhalte, die Methodik und die Formate detailliert. Auch wenn Sie vielleicht jemand sind, der Meetings eher spontan und flexibel moderiert: Im digitalen Raum ist es schwieriger, spontan zu reagieren. Schreiben Sie also zum Beispiel vorher einen detaillierten Ablaufplan: Wer sagt wann was? Wer hat wann die Verantwortung für technische Funktionen? Welche Inhalte werden in welcher Gruppengröße besprochen? Von Ihrem Plan abweichen können Sie am Ende immer noch.
- 4) Bereiten Sie eine Präsentation oder Tischvorlage vor. Nehmen Sie nicht nur Inputs mit auf die Folien auf, sondern auch Arbeitsaufträge oder Diskussionsfragen. Gerade im digitalen Raum geben Sie hiermit viel Orientierung, zum Beispiel wenn der Sound bei Teilnehmenden doch mal streikt. Wie bei jeder Präsentation gilt: So viel wie nötig, so wenig wie möglich. Visualisieren Sie auf Folien lieber, anstatt sie mit Text zu überladen.
- 5) Überlegen Sie, welche Inhalte bereits vor der Veranstaltung oder vor dem Meeting vorbereitet werden können. Soll im Meeting eine Entscheidung getroffen werden? Dann lassen Sie mögliche Entscheidungsoptionen oder Szenarien vorher ausarbeiten und bitten Sie die Teilnehmenden, sie vorher durchzulesen. So können Sie die gemeinsame Zeit im Meeting für Diskussionen nutzen. Genauso muss in einem Meeting nicht alles bis ins kleinste Detail fertig formuliert oder entwickelt werden – vieles kann in die Nachbereitung verschoben werden. Das spart Zeit und Nerven im Meeting selbst.

2. Struktur, Struktur, Struktur

- 1) Wenn Sie einen Ablaufplan erstellen, planen Sie die Zeitblöcke sorgfältig. Denken Sie an Pausen. Denken Sie an Zeiten, die Sie für technische Erklärungen brauchen oder um das Medium zu wechseln. Planen Sie Zeit für Fragen ein, vielleicht auch einen Block für „Sonstiges“. Wenn Sie zwischendurch in Kleingruppen gehen, planen Sie einen Zeitslot ein, in dem die Arbeitsergebnisse der Gruppen vorgestellt werden.
- 2) Zu einem guten Ablauf gehören bei jeder Veranstaltung auch ein Check-In und ein Check-Out. So ermöglichen Sie es den Teilnehmenden am Anfang, anzukommen und sich auf das Thema und das Setting einzulassen. Am Ende stoßen Sie eine Reflexionsrunde an. Vor allem im digitalen Raum erleben wir immer wieder, dass Check-In und Check-Out zu kurz kommen. Dabei sind sie so unglaublich wichtig.
- 3) Schaffen Sie Rollenklarheit. Im digitalen Raum ist es sehr viel schwieriger, sich mit Kolleg*innen über Blicke zu verständigen oder sich spontan zum weiteren Vorgehen auszutauschen. Legen Sie deshalb vorher alle Rollen fest: Wer ist wann für die Moderation zuständig, wer dokumentiert

die Ergebnisse, wer kümmert sich um den technischen Support, wer behält den Chat im Auge. Es ist gar nicht so einfach, all das alleine im Blick zu haben. Es hilft, diese Aufgaben auf mehrere Personen aufzuteilen.

- 4) Schaffen Sie durch Ihre Einleitung in die Veranstaltung Klarheit und Struktur. Stellen Sie den Ablauf der Veranstaltung vor und benennen Sie die Ziele. Sagen Sie auch: Wen kann man bei technischen Problemen anschreiben? Wie kann man sich melden – oder kann man einfach sprechen, wann man möchte? Wann ist es gewünscht, dass Kameras und Mikros eingeschaltet sind?
- 5) Denken Sie von Anfang an die Dokumentation mit und geben Sie den Teilnehmenden Sicherheit, durch wen und wie die Ergebnisse gesichert werden. Für Notizen können kollaborative Notizwände oder Whiteboards genutzt werden, aber auch der Chat oder ein Word-Dokument, das mit den anderen über „Bildschirm freigeben“ geteilt wird. Am Ende sollte alles in ein Protokoll einfließen.

3. Bewusst moderieren

Was heißt in diesem Zusammenhang „bewusst“? Wir alle haben von klein auf gelernt, so zu sprechen, dass es bei unseren Zuhörer*innen gut ankommt. Wir haben gelernt, nonverbale Signale zu erkennen und die Atmosphäre in Gruppen wahrzunehmen und zu beeinflussen. Bei der digitalen Moderation müssen wir all das gewissermaßen neu lernen:

- 1) Machen Sie keine langen Sprechpausen. Teilnehmende fragen sich sonst schnell, ob ihr Ton nicht mehr funktioniert oder ob die Verbindung abgebrochen ist. Oder sie sind verunsichert. Wenn Sie zum Beispiel eine Frage stellen, aber niemand antwortet, formulieren Sie Ihre Frage um oder sprechen Sie Teilnehmende direkt an, statt eine lange Pause zuzulassen. Natürlich ist es manchmal gewollt, dass eine Zeitlang nichts gesagt wird. Dann kündigen Sie das am besten an, zum Beispiel sagen Sie: „Ich schalte mich jetzt einmal 2 Minuten stumm, damit Sie Zeit zum Nachdenken haben und sich ein paar Notizen machen können.“
- 2) Spielen Sie anderen Personen „den sprichwörtlichen Ball“ zu und ermutigen Sie Teilnehmende, das genauso zu tun. Wenn Sie eine Veranstaltung zu zweit moderieren, übergeben Sie die Moderation ganz bewusst an die zweite Person. Sagen Sie zum Beispiel: „Susanne, möchtest du von hier übernehmen und uns die nächsten Schritte vorstellen?“ Geben Sie der anderen Person während sie moderieren bewusst Raum, zum Beispiel können Sie sagen: „Susanne, habe ich etwas vergessen? Willst du noch etwas ergänzen?“ Genauso können Sie das Wort auch gezielt an Teilnehmende übergeben.
- 3) Behalten Sie die Kontrolle als Moderator*in. Je nach Größe der Gruppe kann es zum Beispiel sinnvoll sein, dass sich die Teilnehmenden melden und Sie sie drannehmen. Versuchen Sie auch auf ausgeglichene Längen von Wortbeiträgen zu achten. Es ist Ihre Aufgabe als Moderator*in darauf hinzuweisen, wenn die vorgesehene Zeit für eine Diskussion oder für einen Vortrag überschritten

wird.

- 4) Geben Sie klare Anweisungen und Arbeitsaufträge – und zwar vorher! Wenn Sie zum Beispiel unmoderierte Gruppenarbeitsphasen starten, dann sollten Sie sichergehen, dass alle Teilnehmenden Bescheid wissen, was zu tun ist. Nennen Sie unbedingt auch Zeitlimits. Machen Sie deutlich: in welcher Phase der Veranstaltung befinden wir uns gerade – ist es Zeit zum Zuhören? Sollen die Teilnehmenden erste Ideen sammeln? Ist nur Zeit für ein paar kurze Kommentare oder ist Zeit für eine tiefergehende Diskussion?
- 5) Beobachten Sie die Gruppendynamik und die Atmosphäre und scheuen Sie sich nicht, auszusprechen was Sie sehen oder vermuten. Sagen Sie zum Beispiel: „Mir fällt auf, dass sich nur ein Teil der Gruppe beteiligt. Liegt es an technischen Schwierigkeiten? Oder ist es hier in der großen Gruppe schwierig sich zu beteiligen – sollen wir lieber in Kleingruppen gehen?“ Schauen Sie auch in die Kameras der Teilnehmenden – so erkennen Sie, wenn Zeit für eine Pause ist, zum Beispiel, wenn Kameras nach und nach ausgehen.

4. Aufmerksamkeit durch Interaktion

- Halten Sie Ihre Inputs kurz. Nach 10-15 Minuten sollte es eine Interaktionsmöglichkeit geben – zum Beispiel eine Gelegenheit für Nachfragen oder kurze Rückmeldungen im Chat.
- Ermutigen Sie die Teilnehmenden, den Chat auch zwischendurch und untereinander aktiv zu nutzen.
- Lassen Sie nach Möglichkeit alle regelmäßig zu Wort kommen. Ermutigen Sie Teilnehmende zu sprechen.
- Nutzen Sie Umfragen. So kriegen Sie ein schnelles Feedback oder Stimmungsbild.
- Nutzen Sie ein virtuelles Whiteboard oder Notizboard. So können Sie effizient Ideen und Gedanken sammeln. Ein positiver Nebeneffekt ist, dass sich so auch Teilnehmende beteiligen können, die z. B. nicht gerne online vor großen Gruppen reden.
- Nutzen Sie Breakout-Räume, also digitale Kleingruppen, damit die Teilnehmenden tiefergehend ins Diskutieren und Arbeiten kommen.
- Fordern Sie visuelle Signale. Zum Beispiel einen Daumen hoch oder Daumen runter in die Kamera.
- Nutzen Sie auch nicht-digitale Möglichkeiten, einfach, um das Digitale mal zu durchbrechen. Lassen Sie die Teilnehmenden zum Beispiel in einer Phase der Einzelreflexion auf einem Papier vor sich eine Skizze malen oder Ideen notieren.

5. Eine Pause ist eine Pause ist eine Pause

- 1) Planen Sie genügend Pausen ein. Das heißt zum Beispiel: Bei ganztägigen Seminaren wird alle 90 Minuten eine halbe Stunde Pause gemacht. Bei kürzeren Meetings können Sie zum Beispiel nach einer Stunde eine kurze Kaffeepause einplanen.
- 2) Ebenfalls sollten Sie die Teilnehmenden dazu ermutigen, Ihre Pause „gesund“ zu nutzen. Dazu

gehört, dass sie die Pause nicht zum Arbeiten nutzen. Sie sollen keine Mails beantworten, keine Videotelefonate führen. Am besten fordern Sie die Teilnehmenden dazu auf, eine bildschirmfreie Pause zu machen – vielleicht sogar eine bewegte Pause. Bevor Sie die Teilnehmenden in die Pause schicken, können Sie sie kurz im Chat teilen lassen, was sie sich für die Pause vornehmen. Eine Runde um den Block gehen? Ein Sonnengruß aus dem Yoga? Bildschirm und Handy ausschalten?

Check-in und Check-Out – eine Lobeshymne

Wahrscheinlich kennen Sie dieses Gefühl, wenn Sie noch schnell eine Mail zu Ende formulieren und abschicken und dann abrupt in ein digitales Meeting stolpern. Fast so als ob sie vom Sport kommen und sofort in eine Unterhaltung im Esszimmer geschleudert werden. Dieses Verschwimmen von Grenzen unterschiedlicher Aktivitäten kommt beim digitalen Arbeiten noch viel stärker vor als bei der Zusammenarbeit vor Ort. Umso wichtiger ist es, Rituale zu etablieren, um diese Grenzen wieder klarer zu ziehen und uns wirklich auf unsere Meetings und Veranstaltungen einzulassen. Wir werfen einen Blick auf den sogenannten Check-In und den Check-Out. Wir schauen auf Methoden, die es uns erlauben, ein Meeting gut zu starten und gut enden zu lassen und daraus noch ganz viel Nutzen zu ziehen – aber dazu gleich mehr.

Was ist eigentlich ein Check-In und ein Check-Out? Kurz gesagt handelt es sich dabei um Reflexionsmethoden, die wir am Anfang und am Ende einer Veranstaltung nutzen können. Der Check-In am Anfang dient dazu, ganz anzukommen und Gedanken aber auch Erwartungen mit den anderen anwesenden Personen zu teilen. Der Check-Out am Ende einer Veranstaltung dient dazu, die Veranstaltung zu reflektieren und sich nochmal vor Augen zu führen, was wir aus dieser Veranstaltung mitnehmen können.

Kommen wir nun zur Praxis, angefangen beim Check-In. Wie genau kann so ein Check-In eigentlich aussehen? Zuerst: Das hängt natürlich von der Art der Veranstaltung und ihrer Zielsetzung ab. Um zwei Beispiele zu nennen: Kleine, wiederkehrende Teammeetings unterscheiden sich beispielsweise von einem einmaligen Onlineseminar mit größerer Gruppe.

Für das Beispiel des kleinen, vielleicht wöchentlichen, Teammeetings empfehlen wir einen mündlichen Check-In, bei dem alle Personen zu Wort kommen. Besonders geeignet sind Fragen, die auch auf die emotionalen, sozialen Bedürfnisse der Mitarbeitenden eingehen. Zum Beispiel: „Wie komme ich heute hier an?“, „Was beschäftigt mich?“ oder „Was brauche ich heute von der Gruppe?“. Sie ermöglichen den Teilnehmenden ein Ankommen und schaffen Verständnis füreinander. So ein Check-In erhöht das Gefühl der Nähe – was besonders im digitalen Raum nötig ist – und es ermöglicht es Ihnen als Moderator*in, das Meeting an die Bedürfnisse der Teilnehmenden anzupassen.

Handelt es sich hingegen um ein einmaliges Onlineseminar mit hoher Teilnehmendenzahl, ist es sinnvoll, für den Check-In schriftliche oder visuelle Methoden zu nutzen. Das ist zeitsparender und es ist vielleicht gar nicht nötig oder gewünscht, dass die Teilnehmenden zu viel Persönliches über sich erzählen. Für einen Check-In in großer Gruppe könnten Sie beispielsweise im Chat schreiben lassen: „Was sehe ich, wenn ich nach links schaue?“. Das unterstützt die Teilnehmenden dabei anzukommen und auf einfache Weise ein

Gefühl der Verbundenheit, da Gemeinsamkeiten entdeckt werden: „Wir sitzen alle in unseren Homeoffice-Büros, neben Gitarren, Blumen oder Kinderspielzeug.“

Alternativ können Sie auch auf einem Whiteboard eine Landkarte einblenden und die Teilnehmenden bitten, ihren Standort in Deutschland zu markieren. Ein schöner Nebeneffekt: Damit ermöglichen Sie den Teilnehmenden einen spielerischen Einstieg in die etwas fortgeschritteneren Funktionen des Videokonferenzprogramms.

Wenn Sie inhaltlicher einsteigen möchten, bietet sich bei einem Seminar natürlich auch ganz klassisch die Frage an: „Was erwarte ich vom Seminar?“. Dann können Sie später auf die Erwartungen und Themen der Teilnehmenden zurückkommen.

Kommen wir nun zum Check-Out für das Ende der Veranstaltung. Hier empfehlen wir mit Fragen zu arbeiten, die in irgendeiner Form der Nachbereitung dienen. Auch hier unterscheidet sich die konkrete Ausgestaltung. Je nach Art der Veranstaltung. Für das kleine Teammeeting bietet sich eine Prozessreflexion an, bei der erneut alle zu Wort kommen. Die Leitfrage sollte offen formuliert werden. Zum Beispiel: „Wie habe ich das Meeting heute empfunden?“ oder „Was sollten wir im nächsten Meeting anpassen?“. So lernen Sie als Moderator oder Moderatorin, aber auch die Gruppe als Ganzes für die nächsten Meetings dazu. Da Sie sich in den nächsten Wochen noch öfter treffen werden, ist das gut investierte Zeit und trägt dazu bei, die nächsten Treffen noch produktiver oder passender zu gestalten.

Für das Onlineseminar in großer Gruppe bietet es sich wiederum an, mit dem Chat oder einem Whiteboard zu arbeiten. Auch hier können Sie Reflexionsfragen verwenden. Die Frage kann zum Beispiel dem persönlichen Transfer dienen: „Was nehmen Sie heute aus der Veranstaltung mit? Was möchten Sie ausprobieren?“ Sie können den Check-Out aber auch nutzen, um sich ein Feedback von den Teilnehmenden einzuholen. Das bietet sich vor allem dann an, wenn Sie in Zukunft ähnliche Veranstaltungen durchführen. Nutzen Sie zum Beispiel ein Whiteboard mit drei Skalen, auf denen Feedback zu Inhalt, Methodik und Praxisrelevanz eingezeichnet werden kann.

Sie merken also: Check-In und Check-Out sind positiv für die Gruppe und nützlich für Sie als Moderator*in. Die Zeit ist aus meiner Sicht also fast immer sehr gut investiert. Vielleicht fallen Ihnen abseits meiner Beispiele andere Methoden ein. Viel Spaß beim Ausprobieren!

Kontakt

Sie haben Fragen zur Digitalen Moderation oder suchen eine professionelle Moderation für Ihre Veranstaltung?

Ihre Ansprechpartnerin berät Sie gerne.

IMAP GmbH

Gladbacher Str. 6 | 40219 Düsseldorf

Birte Pereira

Organisationsberaterin

+49 211-5136973-11

imap@imap-institut.de

