

Digital Vortragen - genauso, nur anders!

Es ist einfach - die Zukunft!

Führungskräfte, Expertinnen und Experten waren es gewohnt in Meetings, Präsentationen und Vorträgen mit ihrer Sicherheit, Souveränität und Präsenz den Raum zu erfüllen. Mit ihrer natürlichen Leichtigkeit erzeugten sie eine vertrauensvolle Stimmung und Empathie. Sie haben das Charisma, die Persönlichkeit und Autorität, um andere mit ihrer Art, Weise und Botschaft zu begeistern, zu berühren, zu befähigen und zu bewegen!

Dann kam Corona und die Welt drehte sich rasant. Vorträge, Präsentationen, Meetings und sogar ganz Kongresse wurde plötzlich online oder im besten Fall Hybrid durchgeführt. Für die überwiegende Mehrheit war die Euphorie groß und es ging um nicht weniger, als sich in dieser Ausnahmesituation neu zu erfinden. Erfahrungen und Vergleichsmöglichkeiten dazu gab es bislang wenige.

Die Technik allein macht es nicht

Wie sieht es zwei Jahre später aus? Jetzt, wo Mitarbeiter, Kunden und Geschäftspartner gewöhnt sind an digitalen Meetings teilzunehmen und Vorträgen und Präsentationen per Livestream zu folgen? Jetzt, wo es mehr Erfahrungen und Vergleichsmöglichkeiten gibt?

Die Technik, Portale und Tools erfreuen sich weiterhin großer Beliebtheit. Schenkt dieses Format doch eine gewisse Flexibilität, Unabhängigkeit und Freiheit. Diese Vorteile kann man auch dem Kostenfaktor zuordnen, ein gewichtiges Pro-Argument! Es gehört aber auch zur Realität, dass der Umgang damit oft nicht die Erwartungen erfüllt oder Wirkung und Ziele verfehlt werden. Grund genug genauer und ehrlich hinzuschauen.

Angesprochen fühlen ist das eine, gemeint sein, das andere!

Mit den Erfahrungen und Vergleichsmöglichkeiten kommen auch die Bewertungen. Und wenn diese als „langweilig, zäh, wort- und textlastig, langatmig bis überflüssig und steif ausgedrückt“ und eher als „Informations-Flut“ oder einem „Input-Tsunami“ empfunden werden, ist das wenig motivierend.

Nicht wenig überraschend - es wird auch gemenschelt. Da vermisst man die Zughörigkeit in den Meetings, Vorträgen oder Präsentationen! Andere finden sich in der Rolle eines Konsumenten wieder. Bleibt noch das Thema Persönliches. Fast ein Totalausfall und die damit einhergehende Frage „Wie soll das auch online gehen?“ Nicht selten fragen sich deshalb Mitarbeiter, Kunden und Partner: „Ich werde angesprochen, aber bin ich auch gemeint?“ Fakt ist, Menschen wollen gemeint sein und mitgenommen werden!

Was auch immer Mitarbeiter, Kunden und Partner denken oder im besten Fall sogar kundtun - Nein, es sind keine Fehler gemacht worden, darüber sollte noch nicht mal im

Ansatz nachgedacht werden. Es wäre die falsche Richtung! Stattdessen braucht es die richtigen Fragen, denn was Führungskräfte, Expertinnen und Experten in Präsenz konnten ist zum einen ja nicht plötzlich weg und zum anderen lässt es sich auch digital original und authentisch übertragen!

Digital Vortragen - genauso, nur anders!

Was braucht die (hybride) Zukunft

Auch in der Moderne gelten die bewährten Gesetze. Als Aristoteles vor etwa 2.500 Jahren ein Buch über Rhetorik schrieb, hat er sicherlich nicht damit gerechnet, dass seine Inhalte auch heute - 2022 - noch immer Gültigkeit haben. Klingt komisch, ist aber so! Der aristotelische Dreiklang Ethos - Pathos - Logos gehört in Zeiten von Fake News und unkontrollierter Informationsflut höchstwahrscheinlich sogar mehr in die Moderne als je zuvor! Er braucht nur einen zeitgemäßen und neuen Zugang! Genau deshalb lohnt es sich ihn genauer zu betrachten.

Ethos - der Charakter beschreibt in der Rhetorik vor allem die Glaubhaftigkeit und Glaubwürdigkeit. Eine persönliche Charakterfrage kann lauten: Will ich vor der Kamera mit meinem Ego glänzen oder andere erfolgreich machen? Sitzt der Star vor oder hinter der Kamera?

Eine weitere Betrachtung ist die des eigenen Stils. Wenn Sie eine eher unaufgeregte - vielleicht auch introvertierte - Persönlichkeit sind, gibt es eine gute Nachricht. Gerade bei Onlineformaten kommt diese Art besonders gut an, denn die Online-Rhetorik ist in der Tat etwas langsamer - wer hätte das gedacht! Aber das ist auch logisch, denn das Medium fordert beim Zusehen und -hören viel mehr Konzentration und Disziplin. Genau deshalb hat die unaufgeregte Persönlichkeit einen klaren Vorteil. Unaufgeregt - ein schönes einfaches Wort, das Eigenschaften wie Souveränität, Klarheit, Sicherheit und Ruhe gut beschreibt. Sicht- und hörbar wird dies alles durch die 5 Erfolgsfaktoren der Rhetorik: Haltung, Blickkontakt, Mimik, Gestik und Stimme. Da diese digital anders funktionieren als bei einem präsenten Auftritt, lohnt es sich damit ausführlich zu befassen.

Pathos - die Absicht beschreibt das Überzeugungsmittel der Rede. Was ist meine Absicht: Will ich überreden oder überzeugen? Bin ich eher distanziert oder empathisch?

Dass empfinden manche als Nachteil im Online-Format - oder etwas direkter - die Absicht ist hier unmittelbar und schneller erkennbar!

Zu einer der wichtigsten Absichten gehört Struktur haben und Orientierung geben, denn nichts ist anstrengender als ein Vortrag oder Meetings à la „Quo vadis“

Quo vadis bedeutet bildungssprachlich: **„Wohin führt das? Wer weiß, wie das noch werden wird?“** Wer hat sich diese Fragen nicht schon bei so manchen Online-Vorträgen, Meetings oder Präsentationen gestellt - natürlich heimlich! Das lässt sich leicht vermeiden: Wenn das klare Ziel, die konsequente Absicht vorhanden und eine nachvollzieh-, versteh- und umsetzbare Kernbotschaft, Struktur und klarer Appell formuliert sind - dann weiß

jeder, zu jeder Zeit worum es geht und wohin es führt! Wer das gut vermitteln will, kommt um eines nicht herum - Vorbereitung ist Trumpf! Alles in allem, was Vortragende sich wünschen, sollte den Zuhörern auch geschenkt werden, nämlich Sicherheit!

Logos - der Inhalt oder das Beste kommt zum Schluss und ist zugleich ein mächtiges Werkzeug der Rhetorik! In dem Kontext des altgriechischen Logos findet man zuerst Begriffe wie *Sinn, Vernunft, Lehre, Logik* und nicht zuletzt das *Argument*. Doch es geht noch weiter, denn auch *Eloquenz, Narrative Erzählung (Neudeutsch Storytelling)* sowie *Rücksicht, Wertschätzung* gehören dazu, um eine kleine Auswahl zu formulieren.

Dazu lohnt noch mal ein Blick auf das Pathos - die Absicht. Es gibt sehr gute Rede- und Präsentationsstrukturen sowie Stil- und Überzeugungsmittel, die diese vielen Anforderungen in der Gänze einbinden und sehr gut unterstützen.

Lange hielt sich das Gerücht, dass der Inhalt nicht so wichtig sei, wenn die Performance stimmt. Das ist Präsenz schon eine Dummheit und Digital/Online sogar eine große!

Vorbereitung und Prüfung nach der 4-be-Regel©

Ob die Vorbereitung die Glaubhaftigkeit untermauert, die Absicht klar zu erkennen ist und der Inhalt den Zuhörern einen Mehrwert bietet, lässt sich leicht überprüfen. Dabei hilft die 4-be-Regel©:

begeistern: Was an meinem Vortrag ist wirklich besonders? Was ist das Aha-Erlebnis?

berühren: Haben mein Thema, meine Ausführungen und Beispiele auch mit der Lebenswelt meiner Zuhörer zu tun? Fühlen sie sich angesprochen, gemeint und mitgenommen?

befähigen: Ist mein Vortrag mit Stil- und Überzeugungsmitteln ausgestattet, womit Zahlen, Daten und Fakten verständlich, nachvollziehbar und umsetzbar vermittelt werden?

bewegen: Ist meine Absicht in meiner Kernbotschaft und meinem Appell glaubhaft und klar formuliert? Erkennen meine Zuhörer darin einen Mehrwert und Nutzen für sich?

Die Zukunft ist Hybrid und laut ist out!

Wer hätte das gedacht, aber das Onlineformat macht die Persönlichkeit und das Charisma einer oder eines Vortragenden sehr gut sichtbar. Das Medium verlangt nach Orientierung und so werden Persönlichkeiten auch schnell zu Autoritäten, also Menschen, an denen man sich gerne orientiert.

Gleich welche Erwartung ihr Publikum hinsichtlich der Art und Weise, des Inhalts und der Aufbereitung sowie dem Umgang mit dem Thema und dem Medium als solches hat, die unaufgeregte und leise Begeisterung heißt: **Gebe dem Menschen mehr als er erwartet hatte!**

o.g.