



Professionell wirken im Videomeeting

Die **Neun-Punkte Checkliste** ✓ für optimale nonverbale Wirkung

Videomeetings haben seit Beginn der Corona-Situation sehr stark zugenommen. Anbieter von Videomeetinglösungen melden reges Wachstum. Sie werden zum einen intern, also zwischen Mitarbeitern desselben Unternehmens, abgehalten, andererseits aber auch mit externen Teilnehmern, also Kunden, Interessenten und Lieferanten.

Doch welche Regeln gilt es einzuhalten, damit das Videomeeting für Ihre Kunden zum Erlebnis wird?

Es geht immer um das Ergebnis

Generell ist ein Videomeeting nichts anderes als ein persönliches Gespräch, allerdings auf Distanz.

Genau wie bei einem Präsenzmeeting gilt es ein Ergebnis zu erzielen. Dieses Ergebnis hängt, wie bei jeder Kommunikation, zu einem guten Teil von der nonverbalen Wirkung der Teilnehmer ab.

Stellen wir uns vor, ein Verkäufer betritt das Büro eines interessierten Kunden. In den ersten Sekunden steht der erste Eindruck des Kunden von der Person des Verkäufers fest. Im weiteren Verlauf des Gespräches und der Geschäftsbeziehung wird das Vertrauensverhältnis der Personen zueinander weiter entwickelt.

In einem Videomeeting verläuft dieser Prozess genauso. In den ersten Sekunden nach Beginn des Meetings steht auch hier der erste Eindruck von den anderen Teilnehmern fest. Dies ist Grund genug, sich mit der eigenen nonverbalen Wirkung in Videomeetings auseinanderzusetzen.

Nonverbale Unterschiede zwischen Präsenz- und Videomeeting

Bei einem Präsenzmeeting werden Wahrnehmungen wie das Bewegungsmuster, der Augenkontakt, die Pigmentierung von Haut und Haaren sowie die Körperspannung sofort wahrgenommen. Alle diese Wahrnehmungen benutzt unser Unterbewusstsein, um sofort zwei Fragen zu beantworten:

Vertraue ich dieser Person?

Schreibe ich dieser Person Kompetenz zu?

Die gleichen Fragen nach Vertrauen und Kompetenz der anderen Person stellt sich unser Unterbewusstsein natürlich auch, wenn wir einen Menschen in einem Videomeeting zum ersten Mal sehen. Nur entfallen hier leider so wichtige Kriterien wie das Raum-Bewegungsmuster und das Gangbild. Unserem Unterbewusstsein bleibt also nichts Anderes übrig, als die noch verbleibenden nonverbalen Signale zur Beurteilung zu benutzen.

Nonverbale Einflüsse im Videomeeting

Ein im Videomeeting wirksames, nonverbales Signal ist natürlich die deutlich sichtbare **Mimik**. Lächelt die Person, schaut sie freundlich, eher traurig oder vielleicht sogar ärgerlich?

Ein weiteres Signal ist der **Augenkontakt**? 60-80% der Gesprächszeit wären optimal. Schaut der Gesprächspartner in die Kamera oder ist er abgelenkt?

Die **Körperspannung** ist ebenfalls offensichtlich. Sitzt mein Gesprächspartner aufrecht, mit gebeugtem Rücken oder liegt er sogar in Schlafposition im Bürostuhl?

Je nach Positionierung vor der Kamera ist die **Gestik** sichtbar. Setzt mein Gesprächspartner redebegleitende Gesten ein, oder ist er eher zurückhaltend?

Ganz wichtig ist die **Kleidung**. Ist sie passend zur Pigmentierung von Haut und Haaren, unterstreicht die Kleidung die nonverbale Wirkung.

Setzen Sie sich in Szene

Grundsätzlich hat jedes Gespräch ein Ergebnis. In manchen Fällen ist die Tragweite des Ergebnisses nicht so groß, in anderen Fällen kann vom Ausgang eines Videomeetings sehr viel abhängen.

In letzter Zeit bemerke ich beispielsweise eine Zunahme von Videomeetings in der Neukundengewinnung im B2B-Bereich. Nachdem in einem ersten Telefonat das grundsätzliche Interesse eines potenziellen Neukunden festgestellt wurde, wird als Folgeschritt ein Videomeeting geplant, um das eigene Produkt oder die Dienstleistung wie in einem Sales-Pitch vor Ort vorzustellen. Dieses ist in Zeiten von Corona natürlich ein notwendiges Vorgehen. Für die Zeit nach Corona kann ich mir vorstellen, dass der ein oder andere Verkäufer Videomeetings häufiger als zuvor einsetzt, um Reisezeiten zu sparen.

In diesen Fällen kommt es natürlich auf eine professionelle, optimale nonverbale Wirkung an. Um sich optimal in Szene zu setzen, sollten Sie die folgenden technischen und kommunikativen Punkte beachten:

1. Hintergrund ✓

Achten Sie auf einen Hintergrund, bei dem Sie deutlich im Vordergrund stehen. Eine weiße oder einfarbige Wand, ein Vorhang oder eine Leinwand wären von Vorteil. Einige Videomeetingtools stellen Hintergrundbilder zur Verfügung, die Sie elektronisch statt des tatsächlichen Hintergrundes einblenden können.



2. Kamerablick ✓

Schauen Sie, wenn Sie reden, in die Kamera, nicht auf den Bildschirm, auch wenn das zunächst ungewohnt erscheint. Je näher Sie vor der Kamera sitzen, desto wichtiger wird dieser Punkt. Wenn Sie auf den Bildschirm schauen, sieht es für die Teilnehmer so aus, als würden Sie zu Boden schauen!

www.mario-buesdorf.de

Seminare, Webinare und Trainings zum Thema
Körpersprache im Verkauf

3. Beleuchtung ✓

Achten Sie darauf, dass Sie ausreichend ausgeleuchtet sind. Je nach Beleuchtung oder Lichteinfall ist es hilfreich, weitere Lichtquellen einzusetzen. Von der einfachen Schreibtischlampe bis zum Videoscheinwerfer ist alles möglich. Die richtige Beleuchtung sollte Ihr Gesicht in der natürlichen Hautfarbe darstellen. Zu grelles Licht lässt Sie blass wirken.

4. Kamerawinkel ✓

Versuchen Sie, die Kamera auf Augenhöhe oder etwas darunter zu positionieren. Der Blickwinkel zur Kamera herunter sollte nicht mehr als 10-15 Grad betragen. Der Grund hierfür ist einfach. Versetzten sie sich in die Position des anderen Teilnehmers. Benutzt dieser beispielsweise ein Laptop mit eingebauter Kamera für das Meeting, werden Sie je nach Körpergröße entweder ein Doppelkinn oder Nasenhaare überdeutlich wahrnehmen. Beides wird die nonverbale Wirkung des Teilnehmers deutlich schwächen.

Noch etwas zur Kameraposition: Die Kamera sollte nie in das Licht schauen. Ansonsten nimmt Ihr Meetingpartner Sie nur als schwarzen Umriss vor einem hellen Hintergrund wahr.

5. Positionierung ✓

Überlegen Sie vorher, ob Sie Ihre Gesten sichtbar machen wollen oder nicht. Sind Sie so vor der Kamera positioniert, dass Ihr Kopf formatfüllend zu sehen ist, sind Ihre Gesten nicht mehr zu sehen. Möchten Sie Ihre Gesten bewusst in Szene setzen, müssen Sie sich etwas von der Kamera entfernen.



6. Kleidung ✓

Ziehen Sie sich unbedingt dem Anlass angemessen an. Planen Sie das Videomeeting so wie ein Präsenzmeeting. Die Kleidung spielt bei der Wahrnehmung des ersten Eindrucks (Vertrauen und Kompetenz) eine große Rolle. Diese Chance sollten Sie nicht vergeben.

7. Hautbild ✓

Gerade wenn Sie mit Beleuchtung arbeiten, ist es wichtig, auf das Hautbild zu achten. Für jeden Schauspieler oder professionellen Redner ist vor dem Auftritt der Gang in die Maske eine Pflicht. Hier wird unter anderem mit einem matten Puder dafür gesorgt, dass die Haut im Scheinwerferlicht nicht glänzt wie eine Speckschwarte. Das gleich gilt für Videomeetings. Wenn Sie optimal wirken wollen, benutzen Sie ein mattierendes Puder oder eine Creme, um eine glänzende Haut im Meeting zu verhindern.

8. Körperspannung ✓

Sitzen Sie aufrecht vor der Kamera oder benutzen Sie ein Stehpult für das Meeting. Denken Sie kurz an Nachrichtensprecher im Fernsehen. Diese stehen immer. Wer sitzt, läuft Gefahr, mit der Zeit immer tiefer im Stuhl zu versinken.

www.mario-buesdorf.de

Seminare, Webinare und Trainings zum Thema
Körpersprache im Verkauf



9. Lächeln ✓

Lächeln Sie. Lächelnden Menschen vertraut man mehr als nicht lächelnden Menschen. Gerade für den ersten Eindruck ist ein Lächeln ein Eisbrecher und Vertrauensturbo.