

aufmerksam konzentrieren. Weniger Empathie führt darüber hinaus zu weniger Verständnis füreinander und wir tun uns schwerer damit, Entscheidungen zu treffen.

Kontrollverlust

Ein massiver Energieräuber in der digitalen Kommunikation ist der Kontrollverlust. Video heißt: »Ich sehe (dich)!«, Video heißt aber auch: »Ich vergesse nichts!« und »Ich erinnere mich an alles!«. Videokonferenzen können aufgezeichnet werden. Das Resultat: Wir fühlen uns beobachtet – nicht zuletzt von uns selbst – und in gewisser Weise schutzlos. Wenn wir an einer Videokonferenz teilnehmen, wissen wir, dass uns alle ansehen und uns permanent beobachten können, ohne dass wir es direkt merken. Wir stehen quasi auf der Bühne und empfinden automatisch den Druck, einen guten Auftritt hinzulegen.

Das alleine ist schon nervenaufreibend genug und birgt ein großes Stresspotenzial. Unsere ständige Selbstbeobachtung erhöht diesen Druck noch einmal deutlich. Stellen Sie sich vor, Sie würden sich während eines Präsenzmeetings ständig im Spiegel betrachten. Genau: Sie wären permanent abgelenkt und mit den Gedanken ständig bei Ihren scheinbar für alle sichtbaren Problemzonen. (Kein Wunder, dass die Nachfrage nach Schönheitseingriffen in den Lockdown-Phasen erheblich gestiegen ist. Aber das nur nebenbei.)

Ja, es gibt einige intensive Begleiterscheinungen, die der Wechsel zur digitalen Businesskommunikation mit sich gebracht hat. Von der ständigen beruflichen Erreichbarkeit im Homeoffice und dem Verschwinden fester Arbeitszeiten ganz zu schweigen. Das scheinbar bequeme Arbeiten von zu Hause aus entpuppt sich bei näherem Hinsehen schnell als große Stressfalle; vor allem die Besonderheiten virtueller Kommunikation kosten uns jede Menge Energie.

Stellt sich also die Frage, wie wir es schaffen, die Anforderungen der digitalen Arbeitswelt so zu meistern, dass wir nicht auf einen virtuellen Burn-out zusteuern. Die Lösung ist ganz einfach: Übung macht den Meister. Wir sind Gewohnheitstiere, also müssen wir unser Gehirn auf diese neue Kommunikationsform einchwören und konditionieren. Sie werden sehen, dass Sie mit einigen Tipps und Tricks nicht nur das Stresspotenzial virtueller Meetings reduzieren, sondern auch Ihre digitale Wirkung massiv optimieren können. Also: Legen wir los.

1. Vorbereitung ist die halbe Miete – Grundlagen für eine überzeugende virtuelle Präsenz

- »Papa, was machst du hier?«
- »Homeoffice.«
- »Du spielst World of Warcraft!«
- »Führungskräfteseminar!«

Webinar, Videokonferenz & Co. – Unterschiede und Besonderheiten virtueller Formate und Plattformen

Onlinemeeting, Videokonferenz oder Webinar waren bis zum Frühjahr 2020 für die meisten wohl eher exotische Ausnahmen im Joballtag, wenn nicht gar völliges Neuland. Galten bis dahin persönliche Treffen und zwischendurch höchstens einmal eine Telefonkonferenz als Standard, wurden wir plötzlich in eine ganz neue Realität geworfen. Eine Realität, die sich in virtuellen Gefilden namens Zoom, Teams oder Webex abspielt.

Auch wenn so mancher bestimmt schon einmal via Skype mit Familienmitgliedern oder Freunden kommuniziert hatte, die weiter weg wohnen, erlebten die meisten in puncto Videokonferenz & Co. doch ihre absolute Premiere. Kein Wunder also, dass noch immer ein gehöriges Maß an Unklarheit herrscht. Zum einen darüber, welche wohl die optimale Plattform ist – zum anderen darüber, welche Anforderungen und Besonderheiten die verschiedenen virtuellen Formate mit sich bringen. Versuchen wir also, ein wenig Licht ins Dunkel zu bringen.

Onlinemeetings im Stundentakt

Ebenso schnell wie das Format »Videokonferenz« im wahrsten Sinne des Wortes auf der Bildfläche erschien, war es auch schon nicht mehr wegzudenken. Das ist nur allzu verständlich. Sich jederzeit, von jedem Ort aus, auch ganz spontan und mit so vielen Teilnehmern wie gewünscht zu besprechen, lässt die Entscheidung, ob ein Meeting tatsächlich nötig ist, in der Regel in Richtung »Ja« tendieren. Dennoch sollte nicht jede Notwendigkeit, etwas zu besprechen, zu einem Onlinemeeting führen. Manchmal reicht auch eine Telefonkonferenz oder eine Rundmail. Der beliebte Spruch »I survived another meeting, that should have been an email« trifft auf viele Videokonferenzen noch mehr zu, als es vorher bei echten Treffen der Fall war.

Schauen wir uns erst einmal an, welche digitalen Formate sich seit Social Distancing etabliert haben und in welcher kommunikativen Situation sie ihr volles Potenzial entfalten können.

Webinare – Weiterbildung goes digital

So wie die gesamte Veranstaltungsbranche hat auch der Sektor der Fort- und Weiterbildung spürbar unter den Pandemiemaßnahmen gelitten und wird sich vermutlich nachhaltig verändern. Anders als im Fall von Großveranstaltungen stehen hier allerdings durchaus effektive und leicht umsetzbare digitale Möglichkeiten zur Verfügung.

In Webinaren fehlen zwar das direkte Miteinander und das klassische Networking in der Kaffeepause, doch Inhalte lassen sich auf virtueller Ebene ebenso gut, wenn nicht – dank zahlreicher technischer Tools – sogar noch besser transportieren als bei einem Präsenzseminar. Der große Vorteil von Webinaren besteht schließlich in ihren interaktiven Möglichkeiten. Referenten und Teilnehmer können sich in beide Richtungen austauschen, entweder über einen parallelen Chat oder indem Teilnehmer sich direkt mit eigenen kurzen Präsentationen und Wortmeldungen in das Event einbringen. Die Teilnehmerzahl ist dabei unbegrenzt und erlaubt auch Onlineseminare im großen Stil.

Was Inhalte und Auswahl eines Webinars betrifft, läuft es so wie bei analogen Fort- und Weiterbildungen zu ganz bestimmten Themen und Schwerpunkten. Die Teilnehmer registrieren sich aus fachlichem Interesse gezielt für ein Webinar, an dem sie dann direkt teilnehmen oder das sie – falls angeboten – später als aufgezeichnete On-Demand-Version nutzen (dann aber ohne die Möglichkeit der interaktiven Teilhabe).

Webcasts – Vorträge auf Abruf

Im Gegensatz zu einem Webinar läuft ein Webcast nur in eine Richtung. Ein bestimmter Content wird live im Netz übertragen oder ist in aufzeichneter Form dauerhaft als Video abrufbar. Die Inhalte von Webcasts können dabei ganz unterschiedlichen Zwecken dienen – das reicht von der reinen Wissensvermittlung über die Übertragung einer Pressekonferenz bis hin zum Livestream wichtiger Business-events.

Wie bei einem Vortrag im realen Leben sind auch beim Webcast keine oder nur sehr eingeschränkte Möglichkeiten der Interaktion gegeben, beispielsweise durch Kontaktaufnahme nach dem Event.

Virtuelle Konferenzen – Digitales Networking inklusive

Die Königsdisziplin unter den digitalen Formaten ist eine virtuelle Konferenz, bei der mehrere Inhalte/Sessions nacheinander oder parallel auf dem Programm stehen. Daraus ergeben sich einige Besonderheiten und Herausforderungen. Die größere Bandbreite der Formate, Inhalte und Themen spricht automatisch ein größeres Publikum und eine heterogenere Zielgruppe an. Wie bei Livekonferenzen gibt es ein komplexes Programm aus Keynotevorträgen und virtuellen Workshops. Jeder Teilnehmer kann aus dem Gesamtprogramm seine individuelle Agenda zusammenstellen und zusätzlich in sogenannten Breakout-Sessions in kleinen Gruppen spezielle Themen bearbeiten, die anschließend in der Konferenz präsentiert werden. Ergo: Ein vielfältiges Angebot, das nicht nur eine gründliche Vorbereitung und technisch einwandfreie Umsetzung verlangt, sondern auch eine professionelle Moderation, um alle Referenten und Speaker anzukündigen sowie professionelle Übergänge zu gestalten.

Doch was ist mit dem Aspekt des Networkings, der Teilnehmern einer Konferenz in der Regel mindestens ebenso wichtig ist wie vermitteltes Expertenwissen und Impulse? Professionelle digitale Konferenzen bedienen auch diesen entscheidenden Bereich – beispielsweise durch das Angebot eines virtuellen Cafés, in dem Teilnehmer während der Pausen über Videochat miteinander kommunizieren können. Und auch für das offizielle Programm gehören verschiedene Interaktionsmöglichkeiten inzwischen zum Standard guter Onlinekonferenzen – in Form von Votings, Umfragen oder Q&A-Sessions.

Achtung: Ein wichtiger Punkt bei der Planung virtueller Konferenzen ist die Länge der Vorträge, denn die Aufmerksamkeit vor dem Bild-

schirm lässt viel schneller nach als bei einer Livekonferenz. Am besten funktionieren kurze Vorträge und Interviews mit einer Länge von 15 bis 20 Minuten.

Digitale Kommunikationsplattformen – Die Qual der Wahl

So weit zu den gängigsten virtuellen Formaten, von denen jedoch ohne Zweifel die Videokonferenz als digitale Variante der klassischen Besprechung inzwischen am meisten unseren Joballtag bestimmt – und uns vor die Aufgabe stellt, auch via Bildschirm mit unserer Körpersprache zu überzeugen und damit eine optimale Wirkung zu erzielen.

Grundvoraussetzung für eine wirkungsvolle Onlinepräsenz ist der kompetente und sichere Umgang mit den diversen Plattformen, die zur Auswahl stehen und die sich hinsichtlich ihrer Funktionen und Details durchaus unterscheiden.

Hier ein kurzer Überblick über die wichtigsten Collaboration-Tools für Remote Meetings:

Google Meet

Bis zu 100 Personen können bei der Free-Version von Google Meet an Video- und Telefonkonferenzen teilnehmen (das Zeitlimit liegt hier allerdings bei 60 Minuten), in der kostenpflichtigen Pro-Version sind es sogar bis zu 250. Nutzen sowohl Host als auch Teilnehmer den Google-Kalender, ist die Organisation einer Google-Meet-Konferenz denkbar einfach und eingeladene Teilnehmer müssen lediglich einem Link folgen. Über Kamera- und Mikrofonnutzung kann jeder Teilnehmer individuell entscheiden. Zusätzlich steht ein Chat zur Verfügung und der eigene Bildschirm kann mit allen anderen geteilt werden.

Google Meet ist fest integriert in Googles Office-Produkt Workspace und bietet praktische Features wie Untertitel in Echtzeit auf Englisch, ein individuelles Layout sowie die Bildschirmfreigabe und das Aufsetzen von Terminen. Wie die meisten Google-Dienste ist Meet für Google Chrome und andere Browser auf Chromium-Basis konzipiert. Daneben sind mobile Anwendungen für Android und iOS verfügbar. Bei Gmail-Nutzern ist die Meet-Funktion außerdem in ihrem Mailprogramm integriert.