

EMOTIONALE NÄHE IN ONLINE-MEETINGS

Die Lachkonserve des 21. Jahrhunderts



Foto: iStock/zakokor

Smile! Bemühen sich Weiterbildende, auch virtuell emotionale Nähe und Verbundenheit zwischen den Teilnehmenden herzustellen, bereichert das ein Online-Seminar.

Kaum sitzen wir vor einem Bildschirm, entsteht eine emotionale Distanz zu dem, was sich vor uns abspielt. Im Fernsehen der 1950er-Jahre wurde dem mit eingespielten Lachern entgegengewirkt. Was Weiterbildende sich heute von dieser Technik abschauen können, zeigt Online-Trainerin Andrea Heitmann.

Charles Dickens brachte es damals auf den Punkt: „Es gibt nichts auf der Welt, das so unwiderstehlich ansteckend ist wie Lachen und gute Laune.“ Als sich das Fernsehen in den 1950er-Jahren langsam zu einem Massenmedium entwickelte, ging es zunehmend darum, das Publikum an die Programme zu binden. Die große Frage lautete: Wie können wir die allein vor dem Fernseher sitzenden Zuschauenden animieren, dranzubleiben und nicht umzuschalten?

Die brillante Lösung: mithilfe der sogenannten Lachkonserve, also eingespielter Lacher bei Sitcoms und Late-Night-Shows. Durch ein lachendes Publi-

kum im TV, so die Annahme, fühlten sich die Menschen zu Hause vor dem Fernseher als Teil einer Gemeinschaft und würden von den positiven Lauten angesteckt – selbst, wenn die Pointen nicht immer witzig waren. Mittlerweile ist Dickens Behauptung wissenschaftlich nachgewiesen: Lachen ist ansteckend und löst positive Gefühle im Menschen aus.

Zwar wird dafür heute eher ein Live-Publikum als eine Lachkonserve benutzt. Eine Tatsache hat sich aber über die Jahre nicht verändert: Sobald wir vor einem Bildschirm sitzen, entwickeln wir eine emotionale Distanz zu dem, was sich auf der Mattscheibe abspielt – insbesondere, wenn keine anderen Menschen um uns herum sind, deren Emotionen wir direkt spüren können. Dasselbe Phänomen lässt sich in Online-Meetings beobachten. Wie gehen wir also mit dieser Distanz um, wenn wir ein Online-Meeting organisieren, das alle Beteiligten begeistern soll? Wie können wir die „Lachkonserve für positive Online-Calls“ kreieren?

Keine Emotionen, kein Erfolg

Ein Schlüsselement zum Überwinden der Monitorbarriere sind Emotionen. Wenn wir positive Emotionen bei den Gesprächsteilnehmenden auslösen, gewinnen wir sie für das Online-Seminar: Sie werden Spaß bei der Sache haben und sich aktiv beteiligen. Gelingt es uns nicht, die Teilnehmenden emotional abzuholen, fallen sie in eine passive Haltung, aus der sie schwer herauszuholen sind.

Die damit verbundene Verschlossenheit wirkt sich auf die anderen Teilnehmenden aus und macht es den moderierenden Personen unnötig schwer, ihre Inhalte nachhaltig zu vermitteln. Positive Emotionen dagegen erweitern die Beteiligung, wie auch die Kreativität. Und es gibt viele positive Emotionen, die wir

bei anderen auslösen können, darunter: Freude, Vergnügen, Zufriedenheit, Inspiration, Interesse, Dankbarkeit. All diese Emotionen machen uns zugänglicher für andere Personen, offener neuen Themen gegenüber. Sie bilden die Grundlage für ein erfolgreiches Online-Meeting, das einer Präsenzveranstaltung in nichts nachsteht.

Um eine Online-Session zu einem unvergesslichen Erlebnis für alle zu machen, kann man sich folgende drei Fragen vorab stellen:

1. Wie kann ich Lust auf das Thema machen?
 2. Wie kann ich ein Gemeinschaftsgefühl aus der Ferne erzeugen?
 3. Welche positiven Emotionen möchte ich bei den Teilnehmenden auslösen?
- Werfen wir nun also einen Blick auf die „Lachkonserve für gelungene Online-Gespräche“.

Timing: Früh gelacht ist halb gewonnen

Die Lachkonserve aus den 1950er-Jahren war ein physisches Gerät. Der Sound-Ingenieur Charles Douglass verband die Tasten einer Schreibmaschine mit unterschiedlichen Lachgeräuschen: von dem ersten Kichern der Blitzmerker über die hereinbrechende Lachwelle der Masse bis hin zum lauten Lachanfall der Spätzünder hatte Douglass alles im Repertoire. Das Timing der Lacher war damals besonders wichtig, um den Witz oder

Slapstick der Schauspieler zu verstärken.

Timing ist auch für unsere moderne Lachkonserve wichtig: Je früher wir positive Emotionen bei den Teilnehmenden auslösen, desto sicherer ist der Erfolg unseres Online-Seminars oder Online-Calls. Man sollte also versuchen, schon vor dem eigentlichen Termin für positive Emotionen zu sorgen. Wie? Ganz einfach: Indem man eine kreative Termin-einladung verfasst, die Lust auf mehr macht. Dabei ist zu überlegen: Welche wichtigen Informationen kann ich den Interessenten schon vorab zukommen lassen? Welche Geschichte möchte ich dabei erzählen? Und wie kann ich diese schon in der Termineinladung einleiten, um Spannung aufzubauen und Lust zu erzeugen?

Spannung: Kreatives Storytelling weckt positive Emotionen

Das Storytelling beginnt in der Gesprächseinladung, wenn es mit dem Thema des Online-Calls verbunden wird. Schon in der Einladung für

Spannung, Spaß, Inspiration oder gar Irritation zu sorgen, hat den Vorteil, dass die Teilnehmenden mit Aufmerksamkeit, größerem Interesse und positiven Gefühlen in das Gespräch hineingehen. Und es hebt die eigene Veranstaltung deutlich von allen anderen ab, was bedeutet: Sie bleibt im Kopf!

Der Kreativität sind dabei keine Grenzen gesetzt: Das Online-Seminar lässt sich zu einer „Raumfahrt Richtung neues Wissen“, zu einer „Abenteuer-Expedition durch den Weiterbildungsdschungel“ oder zu einer „Bergbesteigung auf die große Bergkette der Fachqualifizierungen“ machen (Bsp. siehe Kasten).

Better together: Die Kraft der Gemeinsamkeiten

Die Termineinladung hat nun schon die Synapsen der Teilnehmenden gekitzelt und Spannung, Spaß, Interesse oder Neugier geweckt. Jetzt geht es in den Call – und an den Beweis, dass mit der Einladung nicht zu viel versprochen wurde. Zu Beginn des Video-Calls geht es darum, das Eis zu brechen und den Teilnehmenden ein Gefühl der Zusammengehörigkeit zu vermitteln. Man sollte also nicht direkt ins Thema einsteigen, sondern mit Übungen beginnen, bei denen jede Person etwas über die anderen

LITERATUR

- » Andrea Heitmann: *Online-Meetings, die begeistern!* Haufe 2021, 29,95 Euro.
- » Andrea Heitmann: *Fesselnd wie Hollywood.* Training aktuell 9/21, www.managerseminare.de/TA0921AR02

Beispiel für eine kreative Einladung

Betreff: Reiseinformation für Ihren Flug „Online-Workshop XY“

Liebe Reisende des Flugs „Online-Workshop XY“, es ist der 20. Oktober 2021, und Ihre Reise findet in x Tagen statt.

Sicherheit steht bei uns an oberster Stelle. Deshalb erhalten Sie mit dieser Mail alle wichtigen Reiseinformationen vorab. Bitte finden Sie sich am Mittwoch, um 10:10 Uhr, im digitalen Terminal 1 ein. Wie Sie dorthin kommen, erfahren Sie im Anhang. An Gepäck benötigen Sie nicht viel: Bringen Sie lediglich eine Portion Mut, Aufgeschlossenheit und Diskussionsfreude mit. Mein Workshop-Flugzeug fliegt nämlich unter aktiver Teilnahme der Passagierinnen und Passagiere besonders gut und sicher.

Um Turbulenzen auszuschließen und Abstürze der Flugsoftware Zoom zu vermeiden, machen Sie sich bitte mit den angehängten Sicherheitsvorkehrungen vertraut. Bei Schwierigkeiten wenden Sie sich umgehend an mich – damit wir pünktlich starten können.

Der Flug dauert ca. 100 Minuten. Für eine um 12 Uhr geplante Mittagspause gibt es Getränke und Speisen an Bord, die Sie sich einfach und bequem aus dem Kühlschrank Ihrer Küche nehmen können.

Alle, die noch einen Anschlussflug in Richtung weitere Meetings haben, bitte ich, genug Pufferzeit einzuplanen, um stressfrei ihr mentales Gepäck beim Umsteigen abholen und sortieren zu können.

Ich wünsche Ihnen im Vorfeld eine gute Anreise und freue mich, Sie bald an Bord begrüßen zu dürfen.

Ihre Kapitänin,
Andrea Heitmann

erfährt und wo sich Gemeinsamkeiten herauskristallisieren. Denn: Gemeinsamkeiten sorgen für Sympathie und für einen positiven ersten Eindruck.

Ein kleiner Exkurs in die Sozialpsychologie

Warum ist das wichtig? Nun, der erste Eindruck entsteht in den ersten 0,3 bis sieben Sekunden eines Aufeinandertreffens, im sogenannten limbischen System unseres Gehirns. Dort sind gewisse Urverhaltensweisen abgespeichert, etwa die Steuerung von Emotionen und die unterbewusste Einschätzung von „Gefahr“ bzw. „keine Gefahr“. Laut der Harvard-Psychologin Amy Cuddy sind unterbewusst nur zwei Fragen für die Einschätzung der uns gegenüberstehenden Menschen von Bedeutung:

1. Können wir der Person vertrauen (Sympathie)?
2. Können wir sie respektieren (Kompetenz)?

Beantworten wir beide Fragen mit „Ja“, stecken wir unsere Gegenüber in die „Freund“-Schublade. Werden sie mit „Nein“ beantwortet, kommen sie in die „Feind“-Schublade.

Zuletzt gibt es noch die Antwort „Egal“: Hier sind die Gegenüber nicht sympathisch, stellen aber auch keine Bedrohung dar. Dieses unterbewusste, archaische Schubladendenken in „Freund“ oder „Feind“ ist auch heute noch in unserem Gehirn verankert.

Da uns in einer digitalen Umgebung die elementaren Bestandteile eines sicheren Gefühls zu den anderen Personen fehlen, sortiert unser Gehirn die Gesprächspartner erst einmal in die „Feind“-Schublade ein. Unterbewusst sind wir skeptisch und verhalten uns zunächst distanziert, selbst dann, wenn wir die Personen kennen. Das „Warmwerden“ und Entdecken von Gemeinsamkeiten hilft, diese unterbewusste Skepsis zu durchbrechen.

Meine Katze, deine Katze

Online gehen wir also meist mit einem Misstrauensvorsprung in das Gespräch hinein. Auch wenn diese Schubladeneinteilung unterbewusst stattfindet – sie kann die Interaktion und den Seminarverlauf negativ beeinflussen. Wer kennt nicht den Spruch: „Der erste Eindruck

zählt.“ Hält man sich an ihn und sorgt schon zu Beginn dafür, dass die ersten Eindrücke unter den Teilnehmenden positiv sind, lässt sich schnell feststellen, dass sie weniger angespannt sind und sich stärker an der Online-Session beteiligen.

Fassen wir noch einmal zusammen: Gemeinsamkeiten erzeugen Sympathie – und Sympathie weckt positive Emotionen. Mag jemand Katzen und die Gesprächspartnerin mag auch Katzen, können beide gar nicht so „verkehrt“ sein. Schließlich haben sie die Vorliebe für dieselbe Sache und vor allem auch ein Thema, über das sie sich intensiver austauschen können. Miau!

Working Out Loud – Drei Fakten über mich

Um diese Gemeinsamkeiten sichtbar zu machen und in die Sympathiekasse einzuzahlen, nutze ich zu Beginn von jedem Online-Gespräch die Methode „Drei Fakten über mich“. Das ist eine gekürzte Form der Übung „10 Fakten über mich“ aus dem Konzept Working Out Loud (WOL). WOL ist ein innovatives Lernformat, in dem es darum geht, mit selbstständig gewählten Themen das Netzwerk zu vergrößern, Wissen zu teilen sowie von- und miteinander zu lernen. Erster WOL-Anwender in Deutschland war die Robert Bosch GmbH, und inzwischen sind viele große Unternehmen gefolgt.

Bei „Drei Fakten über mich“ sollen alle Teilnehmenden drei persönliche

Fakten über sich nennen. Die anderen Anwesenden können direkt in den Chat schreiben, bei welchen dieser Fakten sie eine Verbindung sehen. Damit das Format und der Umfang der Ausführungen klar sind, sollte die moderierende Person vorlegen (am besten mit einem vorbereiteten Slide) und selbst kurz und effektiv die eigenen Fakten aufzeigen. Dann verstehen die anderen, wie die Übung gemeint ist und ziehen nach. Für wiederkehrende Online-Calls lässt sich jedes Mal eine andere Ausrichtung vorgeben z.B.:

- ▶ drei Aus-/Weiterbildungen, die besucht wurden,
- ▶ drei Lieblingsorte,
- ▶ drei Fun Facts und
- ▶ drei Lieblingsbeschäftigungen.

So lernen sich alle Stück für Stück besser kennen. Damit holt man sich den Kaffeeküchenaustausch direkt in das Online-Seminar hinein und

überbrückt die emotionale Distanz. In der Regel findet sich nämlich immer an einer Stelle eine Gemeinsamkeit. Dadurch entsteht eine positive Atmosphäre, ein digitaler „Safe Space“ voller Vertrauen, Respekt und Sympathie füreinander. Was nicht bedeutet, dass keine Diskussionen und Meinungsverschiedenheiten auftreten dürfen. Im Gegenteil: Aufgrund der geschaffenen positiven Atmosphäre trauen sich die Teilnehmenden viel eher, in die Diskussion zu treten – und somit das Meeting mit Leben zu füllen.

Zusammenhalt aus der Distanz

Für die allein vor dem Fernseher sitzenden Zuschauenden hatten die perfekt getimten Lacher aus Douglass' Lachkonserve die erhoffte Wirkung: Sie blieben beim Programm hängen, waren plötzlich Teil einer Gruppe und lachten mit. Die moderne Lachkonserve für gelungene Online-Meetings ist etwas komplexer. Wer aber versteht, wie sich die größere emotionale Distanz in digitalen Gesprächen überbrücken lässt, wird das eigene Thema lebhaft bis in das Homeoffice der Teilnehmenden hineinragen können.

Seien Sie spielerisch bei der Termineinladung. Eignen Sie sich ein Repertoire an Methoden wie „Drei Fakten über mich“ an, und wecken Sie positive Emotionen im Online-Call. So verstärken Sie das Gefühl der Teilnehmenden, nicht allein vor dem Bildschirm zu sitzen.

Andrea Heitmann ■



Die Autorin: Andrea Heitmann ist Trainerin und Coach für Kommunikation und (digitale) Rhetorik. Sie unterstützt dabei, in Online-Meetings und -Workshops souveräner aufzutreten und mit Inhalten zu überzeugen. Seit August 2020 bietet sie Online-Kurse für digitale Rhetorik an. 2021 erschien ihr Buch „Online-Meetings, die begeistern!“ im Haufe Verlag. Kontakt: digitale-rhetorik.com