



Barbara Liebermeister leitet das Institut für Führungskultur im digitalen Zeitalter (IFIDZ), Frankfurt am Main.

FOTO: IFIDZ

# Zukunft für Online-Speaker?

Lukas Leist im interview mit Vortragsrednerin Barbara Liebermeister, über das Konzipieren und Präsentieren von Online-Vorträgen

Lukas Leist: Frau Liebermeister, wie läuft zurzeit ihr Speaker-Business?

**Liebermeister:** Sehr gut!

Lukas Leist: Das überrascht mich, denn hört man aktuell vielerorts die Klage, das Speaker-Geschäft läge am Boden.

**Liebermeister:** Bei uns, also dem IFIDZ und mir, nicht. Nach einer kurzzeitigen Delle nach dem ersten Lockdown stieg bei uns die Nachfrage spätestens ab dem Herbst 2020 kontinuierlich verglichen mit dem Vorjahr, also der Vor-Corona-Zeit. Und die ersten drei Monate in diesem Jahr sind die besten in unserer Firmengeschichte.

Lukas Leist: Worin ist das begründet, schließlich finden seit Monaten kaum noch Präsenz-Veranstaltungen statt?

**Liebermeister:** Stimmt, umso stärker werden aber Online-Veranstaltungsformate nachgefragt.

Lukas Leist: Diese haben doch auch andere Vortragsredner im Programm - und trotzdem klagen viele?

**Liebermeister:** Ich vermute, ein Plus von mir ist: Mein Institut für Führung im digitalen Zeitalter, kurz IFIDZ, ist seit Jahren in der digitalen Welt zu Hause. Zudem schreiben mir meine Kunden aufgrund meiner Bücher wie „Digital ist egal: Mensch bleibt Mensch - Führung entscheidet“, unserer Studien und Online-Aktivitäten eine gewisse digitale Kompetenz zu.

Lukas Leist: Sie platzierten nicht, wie mancher Vortragsredner, der zuvor nur Präsenz-Vorträge hielt, als dieser Markt im Frühjahr 2020 einbrach, in einer Nacht- und Nebel-Aktion auf der Webseite den Hinweis „Nun auch online“?

**Liebermeister:** Dies war nicht nötig, weil meine Kunden wussten, das Thema „Führen und Kommunizieren in digitalen Zeitalter“ und somit auch virtuell

ist mein Kernthema und das Präsentieren von Online-Vorträgen für mich „business as usual“ bzw. geübte Praxis. Eine gewisse Unsicherheit verspürte ich nur bei neuen Kunden, die noch keine Erfahrung mit dem Durchführen von Online-Veranstaltungen sowie dem Engagieren von Online-Rednern hatten.

„Setting ist gänzlich anders als bei Präsenz-Events“

Lukas Leist: Braucht man wirklich so viel Erfahrung für das Präsentieren professioneller Online-Vorträge?

**Liebermeister:** Aus meiner Warte ja, weil das Setting ein ganz anderes als bei Präsenz-Veranstaltungen ist.

Lukas Leist: Was ist für Sie ein absolutes „No-go“ bei

Online-Vorträgen?

**Liebermeister:** Zum Beispiel, dass der Redner bei einem Online-Vortrag die ganze Zeit wie festgenagelt vor dem Monitor sitzt und referiert - faktisch wie ein Trainer, der einen fachlichen Input gibt.

Lukas Leist: Was ist denn die Alternative dazu?

**Liebermeister:** Die Kamera so zu platzieren, dass der Vortragende auch stehen kann, denn wenn der Redner sitzt, reduziert sich automatisch seine Mimik und Gestik. Auch seine Stimme verändert sich. Außerdem empfehle ich unseren Kunden bei Vorträgen für ein größeres Publikum, die zudem einen stark motivierenden Charakter haben sollen, oft: Lasst den Vortrag in einem professionellen Studio mit mehreren Kameras aufzeichnen.

Lukas Leist: Warum?

**Liebermeister:** In einem Studio kann der Redner stehen und sich frei bewegen. Zudem können ihn die Kameras aus mehreren Perspektiven einfangen. Dann hat der Vortrag einen ganz anderen „Drive“. Außerdem kann der Mitschnitt, wenn der Vortrag in einem Studio aufgezeichnet wurde, bei Bedarf nachbearbeitet werden.

Lukas Leist: Um Versprecher und „Äh's" zu entfernen?

**Liebermeister:** Das ist bei professionellen Sprechern selten nötig. Es geht eher darum, dass bei Online-Vorträgen die Aufmerksamkeitsspanne der Zuhörer geringer als bei Präsenz-Vorträgen ist.

Lukas Leist: Die Vorträge sollten demnach kurzer sein?

**Liebermeister:** Ja, darum muss der Vortragende sich noch stärker auf die Kernbotschaften fokussieren und auf den Punkt kommen. Deshalb empfiehlt es sich zuweilen, den Vortrag nach seiner Aufzeichnung nochmals zu schneiden - ähnlich wie einen Rundfunk- oder Fernseh-Beitrag.

Lukas Leist: Heißt das, bei den Vorträgen, die die Mitarbeiter Ihrer Kunden von Ihnen hören, handelt es sich zuweilen um eine Konserve?

**Liebermeister:** Ich würde eher sagen, um eine im Vorfeld aufgenommene professionelle Rede, an die sich dann eine Live-Frage-Antwort-Runde anschließt.

„Vorträge müssen Zuhörer auch emotional erreichen“

Lukas Leist: Dann haben Sie jetzt ja ein einfaches und bequemes Leben.

**Liebermeister:** Wieso?

Lukas Leist: Weil Sie den Unternehmen, die Sie für einen Online-Vortrag buchen, zuweilen nur die Aufnahme des Vortrags mailen müssen, und schon ist Ihr Job erledigt - sieht man von der Frage-Antwort-Runde ab.

**Liebermeister:** Das geht nicht. Der Vortrag muss die Mitarbeiter persönlich ansprechen. Das setzt voraus, dass darin die Zuhörer oder einzelne Bereiche des Unternehmens auch immer wieder direkt angesprochen werden, dass darin auch den Zuhörern bekannte Beispiele aus ihrem Lebens- oder Arbeitsalltag einfließen. Das ist bei Online-Vorträgen, wenn die Zuhörer zum Beispiel zuhause im Home Office sitzen, noch wichtiger als bei Präsenz-Vorträgen. Sonst geht von ihnen nicht die gewünschte Wirkung aus. Deshalb müssen die Vorträge stets neu aufgezeichnet werden. Das erfordert meist mehr Zeit als das Präsentieren eines Präsenz-Vortrags, in dem man sozusagen situativ das Gesagte an den jeweiligen Bedarf anpassen kann.

Lukas Leist: Also müssen die Vorträge stets „maßgeschneidert" sein?

**Liebermeister:** Ja, auch weil meine Vorträge immer häufiger in komplexe digitale oder hybride Veranstaltungsformate eingebunden sind, die eine spezielle Schwerpunktsetzung und Bearbeitung erfordern.

Lukas Leist: Inwiefern?

**Liebermeister:** Vor einiger Zeit führte zum Beispiel ein Kunde eine eintägige, von mir mitkonzipierte Weiterbildung zum Thema „Die Führungskraft als Influencer" durch. Im Verlauf des Tages wurden den Teilnehmern insgesamt drei 15-minütige Vorträge von mir zu einem Aspekt dieses Themas vorgespielt. Danach folgte stets „live" eine Frage-Antwort-Runde mit mir, bevor die Teilnehmer in digitalen „Breakout Rooms" eine ihnen gestellte Aufgabe bearbeiteten. Die Ergebnisse ihrer Einzel- oder Gruppenarbeit besprachen die Teilnehmer anschließend online mit ihrem unmittelbaren Vorgesetzten, bevor der nächste Online-Vortrag folgte. Und den Tagesabschluss bildete eine vom CEO des Unternehmens moderierte digitale Plenums-Veranstaltung, in der auch meine Meinung gefragt war.

Lukas Leist: Können Sie ein weiteres Beispiel dazu nennen?

**Liebermeister:** Ja, ein Dienstleister einem bundesweiten Filialnetz führte im

Januar 2021 eine vierwöchige Weiterbildung „Die fünf größten Herausforderungen beim virtuellen Führen" mit mir durch. Jede Woche am Freitagnachmittag trafen sich die Teilnehmer, die aktuell weitgehend im Home Office arbeiten, zunächst virtuell, um einem 15-minütigen Vortrag von mir zu lauschen. Danach bearbeiteten die Mitarbeiter jeder Filiale eine Aufgabe und diskutierten die Ergebnisse anschließend im Team. Danach fand online eine von mir moderierte Plenums-Veranstaltung statt, in der die Arbeitsergebnisse zusammengetragen und Lernziele für die kommende Woche vereinbart wurden. Und unter der Woche erhielten die Mitarbeiter bzw. Teams dann stets vertiefende und motivierende Learning-Nuggets zum Bearbeiten von mir. Solchen Online-Veranstaltungsformaten bzw., wenn das Impfen der Bevölkerung weiter fortgeschritten ist, „Blended Learning"-Veranstaltungsformaten gehört meines Erachtens die Zukunft.

Lukas Leist: Warum?

**Liebermeister:** Weil sie sich oft leichter in den Arbeitsalltag der Unternehmen integrieren lassen, als wenn die Mitarbeiter für eine Weiterbildung zunächst in ein mehr oder weniger weit entferntes Tagungshotel fahren und dort eventuell übernachten müssen.

„Künftig bleiben auch persönliche Begegnungen wichtig“

Lukas Leist: Halten Sie etwa Präsenz-Veranstaltungen zu Zwecken der Weiterbildung oder Kundenbindung für ein Auslaufmodell?

**Liebermeister:** Das ist keinesfalls so, aber die Unternehmen werden sporadischer, das heißt anlassbezogener durchführen. Insbesondere, wenn es um den Beziehungsaufbau in einem Team oder zu Kunden, um das Verändern persönlicher Denk- und Verhaltensmuster geht, ist und bleibt die Begegnung von Mensch zu Mensch sehr wichtig. Auch ich als Rednerin, die gerne auf der Bühne steht, freue mich auf jede Präsenz-Veranstaltung, weil dort eine viel intimere Interaktion mit den Zuhörern bzw. Teilnehmern stattfindet. Diese persönliche Kommunikation habe ich gerade in den letzten Monaten sehr zu schätzen gelernt bei allen Vorzügen, die auch die Online-Kommunikation und Online-Interaktion hat.

Informationen: [www.ifidz.de](http://www.ifidz.de)