



Deutschland
EUR 6,00

NR. 7 · JULI 2021
39. JAHRGANG
ÖSTERREICH EUR 6,70

www.cash-online.de

Cash.

VERSICHERUNGEN, FONDS, SACHWERTE

Der BauFi24-Vorstand (von links): Michael Lorenz, Gernot Schusser, Tomas Peeters (Vorsitzender), Stephan Scharfenorth, Başar Caniperk



IMMOBILIENFINANZIERUNG

CHANCEN FÜR EINEN BERUFlichen NEUSTART

Die BauFi24-Gruppe bietet Finanzprofis neue Karrieren als Unternehmer

Ab Seite 68

ALTERSVORSORGE Startet die neue Betriebsrente jetzt durch? · **DIVIDENDEN-HYPE** So profitieren Sie von Milliarden-Gewinnen · **RIESTER-RENTE** Ist das Vorsorge-Instrument noch zu retten? · **CROWDINVESTING** Warum neue staatliche Regeln den Markt ausbremsen · **WOHNIMMOBILIEN** Jetzt rückt die Preisblase doch näher · **INTERVIEW INSURFOX** Neuer Digital-Versicherer geht an den Start

KOMMUNIKATION 4.0

Der Begriff Industrie 4.0 wurde bereits vor zehn Jahren geprägt. Doch erst aufgrund der Pandemie hat die digitale Kommunikation ihren aktuellen Stellenwert erhalten. Mittlerweile hat jeder Vierte täglich mehr als zehn dienstliche Video-Calls. Wie Sie Ihr Gegenüber trotz digitaler Übertragung authentisch und persönlich erreichen.





Autor Michael Kienzle gründete sein Unternehmen Kienzle Success Cooperation im Jahr 2000. Als Techniker & Betriebswirt hat er sich auf die überzeugende Expertenrhetorik spezialisiert. Sein Motto: Ich mache Experten zu Überzeugern. Vom Handwerksbetrieb bis zum DAX-Konzern vertrauen Unternehmen auf seine Kompetenz, um Ihre Botschaften überzeugender zu transportieren. Durch die Pandemie ist die professionelle digitale Kommunikation zu einem Schwerpunktthema geworden. In seinen (Online-)Seminaren, Vorträgen und Videokurs zeigt er Wege auf, wie man auch digital Menschen für sich gewinnen und begeistern kann. Ausführlichere Informationen und das kostenfreie Whitepaper zum Thema gibt es auf der Webseite www.Kienzle.eu

FOTOS: SHUTTERSTOCK.COM, KIENZLE

Ist Ihnen auch schon aufgefallen, dass Sie nach digitalen Meetings regelrecht erschöpft sind? Der Hintergrund ist ganz einfach. Für Ihr Unterbewusstsein ist ein digitales Meeting Dauerstress. Eine aktuelle Studie der Stanford University identifizierte vier Stressfaktoren digitaler Meetings:

- Ständiger intensiver Augenkontakt
- Der eigene Anblick
- Bewegungsmangel
- Fehlende Interpretationsmöglichkeit der Körpersprache

Vielleicht waren diese Stressfaktoren Grund dafür, dass „digitale Treffen“ in der Vergangenheit nur für unverbindliche informative Termine oder kurze Gespräche von Personen, die hunderte Kilometer voneinander getrennt waren, genutzt wurden. Im Gegensatz dazu, flogen hochdotierte Entwicklungsleiter beispielsweise von Deutschland nach Amerika. Wofür? Für eine 20-minütige Präsentation. Es musste einfach „persönlich“ sein – egal wie teuer.

Professionell trotz Technik

Begründet wurde dieser teilweise enorme Aufwand mit der Wirksamkeit des persönlichen Auftritts. Doch mittlerweile ist vielen Unternehmen klar geworden: Es geht auch digital, persönlich und wirksam.

Allerdings muss man leider sagen, dass digitale Gespräche oft nur technisch professionell vorbereitet sind. Zu Beginn der Pandemie wurden Webcams, Mikrofone und Kameras aller Preisklassen mit Gold aufgewogen und an jeder Ecke gab es Ratgeber zu Technik, Ton, Licht sowie Tipps, wie z.B. „Räumen Sie den Hintergrund auf“. Deshalb an dieser Stelle nur die wichtigsten Basics:

- Ruhige Hintergründe halten die Aufmerksamkeit
- Richtiges Licht macht Ihre Mimik sichtbar
- Ihre Kleidung beeinflusst die Wirkung
- Aufräumen? Basis, aber nicht die Kür

Beantworten Sie folgende Frage im Stillen für sich: Wie verliefen vor der Pandemie besonders erfolgreiche Gespräche oder Gespräche, an die Sie sich gerne zurückerinnern?

Wahrscheinlich haben Sie nun Events mit sympathischen Menschen im Sinn. Es spielt keine Rolle, ob es sich dabei um Verkaufsgespräche, Unterhaltungen auf einer Messe oder bestimmte Seminare mit großartigen Teilnehmern handelte. Sie alle verbindet eines: Die Chemie und das Drumherum stimmten einfach.

Sie haben den ersten Smalltalk über das Wetter oder die Anfahrt geführt und währenddessen zusammen einen Kaffee getrunken. Sie haben die Stimmung aufgewärmt und – bewusst oder unbewusst – aktiven Beziehungsaufbau betrieben. Bleiben Sie in der digitalen Kommunikation so nah der Realität wie möglich, da unser Unterbewusstsein nie gelernt hat, digital zu kommunizieren.

Hallo, können Sie mich hören?!

Stellen Sie sich nun einmal vor, Sie nehmen den Telefonhörer ab und Sie hören Ihren Gesprächspartner sehr laut sagen: „Hallo? Hallo, können Sie mich hören? Hallo?“ und anschließend ein 2- oder 3-maliges lautes Klopfen, weil jemand auf den Hörer trommelt. Ich denke, es ist leicht nachvollziehbar, dass Sie jetzt schon dazu neigen, die Kompetenz Ihres Gesprächspartners anzuzweifeln. Machen Sie stattdessen eine Generalprobe, um vom ersten Moment an souverän und kom-

petent zu wirken. Denn auch digital gilt: Sie haben nur eine Chance für einen guten ersten Eindruck. „Hallo, können Sie mich hören? Ja? Dann können wir gleich einsteigen!“ ist dabei kein professioneller und persönlicher Gesprächseinstieg.

Wie war die Anfahrt?

In digital übertragenen Gesprächen gelten die gleichen Regeln wie im direkten Kontakt. Begrüßen Sie sich. Trinken Sie demonstrativ einen Schluck Kaffee. Halten Sie sich an die gleichen Grundregeln, wie zum Beispiel, nicht gehetzt zum Gespräch zu erscheinen. Seien Sie früher bereit und vor allem vorbereitet. Ihre Gesprächspartner merken, wenn Sie abgelenkt sind und ständig auf Unterlagen schielen. Im Analogem würden Sie das doch auch nicht tun, oder?

Und am wichtigsten: Seien Sie so locker und persönlich, als wären Sie persönlich vor Ort. Warum beginnen Sie das Gespräch nicht beispielsweise mit einem „Hallo Frau Müller, hallo Herr Becker, ich hoffe, Ihre Anfahrt war ebenso schön wie meine.“ Sie werden sehen, so gewinnen Sie ihr erstes Lächeln des Gesprächs.

Sie sind mehr als nur ein Kopf

Neben dem „Lächeln“ als Sympathiefaktor haben wir alle gelernt, in Gesprächen auf unsere Körpersprache zu achten. In der Videokommunikation wird dieser Faktor stark unterschätzt und dabei gilt es hier noch viel stärker auf eine grundlegende Körpersprache zu achten. Benutzen Sie die Hände? Dann achten Sie darauf, dass diese auch im Bildausschnitt zu sehen sind.

Im Kameraausschnitt sollte dafür mehr als nur Ihr Kopf zu sehen sein. Zeigen Sie etwas Oberkörper, damit Ihre Gesprächspartner wichtige Hand- und Armbewegungen wahrnehmen können. Somit können Ihre Gesprächspartner das Gesagte und Ihre Mimik richtig einordnen.

Tschuldigung, wen meinen Sie?

Um das Gesagte besser einordnen zu können, ist noch etwas wichtig. Haben Sie mehr als einen Gesprächspartner? Dann kombinieren Sie jede an eine Person gerichtete Aussage mit deren Namen. Viele Menschen vertrauen unterbewusst darauf, dass der richtige Gesprächspartner sich angesprochen fühlt, nur weil sie diesen anschauen. Doch denken Sie daran: Sie schauen auf einen Monitor. Ihre Gesprächspartner wissen wahrscheinlich nicht, wen Sie ansehen.

Vielleicht blicken Sie während des Gesprächs sogar keiner Person in das Gesicht, zumindest aus deren Perspektive. Denn Sie schauen nur auf einen Punkt auf dem Monitor, der etwas von der Kamera entfernt ist. Für Teilnehmer sieht es also so aus, als würden Sie immer woanders hinsehen.

Und seien Sie ehrlich: Wie fühlen Sie sich, wenn ein Gesprächspartner ständig an Ihnen vorbeischaute? Sie stufen das unterbewusst als unhöflich ein. Rücken Sie deshalb das entsprechende Fenster möglichst nah an den Bildschirmrand bzw. an die Kamera ran. So erwecken Sie den Eindruck, als würden Sie den Menschen wirklich ins Gesicht schauen. Kontrollieren Sie Ihre Blickrichtung. Können Sie sich selbst in die Augen schauen?

Was tut die oder der da?

All diese Maßnahmen sollen Ihren Gesprächspartnern das Gefühl geben, als seien Sie persönlich anwesend. Dazu gehört auch, dass Sie im Raum um Sie herum bestimmte Dinge tun. In Meetings, Workshops oder Verkaufsgesprächen tun Sie im-

mer etwas. Entweder schauen Sie in Unterlagen, machen sich Notizen oder holen sich einen Kaffee. Dagegen gibt es auch im digitalen Zusammentreffen nichts einzuwenden, doch denken Sie daran: Die anderen sehen nicht, was Sie tun. Ihren Teilnehmern fällt nur auf, wie Sie zum Beispiel woanders hinschauen, etwas außerhalb des Sichtbereichs tun oder sogar plötzlich ganz vom Bildschirm verschwinden. In Gesprächen vor Ort schauen Sie zum Beispiel auch nicht einfach aus dem Fenster oder checken ihre E-Mails auf dem Handy, denn das würden die anderen Personen als höchst unhöflich empfinden.

Allerdings glauben genau das Ihre digitalen Gäste, wenn Sie diese nicht aufklären. Moderieren Sie, was Sie tun. Sagen Sie zum Beispiel zu Beginn des Meetings, dass Sie ab und zu auf Ihre Notizen schauen oder neue anfertigen. Je nach Rahmen und Dauer können Sie auch mal eine Kaffeepause anregen oder zumindest signalisieren, dass Sie kurz eine neue Tasse holen – alles so, als wären Sie tatsächlich vor Ort.

Geheimtipp: Beides können Sie übrigens auch sagen oder bedeuten, wenn Sie statt einem Kaffee eigentlich die Toilette aufsuchen möchten.

Reichen Sie mir mal bitte die Post-its

Um eine maximale Wirkung in der digitalen Runde zu entfalten und die Teilnehmer vergessen zu lassen, dass alles online stattfindet, binden Sie Ihre Gesprächspartner aktiv ein. Dies hält nicht nur alle wach, es verbessert auch das kooperative Ergebnis enorm. Ganz klassisch tun Sie das sogar in Vorträgen, indem Sie Fragen stellen.

Allerdings bietet auch der digitale Rahmen mehr aktive Mitarbeit. Eine Frage ist nicht Ihr einziges Mittel, um Ihre Gäste besser zu integrieren. Es gibt dafür konkrete Werkzeuge, wie zum Beispiel digitale Whiteboards, an denen jeder mitarbeiten kann. Jeder kann ein digitales Post-it anheften, ein Punkt in einer Liste ergänzen oder etwas von A nach B schieben. Auf diesem Weg gestalten Sie lebhaftere digitale Treffen mit großartigen Ergebnissen – so als säßen sie in geselliger Runde zusammen.

Bei mir ist alles googlesicher!

Egal ob Sie interne Meetings, digitale Messepräsentationen oder Verkaufsgespräche durchführen, Sie sollten sich bewusst sein: Sie alle sitzen zusammen am Computer. In einem analogen Vortrag nehmen Teilnehmer Ihre genannten Fakten hin. In der digitalen Umgebung bemühen Teilnehmer gerne das Gerät, vor dem sie sitzen, um konkrete Fakten, wie zum Beispiel Produktinfos oder von Ihnen genannte Zahlen zu Studien, live zu überprüfen. Finden sie Widersprüche, werfen sie diese eventuell sogar für alle hörbar in den Raum.

Sorgen Sie also dafür, dass Sie vorher alles richtig recherchiert haben oder Widersprüche begründen können. Alles, was Sie digital vermitteln, sollte also „googlesicher“ sein.

Digital ist real

Als Fazit lege ich Ihnen noch ganz persönlich, über diese Zeilen hier, folgenden Glaubenssatz nahe – mit einer Tasse Kaffee in der Hand und einem Augenzwinkern: Digital ist tatsächlich real. Für manch Nicht-Mitglied im Club Generation Y oder Z ist „online“ das Gegenstück zu „IRL“ (in real life). Doch vertrauen Sie mir, das Netz gehört spätestens jetzt zu unser aller realem Leben. Lassen Sie das zu und man wird es Ihnen im nächsten Video anmerken.