

Persönlichkeiten im Online-Meeting

In einem Online-Meeting ist es wichtig, sich auf das Gegenüber einzustellen. Doch woher wissen wir, wie das Gegenüber tickt?

Wie wichtig ist das Wissen über mein Gegenüber bei Online-Meetings?

Ein Meeting gelingt dann, wenn man sich gut auf sein Gegenüber einstellt. Das gilt für Meetings in Präsenz genauso, wie für Online-Meetings. Umso mehr Informationen ich über meine Gesprächspartner habe, umso besser.

Woran kann ich erkennen, wie mein Gegenüber »tickt«?

In der Kommunikation mit anderen Menschen nützen wir Worte, aber auch nonverbale Signale. Und diese Signale korrespondieren sehr mit unserer persönlichen Biostruktur (Structogram). So ist es für Personen mit Grün-Dominanz sehr wichtig, auch persönlich in Kontakt zu kommen und »Privates« zu teilen. Wir erfahren Details zu Familie, Urlaub, Wochenend-Erlebnissen, und sie freuen sich, wenn sie davon erzählen können und wir zuhören. Achtung: Außerdem sind sie sehr redefreudig und kaum zu stoppen. Personen mit Rot-Dominanz kommunizieren vorwiegend kurz und knapp, lange Erklärungen sind nicht ihre Sache. Sie formulieren sehr aktionsorientiert und versuchen Gesprächspartner »ein wenig« zu dominieren. Achtung: Oft ist auch ihre Ungeduld spürbar und sie lieben den Wettbewerb. Blau-dominante Personen reden eher wenig, sprechen monoton und eher leise, oft ist es sehr anstrengend für Gesprächspartner, ihnen zuzuhören. Sie verwenden hauptsächlich logische Erklärungen, Analysen und verweisen auf Zahlen, Daten und Fakten. Achtung: Jeglichen Druck lehnen sie ab und »schalten ab«, man kommt nicht mehr zu ihnen durch.

Wie kann ich auf diese verschiedenen Persönlichkeitstypen bei einem Online-Meeting eingehen?

Wenn man auf diese Signale achtet, bekommt man schnell einen Eindruck vom »Gegenüber« und kann das Gespräch entsprechend gut und spannungsfrei gestalten. Menschen mit Grün-Dominanz hören gerne Erfolgsgeschichten, also Beispiele aus der Praxis, die sich bewährt haben. Sie orientieren sich an »Role-Models«

und wenn diese gute Erfahrungen haben, dann »kaufen sie auch«. Außerdem vertrauen sie ihren Beratern, d.h. wenn diese ihnen versichern können, dass sie mit ihrer Entscheidung gut liegen, werden sie gestärkt. Menschen mit Rot-Dominanz brauchen oft einen persönlichen Vorteil. Wenn Berater ihnen den Nutzen gut präsentieren und diesen Vorteil herausstreichen, sind sie sofort dabei. Auch wenn ich ihnen etwas zum Ausprobieren anbieten kann – auch das geht oft in einem Online-Meeting –, habe ich ihre Aufmerksamkeit sofort. Lange Erklärungen und theoretische Modelle schätzen sie nicht. Menschen mit Blau-Dominanz wiederum schätzen theoretische Modelle. Sie brauchen kompetente Gesprächspartner, mit denen sie sich fachlich austauschen können. Wenn ich ihnen Zahlen, Daten Fakten anbieten kann, die sie interessieren, dann kann ich sie überzeugen.

Wie soll ich agieren, wenn ich mit ganz viel verschiedenen Menschentypen im virtuellen Raum bin?

Auch hier gibt es Parallelen zu Präsenzmeetings. Wir können leider nicht immer alle Menschen erreichen. Und das ist online noch schwieriger, weil Teilnehmer oft die Kamera ausschalten und ich gar nicht weiß, ob alle meine Gesprächspartner noch da sind. Aber wir Menschen haben ja nicht nur eine Dominanz, sondern eine Kombination aus Möglichkeiten. Und ich als Gesprächsleitung kann versuchen, eine Hauptkomponente zu erreichen und eine zweite Komponente auch anzusprechen.

Beispiele

Zielgruppe Grün/Rot – Erfolgsgeschichte mit Wettbewerb: Hier verwende ich einfach weniger Zahlen/Daten/Fakten.

Zielgruppe Blau/Rot – Kompetenz mit Vorsprung: kurz und knapp formuliert, ohne Geschichte und persönlichen Erlebnissen.

Zielgruppe Blau/Grün – Kompetenz mit persönlichem Referenzbeispiel.

Danke für das Gespräch. □



Ursula Autengruber

ist selbstständige Unternehmensberaterin¹, Wirtschaftstrainerin und Coach sowie Structogram-Mastertrainerin für Österreich. www.structogram.at www.autengruber-consulting.at

¹ Zur sprachlichen Gleichbehandlung aller Menschen verwenden wir geschlechtsneutrale Personenbezeichnungen auf Basis des generischen Neutrums. Infos dazu unter generisches-neutrum.com