»LINGUMARKETING« LIEGT IM TREND

ÖSTERREICHS TOP-PROFILERIN TATJANA LACKNER
EXKLUSIV FÜR AURUM 999.9

text by
TATJANA LACKNER, MBA
Kommunikations- & Verhaltens-Profilerin
www.sprechen.com

Foto: privat

OFT WERDE ICH VON FÜHRUNGSKRÄFTEN und Vorständen gefragt, was es tatsächlich braucht, um in der modernen Kommunikation zu punkten? Meine Antwort: "Lingumarketing"! Dieses Wort beschreibt das Zusammenspiel aus gutem Marketing und gezielter Rhetorik. "Lingua" bedeutet im Lateinischen "Sprache" bzw. "Zunge" und steht für trainierte Redeperformance. Obwohl die HR-Budgets geschmolzen sind, erkennen viele Entscheider, wie wichtig es ist, vor allem in die sprachliche Entwicklung ihrer Mitarbeiter zu investieren. Zukunftsorientierte Konzerne haben längst begriffen, dass die rhetorische Fitness von Arbeitnehmern eine der wichtigsten Ressourcen für Unternehmen ist.

Herbert war früher selbst Programmierer und bezeichnet sich als introvertiert: "Small-Talk war für mich immer ein rotes Tuch. Lieber habe ich mich mit meinen Kollegen über fachlicher Neuerungen und wichtige Inhalte ausgetauscht." Aber auch für Herbert ist die Zeit nicht stehen geblieben. Er wurde zur Teamleitung ernannt. "Wenn ich mich sprachlich nicht weiter entwickelt hätte, wäre ich heute nicht Bereichsleiter. Man hat es mir in einem Mitarbeitergespräch sogar explizit nahegelegt."
So wie Herbert ergeht es vielen. Schließlich müssen mittlerweile IT-ler ebenso Verkaufsgespräche führen und in Sales Pitches überzeugen, wie Marketer. Jeder ist zur Kommunikationsdrehscheibe geworden. Mal wird nach oben strukturiert berichtet, mal nach unten in teamorientierter Atmosphäre delegiert. Daneben stimmen wir uns mit anderen Abteilungen oder Fachbereichen ab. Alleine firmenintern spulen wir hunderte Gesprächskilometer ab und extern mit Kunden und Kooperationspartnern ist gute Redeperformance nicht weniger wichtig, ja sogar vielerorts umsatzentscheidend. In der modernen Kommunikation sind wir alle zu Transmittern geworden, die schnell und zielgruppenorientiert reden und dabei stets Versteh-Zusammenhänge erschaffen sollen.Häufig geht es darum, Lösungen sprachlich, bildhaft und gewitzt zu veranschaulichen, um beim Gesprächspartner in Erinnerung zu bleiben.

„Da ist mir dann ein Licht aufgegangen. Das Video-Training war anstrengend, aber ich habe in der Kamera-Analyse selbst gesehen, wann ich Sympathiefaktoren verliere und wo ich mich zu stark zurücknehme.“

Die Business Rhetorik hat sich verändert
Obwohl wir erst am Anfang der digitalen Revolution stehen, spüren einige bereits deutlich, dass die sprachlichen Anforderungen gründlich gestiegen sind. Rhetorische Fertigkeiten sind heute sogar in Berufsgruppen essentiell, in denen noch vor einigen Jahrzehnten keiner darüber nachgedacht hätte.
Auch bei uns in der Schule des Sprechens wird das Business Rhetorik Diplom gerne nachgefragt. Warum? Die wichtigsten beruflichen Gesprächssituationen werden trainiert und alle individuellen Fragen geklärt: Wie halte ich eine Keynote? Welche dramaturgischen Kniffe fehlen meinem Sales Pitch noch? Wie moderiere ich unsere Kundenveranstaltung? Was ist der USP einer Präsentation? Wie werde ich in Meetings besser gehört?

Karin arbeitet in einer Agentur und hat sich auf digitale Werbung spezialisiert. Sie hat in Verhandlungen und Mitarbeitergesprächen bemerkt, dass sie ihr Gegenüber gedanklich regelmäßig verliert. An ihrer Tempokontrolle haben wir in einem ersten Schritt gearbeitet. Durch die richtige Aussprache und Stimmführung nimmt sie sich nun mehr Zeit und schenkt auch dem Gesprächspartner Pausen. Wie wohltuend! Im zweiten Schritt geht es um Statusspiele, die Karin in Besprechungen immer wieder verliert. Obgleich sie Führungskraft ist, kannte sie weder die unterschiedlichen Machtzonen noch ihre eigenen Statusschwächen. "Da ist mir dann ein Licht aufgegangen. Das Video-Training war anstrengend, aber ich habe in der Kamera-Analyse selbst gesehen, wann ich Sympathiefaktoren verliere und wo ich mich zu stark zurücknehme."

Vorstände und sogar Unternehmer trainieren, wie man Gesprächspartner sympathisch in die Forderung nimmt oder, wie man Themenführerschaft im Dialog behält. Clemens beispielsweise wollte lernen, gegenüber dem eigenen Chef kompetenter aufzutreten, um von ihm gesehen zu werden: "Selfmarketing ist harte Arbeit, die jedoch niemand für einen erledigt. Mein letztes Mitarbeitergespräch hat für mich klare Ergebnisse gebracht. Der Unterschied kann sich sehen lassen!"
Mit Kunden eine Wellenlänge zu finden und Mitarbeiter führen zu können sind heute klare Voraussetzungen um auf der Karriereleiter weiter zu kommen. In beiden Fällen ist Business Rhetorik Trumpf.
Menschen, die in den Medien arbeiten, hinter dem Mikrofon als Moderator ihr Geld verdienen wollen oder Hörbücher sprechen, absolvieren eine Sprecherausbildung.
Wer jedoch im Geschäftsleben vor allem mit seiner Sprache und Inhalten Punkten muss, der absolviert entweder ein "Business-Speech-Diplom" oder ein "Business-Rhetorik-Diplom". Im Unterschied zum Rhetorik-Diplom stehen beim Speech-Diplom Atemtechnik, Sprechtraining und Stimmvolumen im Vordergrund. Es ist lustvoll, an der eigenen Sprache zu arbeiten und zu erleben, wie sich die Persönlichkeit hörbar entwickelt.

Vloggen nicht verbocken!
Viele wagen sich mit bewegten Bildern ins Netz. Immer mehr Unternehmen entdecken diesen Marketingkanal auch für sich. Google ist schließlich der größten digitale Gratisverlag der Welt. Schade nur, wenn man vorher die Aussprache nicht auf Vordermann gebracht hat und den falschen ans Mikro lässt. Die Hannoveranerin Jennifer hat sich viel Mühe gemacht, mit ihren Erklär-Videos auf YouTube. Offensichtlich gibt es auch genügend Menschen, die sich für gebastelte Geschenkkarten interessieren. Einige Postings kritisieren jedoch weniger ihre Bastelkunst, dafür aber Jennifers piepsige Stimme und ihre monotone Art zu erzählen. Die Meldungen sind zwar wenig charmant, aber leider berechtigt. Das wäre nicht notwendig. Denn: Sprachliches Training und gute Stimm-Modulation machen sich im Netz tatsächlich schnell bezahlt. Warum? Das Internet ist ein guter Zerstäuber für Produkte und Dienstleistungen. Außerdem lassen sich die eigenen Beiträge sogar monetarisieren.
Webinare, YouTube-Kanäle oder Erklär-Videos können zum Erfolg führen, wenn man den Mitwirkenden gut einbindet und die wesentlichen Speech-Regeln beherrscht. Das Internet zeigt sie uns alle: Die guten informativen Videobeiträge, coole Blogger und witzige Vlogger, die Lust auf mehr machen, aber auch die selbstproduzierten Lärmbelästigungen.