

Zukunft & Innovation durch Stimme & Sprache

Von Dr. Tatjana Lackner
Kommunikations- & Verhaltens-Profilerin

Die Sprachassistenten können zwar bereits reden. Stimmung aufbauen und Atmosphäre schaffen gelingt Alexa & Co aber noch nicht. Vor dem Hintergrund von Voice Commerce, Sprachassistenten und Podcasts wird die Stimme in Zukunft noch entscheidender. Das geht bei unseren Mailboxen los: Wie präsentieren wir uns sprachlich und hoffentlich grammatikalisch richtig? In einer personalisierten Welt sollten unsere Kunden eben nicht von irgendeiner anonymen Systemstimme empfangen werden. Lieber bespricht der Sales-Representative seine Box selbst. Das gleiche gilt für Video-Postings in den sozialen Medien. Dazu braucht es sowohl sprechtechnische als auch stimm-modulatorische Skills.

Viele Führungskräfte sind zu Podcast-Gesprächen eingeladen oder werden um kleine Videostatements gebeten. Damit transportieren Entscheidungsträger nicht nur ihre Botschaften, sondern es werden gegebenenfalls auch sprachliche Holprigkeiten, Grammatikfehler und Auftrittsschwächen offensichtlich. Ähnliches erlebe ich auf Audioplattformen wie Clubhouse oder Twitter Space. Neue rhetorische Skills braucht es, um Menschen durch die Stimme und strukturierte Kernaussagen zu begeistern. Wer relativierende Füllwörter wie "manchmal", "ein bisschen", "sozusagen" inflationär verwendet, der nervt.

Gefragt ist stattdessen, in 25 Sekunden eine Aussage punktgenau und anschaulich zu formulieren. Gerade Audioplattformen leben vom lebendigen Austausch. Viele heben die Hand und möchten auf die virtuelle Bühne kommen, um einen Beitrag zu leisten. Das geht jedoch nur, wenn die Dampfplauderer nicht alle Zeit für sich beanspruchen. Diese technischen Errungenschaften eröffnen uns mehr Wirkungsmöglichkeiten. Das erklärt, warum sich in den letzten Jahren zunehmend Vorstände und leitende Angestellte stimmlich und rhetorisch verbessern wollen. Wer das Ohr seines Mitarbeiters oder Kunden erreicht, ist sogar physisch näher an seinem Gehirn. Die "Verstimmlichung" des eigenen Business schreitet zudem erleb-

bar voran. Erklärfilme haben in den letzten Jahren einen enormen Erfolgskurs hingelegt. Dort geht es ebenfalls darum, in maximal 90 Sekunden die eigene Dienstleistung oder das Alleinstellungsmerkmal des eigenen Produktes zielgruppenorientiert und sprachlich bebildert zu formulieren. Dazu rollt die Lawine des Voice Commerce aus den USA an und wird auch bei uns das Rennen um den teuersten Immobilienplatz der Welt digital entscheiden. Voice Commerce bedeutet, einen Sprachbefehl in das Endgerät zu geben, um online zu kaufen oder etwas zu suchen. Wir werden uns die Pizza zwar auch weiter über den Bildschirm bestellen, weil das Auge bekanntlich mitisst und wir Bilder brauchen, aber viele andere Suchanfragen laufen schneller via Sprachbefehl. Wenn jemand jedoch auf Urlaub ist und den Sprachassistenten fragt: "Wo ist eine gute Pizzeria?", und man als italienisches Restaurant nicht unter den Erstgenannten rangiert, dann bringt so etwas klare Nachteile. Wie bei Google, so gilt auch hier: Wer vorne gereiht ist, wird wahrgenommen!

Inspiration durch interdisziplinären Austausch

Wodurch schöpfen wir Inspiration? Lesen und Denken hilft, so viel ist klar. Aber wir werden selbst durch einfache Postings in sozialen Medien getriggert und auf Themen aufmerksam. Die einen kommen eher über YouTube auf frischen Gedanken, andere bringen klassische TV- oder Radiobeiträge auf neue Ideen. Es gibt schließlich eine Reihe hochwertiger Dokumentationen und inspirierender Interviews mit Persönlichkeiten, die in der Tiefe inhaltlich Bescheid wissen. Selber Themen zu recherchieren und Quellen zu prüfen ist zudem durchaus lustvoll – nicht nur für Medienmacher. Natürlich haben es Podcaster, Journalisten und Trainer von Haus aus leichter. Auf der einen Seite bekomme auch ich durch Seminare und Keynotes hautnah mit, was Kunden aktuell beschäftigt und wozu sie gerne mehr wissen möchten. Auf der anderen Seite stehen in meinem Kalender philosophische Veranstaltungen, Innovationstalks und Events, die allesamt gedankliches Frischwasser garantieren. Vom Philosophicum in Lech über das Sym-



„Die Digitalisierung zwingt uns dazu, analog besser zu werden.“

posion Dürnstein bis hin zum interdisziplinären Austausch mit anderen Speakern in der ganzen Welt. Mein Podcast-Kanal: "Talk mit Tatjana" ist ein Beispiel für diesen Austausch. Zu Gast waren unter anderem Colin Crouch, Matthias Horx, Konrad Paul Liessmann und viele mehr. Klar ist, Gespräche verlangen gedankliche Vorbereitung, Zeit und Dramaturgie.

Business Rhetorik braucht Reflexion wie die Lunge Sauerstoff!

Beides sollten wir draufhaben: Nachdenken und Vorausschauen. Das bringt uns zu einer vergessenen Disziplin, die sogar die alten Meister vorgelebt haben: Der Wichtigkeit, Tagebuch zu führen. Eugène Delacroix oder Claude Monet haben täglich kurze Einträge in ihren Skizzenbüchern notiert – ihre waren zudem farblich reich bebildert, was bei späteren Auktionen ordentlich Geld brachte. Piloten führen Flugbücher, Kapitäne dokumentieren relevante Informationen im Logbuch. Wir führen an DER SCHULE DES SPRECHENS seit 30 Jahren ein digitales Organisationshandbuch, um Abläufe zu standardisieren und nicht jährlich das Rad neu zu erfinden. Immer geht es um Nachvollziehbarkeit. Der große griechisch-argentinische Reeder Aristoteles Sokrates Onassis, der einst Jacky Kennedy heiratete, hat in einem kleinen analogen Buch auch privat all seine wichtigen Begegnungen festgehalten. Sein Notizbuch war ihm heilig und funktionierte wie ein Mini-CRM. Er sammelte Vorlieben und Kontakte seiner Gesprächspartner und vor allem relevante Themen, über die gesprochen wurde. Täglich waren das nur kurze Sätze, kleine Reminder in Form von Stichworten – dabei hatte der Tankerkönig, der einige Jahre als "reichster Mann der Welt" galt, sicher einen volleren Timetable als die meisten von uns.

Ein klarer Vorteil ist, durch diese sanfte Biographiearbeit selbst ein besseres Zeitgefühl für Begegnungen zu erlangen und einstige Gesprächsinhalte parat zu haben. Ich höre beispielsweise oft anerkennende Worte, wie: "Das weißt Du noch? Tolles Gedächtnis!" Heute

dienen uns diesbezüglich versperrbare Diary-Apps. Dort lassen sich zu den Einträgen sogar Fotos hochladen, Audio- & Videofiles hinzufügen und ein Stimmungsbarometer einpflegen. Ich finde es wichtig – auch schriftlich – Formulieren zu trainieren. Wer sich täglich einen Titel für den Tag überlegt und in wenigen Sätzen inhaltlich eindampft, was die Essenz der vergangenen 24 Stunden gewesen ist, der wird besser beim "Klartexten". Wenn man jedem einzelnen Tag seine Note und Bedeutung gibt, dann hilft uns das – selbst Jahre später – diesen Tag noch einmal zu erleben. Andernfalls verblassen die Stunden, je weiter wir uns in Richtung Tod bewegen. An hektischen Tagen stehen dort vielleicht nur zwei Sätze. Was triggert mich? Welche Emotionen catchen aktuell meinen Verstand? Was erkenne ich aus meinen und was aus den Reaktionsmustern der anderen? Für mich sind diese kurzen Brainscripts wichtige Übungen, um den eigenen Fokus zu kontrollieren, Sager zu produzieren und auch schriftlich Reflexion zu üben – nach der Devise: "Schau zurück und denke nach vorne!"

Viele lieben es, alleine zu verreisen und sich mit fremden Kulturen oder neuen Gegebenheiten auseinanderzusetzen. Das bereichert. Ich bin davon überzeugt, dass es Führungskräften mittlerweile vor allem an Ruhe und "Ich-Zeit" mangelt. Wie sollen sie vorausschauend gestalten und gute Entscheidungen treffen, wenn ein Meeting das andere jagt und sie als leitende Angestellte nur noch reaktiv durch den Tag getrieben werden. Es ist regelrecht eine Wohltat, wenn jemand gelassen, strukturiert und vor allem empathisch Gespräche führt.

Fazit: Sprache ist in ständigem Wandel. Nachdem niemand seine Mitarbeiter, Kunden oder Wähler telepathisch erreicht, gehört Stimm- & Sprechtraining heute für Karriereorientierte zur Grundausbildung. Durch die technischen Möglichkeiten werden Opinion Leader zunehmend hörbar und damit messbar. Wir brauchen neben all der fachlichen Qualifikation jedoch vor allem charakterlich gebildetes Führungspersonal – auf dem politischen Parkett und in der Wirtschaft.

sprechen.com