

# Experimental Determination of Nonverbal Charismatic Leader Signalling via Prerecorded Stimuli: The Effect of Medium and Virtuality



Theo Émile Ravet-Brown  
Liechtenstein Business School, Universität Liechtenstein

## 1. Charismatische Führung

Wenn Führungskräfte über Bildschirme führen, stellt sich eine einfache Frage: **Welche konkreten Signale kommen überhaupt an – und welche verpuffen im Medium?** Gerade charismatische Führung ist hierfür ein besonders geeigneter Prüfstein. Der Signalling-Ansatz hat Charisma als Ergebnis beobachtbarer Verhaltensweisen präzisiert und damit zentrale theoretische Probleme früherer Konzepte adressiert (Antonakis et al., 2016). Aufbauend darauf identifiziert die Forschung konkrete charismatische Führungstaktiken (CLTs), darunter Blickverhalten, Mimik, Gestik und vokale Merkmale, die systematisch mit Charisma-Zuschreibungen zusammenhängen (Reh, Van Quaquebeke, & Giessner, 2017). Während frühere Studien die grundsätzliche Wirksamkeit charismatischer Führung belegen konnten (Banks et al., 2017), fokussiert das vorliegende Projekt auf die mechanistischen Pfade, über die diese Wirkung in digitalen Medien zustande kommt.

## 2. Projekt

### Analytischer Ansatz

- Vertiefte Auswertung eines etablierten experimentellen Datensatzes
- Mechanistische Zerlegung charismatischer Führung in spezifische Signalfade
- Modellierung mediierter und moderierter Wirkzusammenhänge über unterschiedliche Medien hinweg

### Fokus der Analyse

- Non- und paraverbale Signalcluster (Blick, Mimik, Gestik, Stimme)
- Zuschreibungen von Charisma und Führungseffektivität
- Leistungs- und motivationsbezogene Outcome-Variablen

## 3. Digitale Führung

Digitale Führung wird häufig als eigenständiger Führungsstil diskutiert, bleibt jedoch in ihrer konzeptuellen Abgrenzung unscharf. Insbesondere ist wenig darüber bekannt, welche konkreten Führungsverhaltensweisen in digitalen Kommunikationsformaten wirksam bleiben. Das vorliegende Projekt versteht digitale Führung nicht als neues Konstrukt, sondern als medial vermittelte Ausprägung etablierter Signalfade wird digitale Führung empirisch präziser fassbar und von allgemeinen Stilzuschreibungen abgegrenzt. Damit leistet das Projekt einen Beitrag zur Klärung, wie Führung unter digitalen Bedingungen tatsächlich wahrgenommen und bewertet wird (vgl. Ernst et al., 2022).

## Conclusion

Charismatische Führung bleibt auch in digitalen Medien wirksam, jedoch nicht pauschal, sondern über spezifische, medienabhängige Signalfade. Das vorliegende Projekt zeigt, wie diese Pfade identifiziert, modelliert und theoretisch eingeordnet werden können. Damit trägt die Arbeit zu einem präziseren Verständnis digitaler Führung bei und schafft eine Grundlage für evidenzbasierte Führungskräfteentwicklung sowie weiterführende internationale Publikationen. Auch für die Forschung ist die genauere Aufschlüsselung der Wirkungspfade digitalen Charismas entscheidend für die weitere, umfassende Erforschung von remote work im digitalen Zeitalter

## 4. Ergebnisse

Die Ergebnisse zeigen, dass charismatische Führung in digitalen Medien nicht über alle Signale hinweg gleichmäßig wirkt. Vielmehr tragen bestimmte non- und paraverbale Signalfade überproportional zur Wahrnehmung von Charisma und Führungseffektivität bei. Zentrale Befunde:

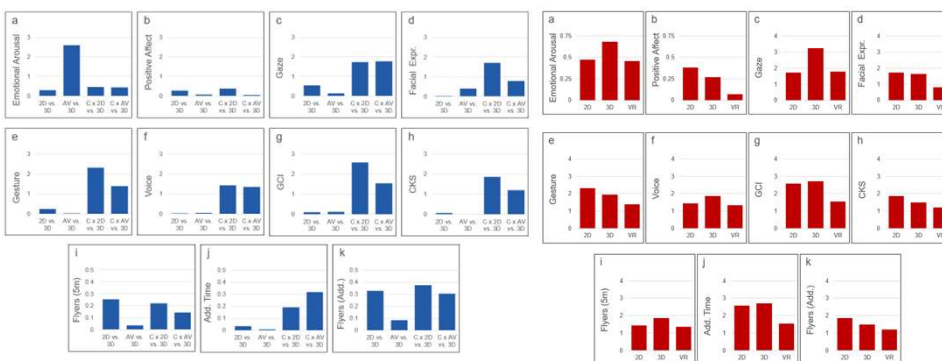
- Unterschiedliche CLTs weisen deutlich unterschiedliche Wirkstärken auf
- Die Bedeutung einzelner Signalfade variiert je nach Darbietungsmedium
- Digitale Führung lässt sich dadurch differenzierter erklären als durch globale Stilurteile

### Kontakt (Untertitel)

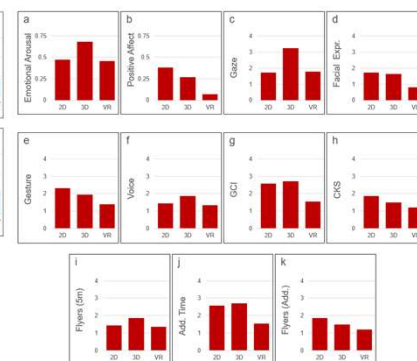
Theo Ravet-Brown  
theo.ravet@uni.li  
<https://www.uni.li/de/universitaet/schools/liechtenstein-business-school/liechtenstein-business-school>

Budget	
Geplant:	66 000
Personalkosten	50.400
Sachkosten	13.600
Realisiert:	66 000
Personalkosten	50.400
Sachkosten	13.600

**Tabelle 1:** Ein Grossteil der angefallenen Sachkosten verteilt sich auf die nötige Hardware, Aufenthalte in Innsbruck im Rahmen der Kooperation mit der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, und Bereitstellung der Probandengelder. Durch die grosszügige Hilfe der Universität Innsbruck konnte der Kauf sehr kostenaufwändiger Instrumente (wie des Tobii Spectrum Eye-Trackers) vermieden werden.



**Fig. 1:** Die Abbildung zeigt die Effektstärken zu H2 (Vorteil von 3D-Video gegenüber 2D-Video und Avatar) sowie zu H3 (Interaktion zwischen Charisma und Medium). Dargestellt sind biometrische und affektive Reaktionen (Arousal, positiver Affekt), Bewertungen zentraler Charismatic Leadership Tactics (CLTs) (Blickkontakt, Mimik, Gestik, Stimme), globale Charismaurteile (GCI, CKS) sowie objektive Leistungsmaße (Produktivität in fünf Minuten, zusätzliche Zeit und zusätzliche Leistung). Die Ergebnisse verdeutlichen, dass immersive 3D-Videos charismatische Signale systematisch verstärken: Insbesondere nonverbale CLTs werden klarer wahrgenommen und führen zu höheren Charisma-Askriptionen. Gleichzeitig zeigt die Interaktion (H3), dass Charisma im digitalen Raum nicht medieneutral wirkt, sondern durch reichhaltigere Medien sichtbar potenziert wird. Diese Wahrnehmungsvorteile spiegeln sich teilweise auch in höherem Engagement und Leistungsausput wider, was die Relevanz immersiver Medien für wirksame digitale Führung unterstreicht.



**Fig. 2:** Über alle drei Medienbedingungen hinweg zeigen sich klare und konsistente Effekte der Charisma-Manipulation (H1). Charismatisch agierende Führungspersonen lösen eine stärkere emotionale Aktivierung und positiveren Affekt aus, werden deutlich höher auf zentralen nonverbal-paraverbalen Charismatic Leadership Tactics (CLTs) bewertet und erhalten substantiell höhere globale Charisma-Askriptionen. Besonders ausgeprägt sind die Unterschiede bei Blickkontakt, Gestik und stimmlicher Expressivität – also jenen Mikro-Signalen, die für charismatische Wirkung zentral sind.

Diese Wahrnehmungsvorteile bleiben nicht rein subjektiv, sondern gehen teilweise auch mit erhöhter Einsatzbereitschaft und gesteigerter Leistung einher. Insgesamt bestätigen die Ergebnisse H1 eindrücklich und zeigen, dass Charisma auch in digitalen und virtuellen Umgebungen robust erkannt, attribuiert und wirksam wird, wenngleich seine Intensität je nach Medium variiert.

Die Abbildung visualisiert die Effektstärken der Charisma- versus Nicht-Charisma-Manipulation getrennt für 2D-Video, 3D-Video und VR-Simulation. Dargestellt sind – von links oben nach rechts unten – biometrische und affektive Reaktionen (a) Arousal, (b) positiver Affekt, Bewertungen zentraler CLTs in Bezug auf (c) Blickkontakt, (d) Mimik, (e) Gestik und (f) Stimme sowie globale Charismaurteile mittels (g) General Charisma Inventory (GCI) und (h) Conger-Kanungo Scale (CKS). Ergänzend werden objektive Leistungsindikatoren berichtet: (i) Produktivität innerhalb von fünf Minuten, (j) zusätzlich investierte Zeit und (k) die in dieser Extra-Zeit erbrachte Leistung.

### Referenzen (Untertitel)

- Antonakis, J., Bastardo, N., Jacquart, P., & Shamir, B. (2016). Charisma: An ill-defined and ill-measured gift. *Annual review of organizational psychology and organizational behavior*, 3(1), 293-319.
- Banks, G. C., Engemann, K. N., Williams, C. E., Gooty, J., McCauley, K. D., & Medaugh, M. R. (2017). A meta-analytic review and future research agenda of charismatic leadership. *The Leadership Quarterly*, 28(4), 508-529.
- Reh, S., Van Quaquebeke, N., & Giessner, S. R. (2017). The aura of charisma: A review on the embodiment perspective as signaling. *The Leadership Quarterly*, 28(4), 486-507.
- Ernst, B. A., Banks, G. C., Loignon, A. C., Frear, K. A., Williams, C. E., Arciniega, L. M., ... & Subramanian, D. (2022). Virtual charismatic leadership and signaling theory: A prospective meta-analysis in five countries. *The Leadership Quarterly*, 33(5), 101541.