

Trainer Kontakt-Brief

www.trainertreffen.de

Trainertreffen Deutschland
Tel. 05121 - 26 53 36
redaktion@trainertreffen.de
Nr.53 Dez. 2005 – März 2006, 12.Jg.

Trainertreffen

Trainer-Kontakt-Brief

Trainer-Datenbank

Service-Center

Inhalt

- 2 Editorial
- 3 Trainertreffen-News
- 7 DVWO, FWW
- 8 News
- 10 **Marktplatz:** Suche & Biete, Impressum
- 11 **Methoden:** GLÜCKSKOMPETENZ in der Personalentwicklung
Dr. Artur Hornung
- 12 **OE:** Chinesische Medizin für einen gesunden Produktlebenszyklus?
Paola Paruschke
- 13 **Gesundheit:** Work-Life-Balance
Dr. Margret Richter
- 15 **Methoden:** Psycho-Physiognomik
Marc Grewohl
- 16 **OE:** Wertebalance – Führungsmodelle der Zukunft
Klaus Dannenberg
- 17 **OE:** Veränderungsprozesse inspirieren
Prof. Dr. Falko E. P. Wilms
- 18 **TRAINERversorgung:**
Gut versichert rutscht es sich sicherer
Edit Frater
- 19 **TT-Service-Partner**
- 23 **Messen:** didacta 2006, 20.-24.02.2006
- 24 **EDV:** Viren, Würmer und anderes Getier
Werner Vetter
- 25 **Blended Learning:** Der Mensch steht im Mittelpunkt
Engelbert Michel
- 26 **Werkzeuge:** Mit den richtigen Kennzahlen den Erfolg des Kunden steuern
Helmut Seßler
- 27 **Trends:** Networking trotz Wettbewerb
Jürgen Graf
- 28 **Marketing:** Podcasting liegt voll im Trend
Martin Falk
- 29 **Professionalisierung:** Wie Berater und Trainer ihre Honorare verbessern
Peter Sawtschenko
- 30 **Akquisition:** Die Auswahl eines Akquisiteurs, Annette Voigt
- 31 **Test-Center:** Trainingsprogramm Gesprächstechniken
Heinz Kraft
- 32 **Trainerliteratur**
- 34 **Gesundheit:** Wellness-Programme
- 35 **GABAL-Verlags-News**
- 36 **Fortbildungs-Kalender für Weiterbildner**

Beilagen

- Didacta 2006
- Coaching Kongress 2006



Infotainment

Schluss mit der Langeweile

Axel Koch

Kennen Sie das? Sie wollen mit einer Rede oder Präsentation Menschen für Ihre Botschaften und für sich gewinnen. Sie möchten das Eis brechen, ihre Zuhörer mit ihrer Rede begeistern und zu Taten bringen. Doch, wie können Sie das schaffen? Was ist das Geheimnis des Rederfolgs? Was bringt Menschen dazu, einem Redner an den Lippen zu hängen? Die Antwort heißt „Infotainment“.

„Infotainment“ ist die Fähigkeit, Fach- und Sachinformationen lebendig, humorvoll, spannend und unterhaltsam zu präsentieren, das Publikum einzubinden und Emotionen zu wecken. Infotainment entspricht dem Zeitgeist von unterhaltsamen TV-Wissensshows, Spaß, Unterhaltung, Comedy und gehirngerechtem Lernen.

Verschiedene bekannte und neue TV- und Quiz-Sendungen beruhen auf dem Prinzip von Infotainment. Sie haben zurzeit einen richtigen Boom und sind sehr erfolgreich. Das bekannteste Beispiel ist die RTL-Sendung von Günther Jauch „Wer wird Millionär?“ Weitere Wissens-Magazine und Wissensshows laufen auf SAT 1 „CLEVER – die Show, die Wissen schafft“, auf Pro 7 „Galileo“, auf ARD „PISA – Der Ländertest“ oder das SAT 1 Comedy Quiz „Genial daneben – Die Comedy Arena“ oder auch Doku-Soaps wie „die Super Nanny“, in der man etwas über Kindererziehung lernen kann.

Das „Infotainment“ ist aber nicht nur im Fernsehen gefragt, sondern genauso bei Vortragsrednern. Kennzeichnend für diese Präsentationsmethode ist eine gelungene Mischung von Humor und Ernsthaftigkeit – passend zur jeweiligen Zielgruppe.

Vorteile des Infotainment-Einsatzes

Wissenschaftliche Studien aus der Werbepsychologie machen deutlich, was durch einen Infotainment-Vortragsstil erreicht wird:

- Zu Zuhörern wird schneller das Eis gebrochen.
- Die Aufmerksamkeit bleibt während der ganzen Vortragszeit erhalten.
- Das Gehörte und der Redner bleiben besser in Erinnerung.

- Der Redner hat eine größere Überzeugungskraft.
- Der Redner wird sympathischer und vertrauenswürdiger empfunden. Er hat eine größere Akzeptanz.
- Es wird insgesamt ein positive Stimmung aufgebaut, die sich auch auf den Redner und seine Inhalte überträgt.

Kurz: Infotainment ist die beste Werbung für Ihre Botschaften und Ihre Person. Diese Effekte können Sie sich selbst sehr genau vor Augen halten, wenn Sie mehrere Redner vergleichen und überprüfen, wer Sie begeistert, inspiriert und motiviert hat. In der Regel ist es nur einer von zehn Rednern.

Sicherlich fragen Sie sich: Kann man Infotainment lernen oder braucht man für Infotainment eine Naturbegabung? Die Antwort: Mit entsprechendem Wissen und Training ist Infotainment lernbar.

Wenn man sich die Unterhaltungskunst Stand Up Comedy zum Vorbild nimmt, kann man eine Menge Techniken lernen, wie man Gags schreibt und richtig präsentiert. Denn, was die Profis so locker und leicht auf der Bühne erzählen, basiert auf der Anwendung vom Handwerkszeug Humor. Außerdem liefert Stand Up Comedy viele Anregungen, wodurch Unterhaltung erreicht wird.

Zum Infotainment gehören drei zentrale Voraussetzungen

- Ihnen ist es ein wichtiges Anliegen, andere Menschen gleichzeitig zu informieren und zu unterhalten.
- Sie erlauben sich, Ihren persönlichen Humor- und Unterhaltungsstil auszuleben.
- Sie sind offen für Ihre Ideen.

weiter auf Seite 14

Diese Einstellungen sind besonders für eher „rationale Charaktere“ anfangs eine innere Hürde. Typische Aussagen sind:

- „Das kann ich nicht machen.“
- „Dafür ist das Thema zu ernsthaft.“
- „Ich mache mich lächerlich.“
- „Geht nicht.“
- „Ich bin eigentlich nicht witzig.“
- „Dafür fehlt mir die Phantasie.“
- „So bin ich nicht.“
- „Mir fällt nichts ein.“

Üblicherweise wird in Dimensionen wie logisch, rational, sachlich und ernsthaft gedacht. Das Argument muss stimmen. Es geht um die Sache. Humor und Unterhaltung hat da nichts zu suchen, so die Skepsis.

Ich möchte Sie ermutigen, neue Wege zu beschreiten, denn der Lohn ist eine dankbare Zielgruppe und ein gesteigerter Transfer der Inhalte, die Sie vermitteln wollen. Wenn Sie unsicher sind, wie Ihr Publikum reagieren wird, bringen Sie doch einfach ein paar vorbereitende, einleitende Worte, in der Art wie „Ich möchte Sie mit meinem Vortrag überraschen und vielleicht erleben Sie Dinge bei mir, die Sie nicht gewohnt sind, aber das ist der Sinn, um Sie mit neuen Ideen aus dem Vortrag zu entlassen...“



Fünf Fähigkeiten benötigt

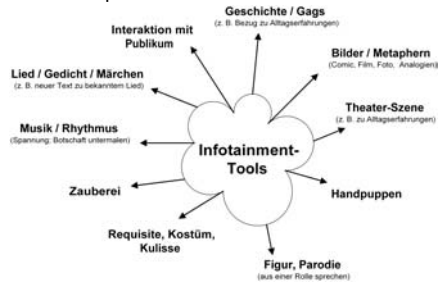
Zu den benötigten tragenden Einstellungen gehören fünf Fähigkeiten:

Eine wichtige Grundvoraussetzung ist „Improvisation“. Dadurch erfolgt ein „geistiges Lockermachen“ für Kreativität. Wer die damit verbundenen Grundsätze beherrscht, bekommt gute Ideen für Gags und ist auch in der Lage situativ Witze aus dem Stehgreif zu machen. Aus Ideen gilt es dann mit den Techniken des Gagschreibens und Erzählens unterhaltsame Geschichten und Humor zu produzieren.

Die besten Geschichten, Gags und Beiträge verlaufen jedoch im Sande, wenn sie nicht gut präsentiert werden. Die Basis dazu stellen die Regeln der Vortrags- und Präsentationstechnik dar. Besonders wichtig sind aber zusätzlich Schauspiel- und Sprechtechnik, da sie Emotionen, Farbe, Präsenz und Stimmung in die Infotainmentbeiträge bringen.

Es gibt verschiedene Ansatzpunkte, um aus trockenen Informationen unterhaltsame und humorvolle Beiträge zu gestalten. Die Mindmap „Infotainment-Tools“ zeigt diese Tools für Infotainmentbeiträge. Diese Infotainment-Tools lassen sich separat oder im Mix verwenden. Was in welcher Dosis nützlich ist, hängt vom Thema, der Zielgruppe und den Rahmenbedingungen ab. Grundsätzlich dienen die Infotainment-Tools dazu, einen Beitrag interessant zu eröffnen, mit einem „Knalleffekt“ abzurunden, Kernbot-

schaften eindrucksvoll zu vermitteln und die Informationsaufnahme zu erleichtern bzw. die Atmosphäre aufzulockern.



Praxisbeispiele

Die folgenden vier kurzen Praxisbeispiele sollen einen kleinen Eindruck vermitteln, wie sich Infotainment umsetzen lässt. Situationen für den Einsatz von Infotainment gibt es genug. Kick-off-Veranstaltungen, Belegschaftsversammlungen, Vertriebstagungen, Kongresse, Fortbildungen, Messen oder Verkaufspräsentationen.

Beispiel 1: Einführung neues Beurteilungssystem

Ein Abteilungsleiter stimmte seine ca. 100 Mitarbeiter mit dem Queens-Hit „One Vision“ auf die Vision durch Einführung des neuen Beurteilungssystems ein. Zu der Musik tanzte er dezent vor der Gruppe, was Szenenaplaus gab. Er wählte eine völlig andere Art der Präsentation, was er den Mitarbeitern damit begründete, dass eine neue Ära ansteht. Er nutzte viele emotionale Bilder, z. B. aus dem Sport und Metaphern, z. B. „Schwimmen“. Passend zu der Metapher endete der Vortrag, in dem der Abteilungsleiter eine Schwimmbrille und Schwimmflügel anlegte und sagte „Ich fange jetzt schon mal an zu schwimmen.“ Der Erfolg: Bei sonstigen Belegschaftsversammlungen gab es Zwischengespräche. Diesmal hörten die Mitarbeiter 1 Stunde lang interessiert zu und „wollten mit schwimmen gehen“.

Beispiel 2: Einführung neues Buchführungssystem

Im Rahmen eines internen Seminars in einer Kommune probierte ein Projektleiter eine Infotainment-Präsentation zur Einführung eines neuen Buchführungssystems aus. Zwei Kollegen stellten zu Beginn einen Dialog zwischen Mitarbeitern auf dem Flur da, in dem vorhandene Skepsis zum Ausdruck kam. Vom „Fußball“ übernommen, agierte der Projektleiter mit „gelber“ und „roter Karte“. Die Veränderungen schilderte er anhand eines Modellautos. Aus der Seminargruppe kam das positive Feedback: „Jetzt habe ich es endlich mal verstanden“, obwohl schon vorher intern darüber geredet wurde.

Beispiel 3: Mitgliederwerbung für Touristikverband

Der Geschäftsführer eines Touristikverbandes ging bei seinem Beitrag mit einem leeren Wasserkrug auf das Publikum zu. Im Folgenden erzählte er acht Punkte, die der Verband in der Vergangenheit realisiert hat und weshalb es sich für die Anwesenden lohnt, Mitglied zu werden. Für jeden Aspekt schüttete er ein Glas Wasser in den leeren Krug. Zum Schluss hatte das Publikum visualisiert, dass der Krug nun randvoll ist und folglich der Verband viel Nutzen bietet.

Beispiel 4: Vertriebstagung: Lust auf Incentives wecken

Ein Vertriebsleiter wollte erstmals im Unternehmen eine Incentive-Reise einführen. Mit orientalischer Musik untermalt, trat er im Rahmen einer Vertriebstagung plötzlich als Scheich mit dunkler Sonnenbrille auf und zeigte eindrucksvolle Bilder vom möglichen Urlaubsort.

Beispiel 5: Verkaufstraining mit „Mundgeruch“

Bei einem Verkaufstraining sollte ein Trainer das Thema „Mundgeruch“ humorvoll an die Spielwaren-Außendienstler bringen. Nach der Mittagspause bracht er mit einem Musikjingle und mit Power Point Präsentation die „Top 5 der Gründe, warum ein Kunde einen Verkäufer schnell wieder loswerden will“. Auf Platz 1 kam: „Der Verkäufer riecht aus dem Mund wie eine Dänische Dogge.“ Der Trainer fuhr fort: Wo wir gerade über Mundgeruch reden. Neulich war ich in einem Geschäft, um mich nach einer Navigations-Software zu erkundigen. Da war so ein jungdynamischer Verkäufer. Auf meine Frage sagte der Verkäufer: „Da gibt es verschiedene Produkte“ (übertrieben aushauchen). „Ich“ (mit verkniffener Miene, wie bei Gestank): „Ja, ist interessant ja...“ Der Verkäufer: „Es gibt auch welche mit automatischer Stau-Umfahrung (übertrieben aushauchen)“ „Ich“ (mit verkniffener Miene, wie bei Gestank): „Hm – und was ist der Unterschied zwischen Navigon und Tom Tom?“ Der Verkäufer: „Tom Tom ist leicht bedienen. Das ist auch was für ältere Leute (aushauchen).“ Frage an die Teilnehmer: „Ältere Leute.... Mal ehrlich. Sehe ich so alt aus? Nach dem Mundgeruch von dem Typ hat mir das den Rest der Kaufwut genommen. Kann man eigentlich Mundgeruch selbst merken? (ins Publikum – Reaktion „Nein“) Machen Sie mal einen Test. Hauchen Sie mal in der Pause Ihren Nachbarn an. Wäre doch schade, wenn Ihr Kunde bei einem Besuch denkt: Name der Firmen: Die berühmteste und erfolgreichste Marke der Welt. Die mit dem besonderen Duft. Aber man kann ja was gegen Mundgeruch tun: (Aufblenden des Musiktitels von Marius Müller Westernhagen „Mit Pfefferminz bin ich Deine Prinz“.)

Literaturtip

BESTSELLER von Axel Koch: „Infotainment in Seminar und Präsentation“, Verlag managerSeminare, 2004. Das erste deutschsprachige Buch, das die Techniken und Geheimnisse der Stand-Up Comedy analysiert und auf die berufliche Verwendung in Präsentationssituationen überträgt. Weitere Infos unter: www.Der-Infotainmenttrainer.de

Axel Koch, Jg. 1967, Dr. phil., Diplom-Psychologe, Supervisor (SG), NLP-Master (DVNLP), Manager of Business Entertainment (MBE). Axel Koch ist seit 1994 als Trainer tätig, war 10 Jahre Journalist im Bereich Zeitungen und Rundfunk und Autor des Bestseller-Fachbuches "Infotainment in Seminar und Präsentation".

Axel Koch
Klausenburger Str. 103, 64295 Darmstadt
Tel. 06151 - 130 0524, Fax - 130 0525
Info@Der-Infotainmenttrainer.de
www.Der-Infotainmenttrainer.de