

Peter-Erik Czak ist bekannt für seine „harten“ Trainings, bei denen die Teilnehmer oft bis lange nach Mitternacht arbeiten. Czak dazu: „Die Erwartungshaltung meiner Seminarteilnehmer war und ist es (seit drei Jahrzehnten), binnen kürzester Zeit messbare Ergebnisse zu sehen und eine nachhaltige Verhaltensänderung aus dem Seminar mitzunehmen. Dafür nehmen sie auch zeitraubende Vorbereitungsarbeiten im Team bis weit nach Mitternacht in Kauf. Es geht um Ausbildung, um das Beherrschen der Rhetorik und das bedeutet eine tief greifende Veränderung eines Verhaltens, das nach 20 bis 30 Jahren Konditionierung in nur drei Tagen oder – wie ein weiterer Trend am Seminarmarkt zeigt – in noch kürzerer Zeit bis zu einem Tag (Crash-Trainings) umgesetzt werden soll.“ Soweit Peter-Erik Czak zu seinem Trainingskonzept.

Auf den Punkt gebracht

Es gibt für den Zuhörer fast nichts Schlimmeres als einem Vortrag zu lauschen, bei dem er eigentlich nicht so genau weiß, worum es geht. Der Vortragende verzettelt sich u.U. in Themen, die nur ihn interessieren, wiederholt Aussagen oder erklärt nochmals umständlich, was ohnehin schon längst jeder verstanden hat. Er bringt seine Botschaft einfach nicht auf den Punkt. Der Zuhörer „schläft sich weg“ und geht mit dem Gefühl „Schad“ um die Zeit“ nach Hause. Damit dies nicht passiert, ist auch hier wiederum die Vorbereitung das A und O. Emil Hierhold rät, sich in dieser Vorbereitungsphase zuerst mit der Zusammenfassung der Inhalte zu beschäftigen und zäumt somit das Pferd von hinten auf: „Die beste Disziplin ist es, mit der Zusammenfassung zu beginnen. Ganz

konkret sich also vorzustellen, was nach der bewährten Ankündigung kommt: ‚Ich fasse zusammen...‘ Eine echte, professionelle Zusammenfassung enthält das Wesentliche des Vortrags und schließt mit einer Handlungsaufforderung, z.B. ‚...und deshalb ersuche ich um die Bewilligung dieses Projekts!‘

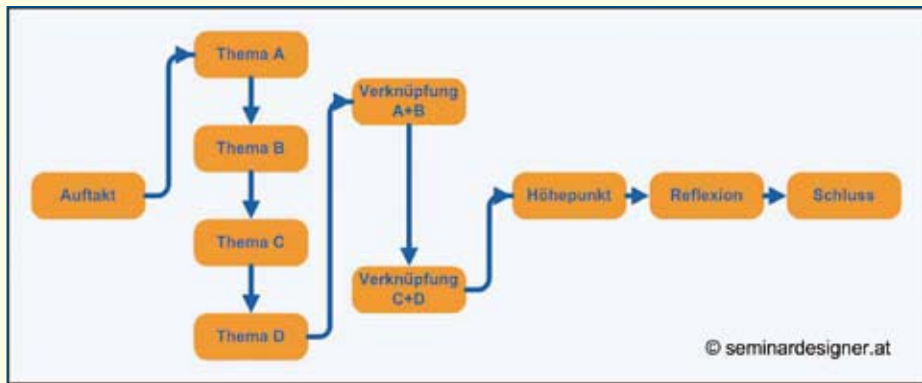
Der zweite Schritt ist dann die Entscheidung für einen Bauplan, der zu diesem Endpunkt führt. Baupläne sind Strukturen, die notwendige Inhalte in einer klaren und übersichtlichen Weise aneinanderfügen, sodass sich einerseits der Redner leicht tut und es andererseits für den Zuhörer einfach ist, den Gedanken zu folgen. Solche Baupläne sind z.B. Problem – Lösung – Nutzen oder z.B. bei Investitionsentscheidungen das Konzept Opportunity – Leverage (Gelegenheit und Hebelkraft).

Im dritten Schritt wird die Geschichte im Rahmen des gewählten Bauplans immer weiter vereinfacht oder verkürzt, bis sie in etwa ein bis max. zwei Minuten erzählbar ist. Diese Ministry übersetze ich dann in kurze, markante Sätze, die sozusagen als ‚Leuchttürme‘ jene Botschaften enthalten, die sich die anderen unbedingt merken sollen.

Der letzte Schritt ist dann das interessante und bunte ‚Fleisch‘, das diese Struktur lebendig macht. Beispiele, Fakten, Gleichnisse, Erlebnisse. Hierher gehören dann natürlich auch die bunten Folien, die sich unterhalb der Botschaften entwickeln. Praktisch dabei ist, dass gute Botschaften gleichzeitig gute Titelzeilen für solche Hilfsmittel sind.“ Soweit Experte Hierhold.

Überzeugend reden wie Aristoteles

Aristoteles war ein genialer Logiker und begnadeter Rhetoriker, der in vielen Bereichen die Gelehrten der Antike bis herauf zur Neuzeit prägte. Für seine Reden nutze er eine auch heute in vielen Hollywood-Filmen, Fernseh-Spots, Theaterstücken und auch Vorträgen bewährte Strategie, um seine Zuhörer zu fesseln und zu überzeugen. Ing. Michael Smetana, Erfinder des Seminar-Designers: „Ein professioneller Vortrag lässt sich heute genau in der gleichen Weise aufbauen. Nachdem der Auftakt sanft in die Rede eingeführt hat, werden der Reihe nach die einzelnen Themen etabliert. Jedes



Thema (A, B, C und D) ist eine für sich abgeschlossene, eigene Handlung. Zu diesem Zeitpunkt versteht der Zuhörer noch nicht, was die einzelnen Themen miteinander zu tun haben. Das erzeugt Spannung. Danach werden die einzelnen Themen miteinander verknüpft (A+B und C+D). Auch jede dieser Verknüpfungen stellt eine in sich abgeschlossene Handlung dar. Schließlich treffen im Höhepunkt alle Handlungen aufeinander. In der Reflexion vertieft der Held – in diesem Fall der Zuhörer – seine bisherigen Erfahrungen mit den Neuen. Der Schluss bringt schließlich den Vortrag zu einem emotional-positiven Ende.“ Denken Sie an den Kino-Film oder an das Theaterstück, das Sie zuletzt gesehen haben: War die ganze Handlung nicht genau so aufgebaut?

„Machen Sie es wie Aristoteles, und Ihre nächste Rede wird zum spannenden Erlebnis“, sagt Michael Smetana.

Weitere Tipps, mit welchen Lernstrategien und -techniken man Vorträgen und Seminare noch überzeugender gestalten kann bei

www.seminardesigner.at



Den Zuhörer fesseln

Damit der Zuhörer sich nicht „wegschläft“ weiß Czak ein gutes, bewährtes Mittel: „Bei einem guten und effizienten Vortrag steht (beinahe) nicht der Redner, sondern das Publikum, die Zuhörer, im Vordergrund. Getreu dem Motto: ‚Der Wurm muss dem Fisch schmecken, nicht dem Angler!‘

Das kann man lt. Czak erreichen durch

- Betroffenheit:

Das Thema muss den Zuhörer persönlich betreffen oder aber zumindest betroffen machen. Das Problem wird dem Zuhörer als Augenzeuge „vor Augen geführt“ durch anschauliche Schilderung in der Gegenwart, durch das Auftreten von Personen in direkter Rede oder durch ein persönliches Erlebnis des Redners.