

# Trainings wie Hollywoodfilme

Die Struktur aus erfolgreichen Hollywoodfilmen kann verwendet werden, um Seminare und Trainings dramaturgisch zu gestalten. Hier lesen Sie dazu ein paar Tipps.

**KENNEN SIE DIE** aristotelische Dramastrategie? Klar kennen Sie die! Schließlich wird noch heute fast jeder Hollywoodfilm danach entwickelt. Aber haben Sie schon mal probiert, sie auch für die Dramaturgie Ihrer Seminare, Webinare oder Videotrainings zu nutzen? Damit können Sie Ihre Inhalte in »verdaubaren« Häppchen präsentieren, die Neugierde und Spannung Ihrer Teilnehmer auf konstant hohem Niveau halten, Inhalte wiederholen, ohne dafür zusätzliche Zeit zu benötigen und Ihre Teilnehmer am Seminarhöhepunkt verblüffen.



**Michael Smetana**

ist seit 16 Jahren auf Tipps und Tools für verblüffend wirksame Trainings spezialisiert. [trainergeheimnisse.com](http://trainergeheimnisse.com)

## Struktur in Filmen

Denken Sie doch jetzt bitte mal an den letzten Film, den Sie sich im Kino oder im Fernsehen gegönnt haben. Auch wenn ich den Titel Ihres Filmes nicht kenne, kann ich doch mit hoher Wahrscheinlichkeit den prinzipiellen Ablauf Ihres Filmes erzählen. Bestimmt waren erst ein paar Szenen zu sehen, in denen Sie erkannten, an welchem Ort, in welcher Zeit und in welchem Metier dieser Film spielt. Dann sahen Sie ein paar Szenen, in denen die handelnden Personen vorgestellt wurden. Dabei erfuhren Sie immer gleich auch ein paar wichtige Details über jede Person. Sie erkannten deren Vorlieben, Wünsche, Träume, Ziele, Ängste, Pläne, Ticks, etc. Diese Szenen hatten vorerst noch nichts miteinander zu tun und das baute Spannung und Neugierde auf. Nach ein paar Szenen begannen sich die Geschichten zu verknüpfen. Die zuvor eingeführten Personen trafen aufeinander und erlebten eine oder mehrere gemeinsame Szenen. Damit es spannend bleibt, spitzte sich die

Geschichte ein paar Mal zu, nahm dann aber plötzlich eine unerwartete Wendung. Endlich trafen alle wichtigen Personen aufeinander und erlebten jene Szene, auf die schon alle warteten. Und als der Film sich dem Ende zuneigte und sich alles in Wohlgefallen auflöste, waren Sie froh, ein klassisches Happy-End miterleben zu dürfen.

Diese Grund-Struktur heutiger Hollywoodfilme verdanken wir dem griechischen Philosophen Aristoteles. Und obwohl er sie bereits vor mehr als 2.000 Jahren entwickelte, hat sie bis heute nichts an Aktualität eingebüßt. Im Gegenteil: Sie ist mittlerweile nicht nur tausendfach bewährt, sondern sorgt auch heute noch für einen publikumswirksamen Blockbuster nach dem anderen.

## Oscarreife Seminargestaltung

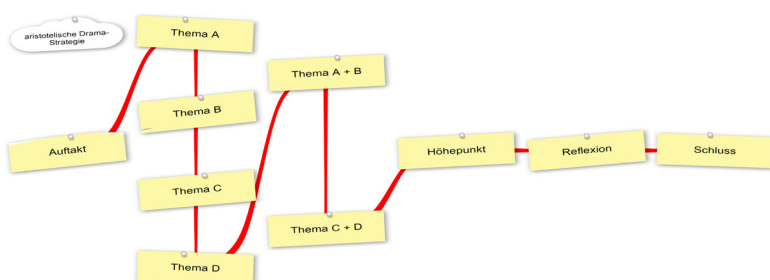
Warum erzähle ich Ihnen das? Weil sich dieses bewährte »Blockbuster-Strickmuster« auch perfekt für die Gestaltung nachhaltiger Seminare eignet. Ich zeige es Ihnen am stark vereinfachten Beispiel eines Verkaufs-Seminars. Lassen Sie es uns doch einmal so planen:

### Auftakt:

Zu Beginn geben wir den Teilnehmern erste Impulse über unser Seminar, an denen sie sich orientieren können. Sie erfahren die Rahmenbedingungen, den Seminarfahrplan, das Ziel des Seminars und bekommen dabei auch gleich einen ersten Eindruck vom Trainer.

### Themen etablieren:

Wir bringen unseren Teilnehmern ein paar Grundelemente bei, die auf den ersten Blick gar nichts miteinander zu tun haben. Auch der Bezug zum Seminarthema muss nicht gleich erkennbar sein. Wichtig ist nur, dass jedes Thema den Teilnehmern so schnell wie möglich einen praktischen Nutzen bringt. Fehlt dieser Nutzen, dann verlieren sie die Lust und fragen sich, ob sie im richtigen Seminar sitzen. Damit unser



Seminar abwechslungsreich und interessant bleibt, bringen wir zu jedem Thema Anekdoten, den kleinstmöglichen Input und eine Übung, in der unsere Teilnehmer das Ganze selbst ausprobieren können. (z.B.: A: die 7 Kauf-Motive, B: verschiedene Frage-Techniken, C: geschärfte Wahrnehmung, D: Kauf-Signale)

#### **Themen verknüpfen:**

Nach einiger Zeit nehmen wir die Lernerfahrung aus Thema A und kombinieren sie mit den Erkenntnissen aus Thema B. Dadurch wiederholen unsere Teilnehmer automatisch die bereits gemachten Lernerfahrungen OHNE, dass sie dafür Extra-Zeit brauchen (z.B.: A+B: Kundenbedarf ermitteln, C+D: empathisch präsentieren)

#### **Höhepunkt:**

Im Höhepunkt wenden unsere Teilnehmer alles gleichzeitig an, was sie bisher gelernt haben und erreichen dadurch das Seminarziel. (z.B.: A+B+C+D: ein vollständiges Verkaufsgespräch) Da unsere Teilnehmer vorher schon jeden einzelnen Schritt geübt hatten, sind sie jetzt mit hoher Wahrscheinlichkeit auch erfolgreich.

#### **Reflexion:**

Nach der Höhepunktübung kommt eine ausgiebige Reflexion über die Lernerfahrungen des

gesamten Seminars. Wir besprechen, welche Hürden noch in der Praxis warten, und wie wir damit umgehen. Übrigens: In den früheren Dramen gab es tatsächlich noch eine gemeinsame Reflexion. Die heutigen Hollywoodfilme verzichten aber darauf.

#### **Schluss:**

Und zuletzt bringen wir unser Seminar zu einem guten Ende. Wir zeigen unseren Teilnehmern noch einmal alle Erfolge, die sie im Seminar geschaffen haben. Dadurch sehen sie ihre eigenen Fortschritte und werden stolz auf das Geleistete. Und wir geben ihnen die Hoffnung, dass die Lernerfahrungen aus unserem Seminar maßgeblich zu ihren zukünftigen Erfolgen beitragen werden.

#### **Applaus, Applaus**

Im Film ebenso wie im Seminar: Das gute Gefühl, das die »aristotelische Dramastrategie« hinterlässt, erwächst aus der kontinuierlichen Abfolge von Vorankündigung und Wiederholung. Mit dieser systematischen Anordnung und Verflechtung der Seminarinhalte vermitteln Sie in kurzer Zeit selbst komplexe Inhalte und fördern nachhaltiges Lernen. Das positive Echo wird Ihre Teilnehmer UND Ihre Auftraggeber begeistern.