

# Weiterbilden in 18 Minuten

**ÜBERBLICK.** „Ted Talks“ sind kurze Impulsvorträge, die inspirieren sollen. Als Entwicklungsmaßnahme lassen sich die 18-Minüter auf mehreren Ebenen einsetzen.

Von **Andrea Sattler** (Red.)

**D**as Konzept ist denkbar einfach: Der Redner steht auf der kaum dekorierten Bühne und redet knapp 20 Minuten lang. Ohne Spezialeffekte soll er das Publikum begeistern. Bill Gates hat schon mitgemacht, Steve Jobs, Edward Snowden und viele mehr – und das ohne Gage. So funktionieren die sogenannten „Ted Talks“, 18-minütige Impulsvorträge, die bestimmten Regeln folgen (siehe Kasten). Der Initiator Ted ist eine US-amerikanische Non-Profit-Organisation, die sich dem Motto „Ideas worth spreading“ verschrieben hat – also Ideen, die es wert sind verbreitet zu werden. Verbreitet haben sich auch die Ted Talks selbst rasant: Auf [www.ted.com](http://www.ted.com) stehen zahlreiche Vorträge mit Untertiteln in bis zu 81 Sprachen kostenfrei bereit; der Spitzenreiter ist fast 30 Millionen Mal geklickt worden. Und auch auf Youtube finden sich zahlreiche Ted-artige Vorträge. Das Format gibt es mittlerweile überall auf der Welt: Lokale Lizenznehmer veranstalten sogenannte „Ted-X“-Konferenzen.

## Ted als Entwicklungsmaßnahme

Viele Videos mit Ted-Vorträgen können Personaler und Führungskräfte für ihre

## VIDEO

In der Personalmagazin-App finden Sie die Ted Talks von Benjamin Zander und Simon Sinek zum Thema „Leadership“.

persönliche Weiterentwicklung nutzen. Ein vielgeklücktes Beispiel ist der Ted Talk des Dirigenten Benjamin Zander, der zeigt, wie eine gute Führungskraft inspiriert. Zander illustriert dies anhand der Begeisterung, die klassische Musik auslösen kann. Das probiert der Dirigent im Laufe seines Talks gleich mittels eines Chopin-Stücks am Publikum aus.

Mit über 20 Millionen Klicks gehört auch ein Talk von Simon Sinek zu den Lieblingen der Ted-Community: Der Management-Autor beschäftigt sich darin ebenfalls mit der Frage, wie große Leader inspirieren – und möchte selbst seine Zuhörer dazu anregen, sich die Frage nach dem Warum zu stellen.

Doch nicht nur individuell können Führungskräfte und Personaler von den Videos profitieren. Einige Unternehmen setzen die 18-Minüter schon in der betrieblichen Weiterbildung ein. Ein Beispiel dafür ist die Verlagsgruppe Wiley: Sie stellt auf ihrer Website [www.wiley.com](http://www.wiley.com) Ted Talks zu verschiedenen Themenfeldern zur Verfügung; Lernmaterialien ergänzen diese zu kompletten Kursen. Andere Unternehmen gehen noch einen Schritt weiter und machen sich Vorträge im Ted-Stil auch methodisch zu Nutzen: Ihre Manager sollen selbst lernen, Vorträge nach den Regeln der Ted-Kunst zu halten, um ihre Leadership-Fähigkeiten zu erweitern und ihre Mitarbeiter zu inspirieren (siehe Interview).

Eine weitere Entwicklungsmöglichkeit: Da Ted Talks zumeist auf Englisch gehalten werden, können die Redner und Zuhörer nebenbei auch ihre Fremdsprachenkompetenz verbessern. ■



Dirigent Benjamin Zander zeigt in seinem Ted Talk, wie Inspiration gelingt.

## TED-STIL

### Zehn Regeln

Um einen guten Vortrag im Ted-Stil zu halten, sollte der Redner einige einfache Regeln befolgen.

- Starten Sie mit einer großen Idee.
- Zeigen Sie Ihr wahres Ich.
- Legen Sie den Fokus auf eine Kernaussage oder Idee.
- Denken Sie an das Ende, bevor Sie anfangen.
- Treten Sie mit den Emotionen der Zuhörer in Verbindung.
- Machen Sie das Komplexe einfach.
- Machen Sie keine Ego-Show.
- Lesen Sie Ihren Vortrag nicht ab.
- Halten Sie sich an Ihr Zeitlimit.
- Üben Sie, üben Sie, üben Sie.

# „So funktioniert Leadership“

**INTERVIEW.** Einige Firmen setzen Vorträge im Ted-Stil schon in der Führungskräfteentwicklung ein. Frank Edelkraut hat dafür Manager in Bootcamps gedrillt.

**personalmagazin:** *Wie sind Sie darauf gekommen, Vorträge im Ted-Stil bei der Führungskräfteentwicklung einzusetzen?*

**Dr. Frank Edelkraut:** Ich bin ein riesiger Ted-Fan und drei Milliarden Klicks auf der Ted-Website zeigen, dass auch viele andere das Format nutzen. Darüber hinaus bieten sich viele Ted-Themen, etwa „Leadership“, bestens dazu an, und auch methodisch lässt sich Ted in der Führungskräfteentwicklung gut umsetzen.

**personalmagazin:** *Wie sieht das in der Praxis aus?*

**Edelkraut:** Schauen wir zwei Beispiele an: Bei Bayer haben wir ein Bootcamp mit Top-Führungskräften durchgeführt, um sie in der Vorbereitung einer internationalen Management-Konferenz zu unterstützen. Wir haben gezeigt, wie Ted Talks und Storytelling funktionieren und eine inspirierende Story entwickelt wird. Nach einem virtuellen Coaching haben wir alle in einem eintägigen Bootcamp zusammengeholt, in Einzelcoachings an den Stories und am Bühnenauftritt gearbeitet, Probeaufnahmen gemacht und abschließend alle Talks professionell aufgezeichnet. So konnten wir die Wirkung testen und Feedback geben. Bei der Telekom sind wir bei der Vorbereitung von sieben Mitarbeitern auf ihre Vorträge beim sogenannten „Guiding Principles Day“ analog vorgegangen. Diese Vorträge, die dort „Telekom Talks“ heißen, sind inzwischen im Intranet der Telekom für alle Mitarbeiter zugänglich. Das zeigt auch: Man kann das Format gut zum internen und externen Employer Branding einsetzen.

**personalmagazin:** *Welchen Mehrwert bietet Ted im Vergleich zu einem herkömmlichen Vortrag?*

**Edelkraut:** Der Mehrwert ist abhängig vom Ziel des Vortrags: Wer etwa eine Power-Point-Präsentation hält, möchte meist Informationen vermitteln. Für diesen Einsatzbereich sowie insgesamt für Ziele, die mit Fach- oder Methodenthematiken zu tun haben, ist Ted nicht geeignet. Vorträge im Ted-Stil sollen die Zuhörer vielmehr inspirieren, einen Anstoß geben, anregen. Der Lernexperte John Erpenbeck hat gesagt: Jeder Lernprozess beginnt mit einer emotionalen Labilisierung. Dafür ist Ted gut geeignet. Und so funktioniert ja auch gutes Leadership. Deshalb ist „Leadership“ ein Top-Thema bei Ted: Es passt einfach zum Format.



**DR. FRANK EDELKRAUT** ist Geschäftsführer der Mentus GmbH.

**personalmagazin:** *Kann man denn so komplexe Themen wie „Leadership“ in nur 18 Minuten abhandeln?*

**Edelkraut:** Das Thema muss auf einen bestimmten Punkt reduziert werden. Meist sind das zwei Schlagwörter, die der Redner mit einer gut aufgebauten und persönlichen Geschichte für jeden nachvollziehbar macht. Damit gibt er den Zuhörern einen Impuls und diese beginnen, sich eigene Gedanken zu machen. Das versuchen wir zu vermitteln, wenn wir Vorträge im Ted-Stil in der Führungskräfteentwicklung einsetzen.

**personalmagazin:** *Das klingt aber so, als sei es schwierig, den Erfolg von Ted in der Führungskräfteentwicklung zu messen...*

**Edelkraut:** Das ist in der Tat schwierig, denn man kann den Erfolg nur schwer auf den Auslöser zurückführen. Ein Beispiel aus meiner Praxis zeigt das: Als externer Moderator saß ich mit drei Geschäftsführern zusammen. Ihre Frage war: „Wie positionieren wir das Unternehmen in Zukunft?“. Als Einstieg haben wir den Ted-Talk von Simon Sinek gewählt, der sich um die Frage dreht, warum Unternehmen das tun, was sie tun. In den 18 Minuten des Talks konnte man sehen, wie die Geschäftsführer unruhig wurden. Sofort danach begannen sie darüber zu diskutieren, was ihr „Warum“ ist. Nach einer Minute waren wir tief in den Interna des Unternehmens. Da hat der Ted Talk in den Managern etwas ausgelöst – aber was davon ist denn noch Ted? Der Prozess war ihr eigener. ■

Das Interview führte **Andrea Sattler**.