

TED Talks

Was Sie von Webvideos lernen können

Was verbindet einen schwedischen Statistikprofessor mit einem englischen Pädagogen, einem 13-jährigen Massai und vielen anderen, oft ganz normalen Leuten? Ihr Erfolg! Genauer gesagt, dass sie es geschafft haben, mehrere hundert Millionen Menschen mit ihren Ideen und Projekten zu inspirieren und zu motivieren. Möglich machen dies die TED-Konferenzen, die unter dem Motto „Ideas worth spreading“ Menschen zusammenführen, die besondere Ideen, Projekte oder Fähigkeiten präsentieren. Kurz, präzise und authentisch.

Die Videomitschnitte der TED Talks (www.ted.com) sind für jeden frei zugänglich und verbreiten sich in enormer Geschwindigkeit.



Autoren |

Dr. Frank Edelkraut, Geschäftsführer Mentus GmbH, im Projekt- und Transformationsmanagement, sowie als Interimsmanager in HR-Leitungsfunktionen tätig. Führungskräfteentwickler und Experte für die Nutzung digitaler Medien und sozialer Lernformate

www.mentus.de
fe@mentus.de

Stephan Balzer, Geschäftsführer redonion GmbH, seit über 20 Jahren als Unternehmer und Medienberater aktiv, ist er der erste Lizenznehmer für die Durchführung von TED-Konferenzen in Deutschland und als globaler TED Ambassador aktiv

info@redonion.de

Wenn Hans Rosling, der Statistikprofessor, im Stil eines Sportreporters die Entwicklung von Armut oder Bildung auf der Welt präsentiert oder der Bildungsexperte Ken Robinson erläutert, warum unser Bildungssystem umgebaut werden muss, tun sie dies in einer Art und Weise, die menschliche Grundbedürfnisse bedient und gleichzeitig extrem professionell wirkt. Selbst Richard Turere, der Schüler aus Kenia, zeigt auf der TED-Bühne eine Ausstrahlung, die ihm stehende Ovationen des Publikums und über 1,2 Millionen Views im TED-Portal einbringen.

So wundert es nicht, dass die mehr als 1.500 TED Talks bis heute über drei Milliarden Mal angesehen wurden und eine fast exponentielle Zuwachsrate aufweisen. Dies gilt auch für andere digitale Formate der Kommunikation, die stark wachsen und klassische Kommunikationsformate wie die Medien Fernsehen oder Print zunehmend bedrängen.

Derartige Veränderungen betreffen alle Bereiche, in denen es um die Verbreitung von Informationen geht.

So ist auch der Bildungsbereich im Umbruch. Klassische Bildungsanbieter wie Schulen, Hochschulen, Seminarveranstalter et cetera verlieren an Bedeutung, da die Zahl und Qualität der Alternativen stark zunimmt. So kann man mit gutem Gewissen behaupten, dass Youtube und Wikipedia heute bereits mehr zur Weiterbildung beitragen als manche klassischen Bildungsformate. Die Masse der „Erklärvideos“ ist enorm, und

die häufig sehr professionelle Machart verändert auch die Wahrnehmung der Nutzer auf Bildung. Ein Beispiel ist die Khan Academy, die aus der Idee entstand, Schülern Mathematik näher zu bringen und heute eine Vielzahl an Fächern anbietet. Die Videos sind viele Millionen Mal gesehen worden, und die positiven Kommentare bei Youtube sprechen für sich. Warum? Sie sind nutzergerecht aufgebaut, inspirieren und sind jederzeit verfügbar.

Info: TED Organisation

TED ist eine Nonprofit-Organisation mit Sitz in New York, mit dem Ziel, innovative Ideen, neue Denksätze und kreative Visionen, unter anderem zu den Themen Technologie, Science, Entertainment und Design, zu verbreiten.

TED-Konferenzen wurden 1984 ins Leben gerufen und folgen dem Motiv „Ideas Worth Spreading“. Zweimal im Jahr kommen weltweit führende Denker, Macher und Künstler auf der TED-Konferenz zusammen. Ihre TED Talks werden nach der Konferenz auf TED.com veröffentlicht. Seitdem wurden bereits über drei Milliarden TED Talks online angeschaut.

Regionale TED-Konferenzen werden als TEDx bezeichnet und von regionalen Kooperationspartnern, nach den Regeln der TED-Organisation, durchgeführt. Zwischenzeitlich werden TEDx-Konferenzen in allen Regionen der Welt durchgeführt, das Netz der Durchführungspartner ist weltumspannend.

Mit dem Erfolg der Online-Medien verändern sich die Nutzungsgewohnheiten der Menschen also ebenso, wie ihre Erwartungen an Kommunikation und Lehrformate. In einer digitalen Welt, in der nahezu jede Information verfügbar ist und ansprechende Formate wie TED Talks, Blogs oder Wikipedia jederzeit zugreifbar sind, besteht einfach keine Notwendigkeit, Medien und Menschen zuzuhören, die ihre Nachrichten nicht in ansprechender Weise präsentieren. Dozieren ex cathedra muss heute nicht mehr akzeptiert werden, ebenso wie Lehre, die zu lange braucht, bis sie die Fragen der Menschen beantwortet.

Und was bedeuten die neuen Kommunikationsformate und die durch sie ausgelösten Veränderungen für die Wirtschaft und einzelne Unternehmen? Die beschriebenen Erwartungen und Gewohnheiten lassen Mitarbeiter nicht am Werkstor zurück, und vielleicht sind sogar eigene Mitarbeiter diejenigen, die zum enormen Erfolg der digitalen Formate beitragen. Vielleicht als Produzenten von Webvideos, Autoren bei Wikipedia oder in anderen Formaten. Daher wird es Zeit, darüber nachzudenken, wie die Unternehmenskommunikation, die Personalentwicklung und die Führungskultur und -arbeit von den digitalen Medien betroffen sind und wie das enorme Potenzial der digitalen Formate in der Personal- und Organisationsentwicklung genutzt werden kann.

Die Geschichte hinter der Geschichte

Nehmen wir die Art, wie üblicherweise Veränderungen von Geschäftsmodellen, Umstrukturierungen oder andere Transformationen von Unternehmen kommuniziert werden: In einer Mitarbeiterversammlung oder Pressekonferenz werden Fakten präsentiert, die anstehende Veränderungen als unvermeidlich und alternativlos darstellen. Die Reaktionen sind selten positiv. Nun stellen Sie sich vor, wie die gleiche Nachricht bei den Mitarbeitern ankommt, wenn ein Vorstand in der Art eines TED Talks seine ganz persönliche Geschichte zum gleichen Sachverhalt erzählt. Seine Ideen, Ängste, Überzeugungen, die Widerstände und Unterstützung im Umfeld und wie die Entscheidung zustande kam. Was verbindet er mit dem Neuen, das erreicht werden soll, was sind die Erwartungen an die Mitarbeiter, wie wollen wir miteinander umgehen. Die Nachricht an sich bleibt gleich, die andere Art, der menschliche Zugang erlaubt es den Mitarbeitern jedoch, besser zu

verstehen und nachzufühlen, warum die anstehende Veränderung sinnvoll ist, und sich mit dem neuen Weg zu identifizieren. Menschen vertrauen und folgen Menschen – und nur Menschen.

Dies ist auch die eine Botschaft, die Simon Sinek in seinem TED Talk „How great leaders inspire action“ erläutert. Er zeigt auf, wie wichtig die Geschichte hin-

Info: Talks von Chris Anderson, Simon Sinek, Salman Khan und Eli Pariser

Chris Anderson: How web video powers global innovation

TED's Chris Anderson says the rise of web video is driving a worldwide phenomenon he calls Crowd Accelerated Innovation – a self-fueling cycle of learning that could be as significant as the invention of print. But to tap into its power, organizations will need to embrace radical openness.

Simon Sinek: How great leaders inspire action

Simon Sinek has a simple but powerful model for inspirational leadership all starting with a golden circle and the question „Why?“ His examples include Apple, Martin Luther King, and the Wright brothers ... (TEDxPugetSound.)

Salman Khan: Let's use video to reinvent education

Salman Khan talks about how and why he created the remarkable Khan Academy, a carefully structured series of educational videos offering complete curricula in math and, now, other subjects. He shows the power of interactive exercises, and calls for teachers to consider flipping the traditional classroom script – give students video lectures to watch at home, and do „homework“ in the classroom with the teacher available to help.

Eli Pariser: Beware online „filter bubbles“

As web companies strive to tailor their services (including news and search results) to our personal tastes, there's a dangerous unintended consequence: We get trapped in a „filter bubble“ and don't get exposed to information that could challenge or broaden our worldview.

ter der Geschichte ist, um Menschen zu inspirieren. Sie wollen verstehen, welchen Sinn eine Organisation oder ein Produkt stiften, und dieses Verständnis treibt Handlungen an. Die Sinnstiftung macht große Führer oder Marken aus.

Veränderte Kommunikation führt zum Erfolg

Es müssen aber nicht immer die großen Themen und Anlässe sein, die durch TED Talks unterstützt werden können. Auch im operativen Führungsalltag mit all seinen kleinen Herausforderungen kann eine veränderte Kommunikation zum Erfolg beitragen. Wie oft werden wichtige strategische Fragen, der Blick über den Tellerrand oder einfach das Gespräch miteinander zugunsten vermeintlicher oder echter operativer Notwendigkeiten vernachlässigt? Mit einfachen Mitteln kann eine Führungskraft verhindern, dass die Scheuklappen des operativen Geschäfts zu eng werden, und auch hier können TED Talks helfen. Die Videomitschnitte der TED Talks sind frei verfügbar und können zum Beispiel als Inspiration an den Beginn eines Meetings gestellt werden. Wie wäre es mit einem Lunch&Learn zum Thema Innovation, das mit dem TED Talk von Eli Pariser „Beware online filter bubbles“ beginnt? Fragen nach den eigenen Wahrnehmungsblasen und ausgetretenen Pfaden, die eine Gruppe von einer umfassenderen Sicht auf die Welt und Innovationen abhalten, werden automatisch entstehen und diskutiert werden.



(Rechte bei redonion)

Info: Nutzungsbereiche der vorhandenen TED Talks auf www.ted.com

a. Innovationsmanagement:

Videos können eingesetzt werden, um Denkprozessen zu initiieren, die zu neuen Ideen führen. Weiterhin können Themen aus unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet werden und erweitern so „das Spielfeld“, auf dem sich die Beteiligten bewegen.

b. Transformationsmanagement/Change Management/Projektmanagement

Videos zeigen auf, wie wesentlich, aber auch normal eine kontinuierliche Transformation für Unternehmen ist. Die Welt verändert sich, und positive Beispiele für gelungene Transformationen machen Mut, die eigene Transformation durchzuführen.

c. Organisationsentwicklung/Arbeitsorganisation/KVP

Der Blick über den Tellerrand, das Hinterfragen bestehender Annahmen zur bestehenden Organisation sowie das Aufzeigen anderer Organisationsformen und -denkweisen unterstützen bei der Überprüfung und Neujustierung von Organisationseinheiten.

d. Führungskräfteentwicklung/Teamentwicklung/Qualifizierung von Mitarbeitern

Mit Hilfe der Videos lässt sich vermitteln, wie Menschen lernen und worauf beim Design von Lernformaten zu achten ist. Die Videos selbst und darin vorgestellte Formate und Inhalte geben Anregungen für das eigene Design von Lehrveranstaltungen.

e. Produktmanagement

Die Entwicklung neuer Produkte, deren Vermarktung und die Kommunikation mit Kunden sind Themen, die durch Webvideos bearbeitet werden können. Sie helfen vor allem dabei, die Sichtweise der Kunden und anderer Stakeholder intensiver zu beleuchten und regen zu vielfältigeren Strategien an.

Aus Sicht der Personalabteilung und der Personalentwicklung bieten TED Talks und die dahinter stehenden Kommunikationsprinzipien eine hervorragende Chance, die Führungskultur und -fähigkeiten im Unternehmen positiv zu entwickeln. Sowohl die kommunikative Kompetenz als auch die digitale Kompetenz der Führungskräfte lassen sich positiv beeinflussen und tra-

gen dazu bei, die Führungsleistung zu verbessern. Die Arbeiten von Zenger und Folkman (u.a. managerseminare 2014) haben 16 Kernkompetenzen exzellenter Führung aufgezeigt. Die Mehrheit davon kann geschult und weiterentwickelt werden, indem Videos und Talks genutzt werden. Insbesondere die in der Praxis am schwächsten ausgeprägte Kompetenz „Inspiration & Motivation“ ist mit einer Qualifizierung für TED Talks einfach und nachhaltig zu entwickeln. Die Inspiration, die von den TED Talks ausgeht, ist schließlich das, was dieses Format groß gemacht hat.

Info: The TED Commandments

1. **Dream big.** Strive to create the best talk you have ever given. Reveal something never seen before. Do something the audience will remember forever. Share an idea that could change the world.
2. **Show us the real you.** Share your passions, your dreams ... and also your fears. Be vulnerable. Speak of failure as well as of success.
3. **Make the complex plain.** Don't try to dazzle intellectually. Don't speak in abstractions. Explain! Give examples. Tell stories. Be specific.
4. **Connect with people's emotions.** Make us laugh! Make us cry!
5. **Don't flaunt your ego.** Don't boast. It's the surest way to switch everyone off.
6. **No selling from the stage!** Unless we have specifically asked you to, do not talk about your company or organization. And don't even think about pitching your products or services or asking for funding from stage.
7. **Feel free to comment on other speakers, to praise or to criticize.** Controversy energizes! Enthusiastic endorsement is powerful!
8. **If possible, don't read your talk.** Notes are fine. But if the choice is between reading or rambling, then read!
9. **You must end your talk on time.** Doing otherwise is to steal time from the people that follow you. We won't allow it.
10. **Rehearse your talk** in front of a trusted friend ... for timing, for clarity, for impact.

Ein praktisches Beispiel liefert der Vorstand eines Chemiekonzerns. Zur Vorbereitung einer internationalen Managementkonferenz bereiteten alle Mitglieder einen kurzen Talk vor, der jeweils einen Themenbereich der Konferenz eröffnete und inspirieren und motivieren sollte. Dabei wurden die Prinzipien und Regeln für TED Talks für die Entwicklung inspirierender Geschichten und einer professionellen Präsentation eingehalten. Die Geschichten wurden über mehrere Wochen, unterstützt durch TED-Coaches, entwickelt und mehrfach verfeinert. Die Vorbereitung auf den Auftritt und den Videomitschnitt erfolgten in einem halbtägigen Bootcamp. Die Teilnehmer der Konferenz waren vom neuen Stil begeistert, und die Videomitschnitte sind heute im Intranet verfügbar und helfen, die Botschaften weiter zu verbreiten.

Veränderung der Führungskultur

Dieses und andere Beispiele zeigen, dass die Nutzung von TED Talks nicht nur die jeweiligen Kommunikationssituationen verändert, sondern darüber hinaus mit Effekten auf die Kommunikations- und Führungskultur zu rechnen ist. Wenn die Fokussierung auf ein Thema, das präzise und ansprechend dargeboten wird, Schule macht, wie werden sich wohl Meetings verändern? Es ist davon auszugehen, dass sie deutlich effizienter werden, da niemand mehr langwierige Powerpoint-Schlachten und politisches Blabla akzeptiert. Oder Zielvereinbarungen, Leistungs-Feedbacks, Projektaufträge: Überall, wo intensiv kommuniziert wird, können die Regeln für TED Talks und die Fertigkeiten, die dazu gehören, positiv genutzt werden.

Last but not least werden Videos als Format der Kommunikation, Schulung und Dokumentation häufiger eingesetzt und sind durch einfache Zusatzinstrumente, wie eine Kommentierung oder Like-Buttons, problemlos in Kollaborationsplattformen integrierbar. Was in der Internetwelt gut funktioniert, kann auch innerhalb der Unternehmen positiv wirken. Es braucht nur jemanden, der Initiative ergreift und den neuen Standard etabliert. Die Organisationsentwicklung oder Kommunikationsabteilung können dies ebenso sein, wie die Personalabteilung, die über die Führungskräfteentwicklung vielleicht den wirksamsten Hebel besitzt. Er muss nur angesetzt werden.

Literatur |

- Anderson, Ch.: How to give a killer presentation. In: Harvard Business Review, June 2013
- Folkman, J.: Gute Führung reicht nicht. Interview in: managerseminare, April 2014
- Rosling, H.: http://www.ted.com/talks/hans_rosling_shows_the_best_stats_you_ve_ever_seen
- Robinson, Sir K.: http://www.ted.com/talks/ken_robinson_says_schools_kill_creativity
- Turere, R.: http://www.ted.com/talks/richard_turere_a_peace_treaty_with_the_lions
- Sinek, S.: http://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action
- Pariser, E.: http://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles
- Anderson, Ch.: http://www.ted.com/talks/chris_anderson_how_web_video_powers_global_innovation