

Wenke-Briefings

Vorträge, Keynotes, moderierte Diskussionen

zu den Themenbereichen: **individuelle Medienkompetenz von Führungskräften und Mitarbeitern im konkreten Berufsalltag.**

- Fokus und „Lerneffekt“: Wie man sich persönlich und als Firma/Organisation nach innen und außen profiliert.
- Präsentation und optisches Material intensiv in der Form, von ungemeiner Fakten- und Argumente-Fülle in der Substanz.
- Kurzweilige und inspirierende Vorträge/Reden von extremer Nützlichkeit für alle im Management und Personen mit Entscheidungsverantwortung.



Nun hören Sie mir doch mal zu ...

«Wir lernen in der Schule lesen und schreiben, kaum über die Schrift noch Kommunikation. Im Studium wird Wissen vermittelt, aber nicht Wissensvermittlung trainiert. Die Welt wird aufgeregter und hektischer, immer vielfältiger und komplexer – doch wie wir sie anderen begreiflich machen sollen, bleibt uns oft selbst ein Rätsel. Dabei ist es gar nicht so schwer, zum guten Kommunikator zu werden. Man muss mit Menschen so umgehen, wie sie fühlen. Dann kann man an Vernunft, Logik und Verstand appellieren. Schließlich haben wir alle einen gemeinsamen Genpool, der Jahrmillionen damit zurecht kam, auch ohne Sprache, Gedrucktes, Fernsehen oder Computer zu kommunizieren. Die Kunst ist, diese archaisch-instinktive Kommunikation mit den technischen Möglichkeiten der ich-jetzt-hier-sofort-Ansprüche des modernen Lifestyles zu verbinden. Genau davon handeln meine Briefings. Sie vermitteln Medien-Kompetenz.»

infotainment about media competence:

- ▶ Wie denken, reagieren und entscheiden Menschen ?!
- ▶ Wie kann man andere positiv und suggestiv beeindrucken und damit eigene Botschaften und Informationen in den Köpfen anderer „verankern“ ?!
- ▶ Wie müssen Informationen, Präsentationen, Medieninhalte und -Auftritte, konzipiert und strukturiert sein, damit sie eine gewünschte Wirkung erzielen ?!

Booking

- ▶ Alle Vorträge eignen sich für **interne Veranstaltungen** und Anlässe (Mitarbeiter- oder Kunden-Events) oder **öffentliche Präsentationen** (Symposien, Kongresse, Jahrestagungen, innerhalb von anderen Seminaren usw.).
- ▶ Berücksichtigung firmen-, kongress-, themen-individueller Aspekte möglich.
- ▶ **Honorarpauschalen** (*Netto-Preise, Reisezeit inkludiert, Reisekosten 1:1 separat*):
 - **Vortrag, Keynote** bis zu ca. 1 Stunde, halber Tag Anwesenheit, 2.200 Euro
 - **Übernahme von kompletten Moderationen** (Sessions, Diskussionsrunden oder komplette Tagungen) *in Kombination mit Vortrag/Keynote* je Ganztage 2.600 Euro

Hans-Georg Wenke@wenke net
 fon +49 212 254 01 10
 mob +49 172 203 20 20
 Hasselstraße 182 | D-42651 Solingen

Titel & Themen des aktuellen Vortragsprogramms:

WB1: „Wetten, dass Sie nur bis 7 denken können!“

Ein ungemein spannender und informativer Vortrag über Informationsflut und daraus resultierende Überforderungen für alle Berufstätigen.

Zahlen zum beruflichen Kommunikationsalltag, die belegen, warum wir alle (ohne Ausnahme) eigentlich von der heutigen Informationsflut völlig überfordert sind. Aber: Was jeder dagegen tun kann. Für sich und seine Kommunikationspartner. Und ganz nebenbei wird auch geklärt, „wie denkt der Mensch denn überhaupt?“.

WB2: „Ups, wo sind denn unsere Zielgruppen geblieben?“

Ein Referat mit vielen Anregungen für alle, die kommunizieren müssen.

Wir alle haben ein enormes grundsätzliches Problem: wir können unsere Zielgruppen nicht mehr wirklich richtig ansprechen, weil die Individuen viel zu unterschiedlich sind. Das Ende der „Massenkommunikation“? Und wie macht man wirklich „1:1-communication“, fragmentiertes/segmentiertes Marketing? Wie erreicht man „alle“, obwohl jeder völlig anders denkt? Die Antwort: Technik ist zwar auch ein wichtiger Faktor. Doch auf den Content kommt es an, um sein eigenes richtiges Konzept zu finden, um im Markt und Köpfen von Entscheidern/Käufern mehr als bisher präsent zu sein!

WB3: „Ökologie ist purer Kapitalismus“

Thesen und Tatsachen über „grünes Drucken“ und Ökologie in der Medienwelt, die alle faszinieren, die für Information, Kommunikation, Medien und Dokumentation verantwortlich sind oder sie herstellen.

Nachhaltigkeit ist das Leitwort der postkapitalistischen Ära und wird meist nur auf materielle oder energetische Ressourcenschonung bezogen. Doch in der Informations- und Kommunikationsstrategie jedes einzelnen – ob Person, Unternehmung, Organisation, Verwaltung/Behörde im Markt und in der Öffentlichkeit – muss dies auch für die Medienproduktion gelten. Wie kann man mit dem geringst möglichen Einsatz den maximalen bzw. optimalen Kommunikations- und Einfluss-Nutzen erzielen?

WB4: „Marketing-Faustformeln vom Johann Wolfgang G.“

Eine begeisterte Mischung aus Entertainment und Informationskaskaden (also Infotainment) über die Art und Weise, wie Menschen denken.

Die teuerste Publikation (egal, von wem wie womit warum hergestellt) ist die, die ihre Wirkung verfehlt. Das größte Desaster im Markt und der Öffentlichkeit, aber auch intern und im Team, ist, miss- oder gar nicht verstanden zu werden. Es ist verblüffend, wie präzise und modern, wie ungemein treffend und nützlich Goethe im „Faust“ beschrieben hat, wie Marketing funktioniert. Warum Soap-Operas so beliebt sind. Wie man Werbung macht. Warum Menschen manchmal partout nichts kapieren wollen und wie man sie doch dazu bekommt, offen zu sein für unsere Ideen, die wir Ihnen einflüstern. So sind Sie fit für die Gretchenfrage „Sag, Heinrich, wie hältst Du’s mit der Kommunikation?“

WB5: „Medien sind schlimm. Aber die Zukunft ist schlimmer.“

Wer fit-for-future sein will, auf search-for-excellence unterwegs ist und an das survival-of-the-fittest glaubt, der braucht diese Informationen, um heute schon zu wissen, was morgen von einem verlangt wird.

Nichts ist faszinierender als die Zukunft. Schon allein, um uns entweder darauf zu freuen oder davor zu fürchten. Schon heute verarbeiten wir als Berufstätige monatlich die Informationsmenge, die wir vor nur 20, 25 Jahren im ganzen Jahr verkraften mussten. Und wie werden wir in den nächsten fünf, zehn, gar zwanzig Jahren mit der Informationslawine umgehen? Die Antwort ist relativ einfach: einige werden darüber verrückt und sind aus dem Rennen. Die anderen gewöhnen sich eine Coolnes an, die heute noch staunen lässt. Der einzige Haken dabei: wir müssen dafür unser gesamtes Leben ändern. Beruflich wie privat. Neugierig geworden? Na, dann hören Sie sich mal die Prognosen an!

WB6: „Die Gefahr des Ungefähren.“

Wie immer im Leben: es kommt auch in der Kommunikation auf die Balance an. Zu viel Konkretes und Direktes verschreckt die Menschen. Bleibt die Aussage zu ungenau, geht der Schuss nach hinten los: Konfusion statt Chaos.

Die heutige jüngere (Akademiker-) Generation drückt sich vor konkreten Festlegungen! Was wie ein plumpes Vor-Urteil klingt, hat in den Unternehmen und Organisationen gravierende Auswirkungen. Je intensiver etwas diskutiert wird, desto unklarer werden Fall und Lösung. Die Komplexheit und Kompliziertheit der Welt ist nicht nur allein durch die Sache an sich zu erklären. Die Erklärungen, die zur Sache gegeben und im Umlauf sind, verhindern allzu oft den Durchblick und sorgen für reichlich mentalen Nebel. Welche Absurditäten im Alltag längst Gewohnheit geworden sind und was dagegen hilft, zeigt dieser Vortrag mit vielen überraschenden Pointen – und Selbst-Erkenntnis ‚frei Haus‘.

«

Solche Vorträge und Keynotes sind wie eine Brain-Shower. Eine erfrischende Wachmacher-Dusche voller interessanter Aspekte, inspirierender Ideen und essentiellen Erfahrungen. So viel Stoff, dass man noch Tage und Wochen darüber sinnieren kann. Und so manches davon zum eigenen Nutzen auch in die Tat umsetzt. »

Kommentar eines Veranstalters.