

## ***Themen finden und entwickeln***

***von Dr. Petra Bock***

„Ich will auf die Bühne und will Menschen begeistern! Aber worüber soll ich sprechen?“ Das fragen mich viele Einsteiger im Speaking. Die Antwort ist einfach: das, worüber Sie sich auskennen und was gleichzeitig Ihr Publikum interessiert. Weit verbreitet ist die Vorstellung, dass professionelle Speaker über alles sprechen könnten. Es stimmt zwar, dass gut ausgebildete und erfahrene Redner recht locker auch aus dem Stehgreif gute Beiträge zustande bringen – ihre Karriere aber bauen sie auf dem auf, worin sie Experten sind. Unser derzeitiger Präsident, Prof. Dr. Lothar Seiwert ist *der* Experte für Zeitmanagement. Nikolaus B. Enkelmann steht für Erfolg und Rhetorik, Samy Molcho für Körpersprache, Reinhard Sprenger für Motivation und Selbstverantwortung. Die Reihe ließe sich endlos fortsetzen.

### *Expertise aufbauen*

Die Top Speaker werden fast alle mit einer Expertise in Verbindung gebracht. Einem Thema, in dem sie bereits durch ihre Arbeit Experten waren oder in dem sie ihre Expertise durch Bücher, Veröffentlichungen, Seminare und Vorträge aufgebaut haben. Was könnte Ihre Expertise sein?

Grundsätzlich können Sie sich zwischen drei Expertise-Formen entscheiden. Sie können Experte sein in

- einer Methode
- einer Zielgruppe
- einem Thema

### *Methodenexperte sein*

Wenn Sie beispielsweise einen Schwerpunkt auf systemischem Arbeiten oder auf NLP haben, können Sie Vorträge als Experte für diese Methode halten. Manche Redner haben selbst Methoden entwickelt, über die sie sprechen. Wenn Sie sich in der Themenentwicklung für eine Methode als Ihren Schwerpunkt entscheiden, besteht die Herausforderung darin, die Relevanz und Brillanz der Methode für Veranstalter und deren Publikum herauszuarbeiten. Sie müssen also klar und einfach

rüber bringen können, was man davon hat, Ihre Methode anzuwenden und für wen und was sie sich besonders eignet. Die eigene Begeisterung reicht nicht.

### *Zielgruppenexperte sein*

Wenn Sie sich auf eine Zielgruppe spezialisieren, kann das ein guter Anschlusspunkt an Ihre bisherige Karriere sein. Dort wo sie herkommen, kennen Sie sich gut aus. Der Verkaufsexperte Jens Uwe Köhler war z.B. selbst im zahntechnischen Bereich tätig und begann seine steile Karriere als Redner vor Zahnärzten. Wenn Sie aus dem Finanzdienstleistungsbereich kommen, wissen Sie, welche Themen den Unternehmen und ihren Mitarbeitern dort auf den Nägeln brennen. Worum geht es den Menschen in diesem Bereich heute? Was sind die Herausforderungen, die Ziele, Sehnsüchte? Wenn Sie sich an eine Zielgruppe wenden, aus der sie selbst stammen oder die sie gut kennen, erhöht das für Sie und Ihre Themen die Glaubwürdigkeit. Ein wichtiger Faktor für Ihre Chancen auf dem Speaker-Markt. Wer selbst nie verkauft hat, sollte sich nicht auf das Thema Vertrieb spezialisieren, auch wenn es ein guter Markt für Redner und Trainer ist. Wer selbst nie geführt hat, sollte sich nicht auf Führung spezialisieren – es sei denn, Sie haben es geschafft, Expertise durch ein Buch oder eine andere relevante Veröffentlichung gezeigt zu haben. Das Problem: Menschen hören sofort, ob Sie deren Sprache sprechen und deren Alltag und deren Themen kennen oder nur theoretisieren. Wenn Sie sich also auf eine Zielgruppe spezialisieren, ist es von Vorteil, mit Ihrem Thema möglichst nah an Ihrer eigenen bisherigen Laufbahn zu bleiben und dadurch vor Menschen zu sprechen, die Sie kennen und verstehen.

### *Themenexperte sein*

Wenn Sie sich mit einem Thema besonders gut auskennen und das zum Schwerpunkt Ihrer Vorträge machen, hat das den Vorteil, dass Sie vor sehr unterschiedlichen Zielgruppen sprechen können, ohne an Glaubwürdigkeit zu verlieren. Ich selbst begann meine Rednerkarriere mit einem Thema, das mich viele Jahre lang selbst beschäftigt hatte, nämlich mit der Frage, wie man seine Berufung findet und erfolgreich umsetzt. Nachdem ich es für mich selbst geklärt hatte und bereits Hunderte Menschen zu dazu beraten und ein Buch geschrieben hatte, fing ich an, Vorträge dazu zu halten. Das Thema „Seine Berufung finden und leben“ hat für die unterschiedlichsten Menschen Relevanz. Ob alt, ob jung, ob Mann, ob Frau,

studiert oder ausgebildet: viele Menschen sehnen sich danach, ihre Berufung zu finden und zu ihrem Beruf zu machen. Ist ein Thema der eigene Schwerpunkt, lässt es sich gut für die verschiedenen Auditorien entwickeln. Spreche ich vor Führungskräften, geht es um „Führung als Berufung“. Spreche ich vor Assistentinnen, geht es darum, wie man aus dem Beruf der Assistenz eine Berufung macht usw.

### *Themen entwickeln*

Ob Sie sich einer Zielgruppe widmen oder ein Thema in den Mittelpunkt Ihrer Arbeit stellen – wichtig ist, dass Sie die Themen organisch weiter entwickeln und für verschiedene Anlässe ausbauen oder fokussieren können. Themenentwicklung ist wie ein Dialog mit dem zukünftigen Publikum: Was bewegt die Menschen, vor denen ich spreche? Was an meinem Themenschwerpunkt interessiert dieses Auditorium besonders? Wo „drückt“ der Schuh? Was wollen diese Menschen erreichen? Was fasziniert und begeistert sie? Wie „ticken“ sie? Manchmal entwickeln sich dabei völlig neue Themen und Aspekte, die dann gefahrlos integriert werden können, wenn sie auf der bisherigen Expertise aufbauen. Beim Thema Berufung habe ich z.B. die Erfahrung gemacht, dass meine Coaching-Klienten und mein Publikum oft fragen, ob sich mit der eigenen Berufung auch gutes Geld verdienen lässt. Es war also eine natürliche Folge des Berufungsthemas, dass ich mich als nächstes mit dem Thema „Geld“ und wie man mit seiner Arbeit zu einem authentischen Wohlstand kommt, beschäftigt und mein nächstes Buch dazu geschrieben habe. Da ich selbst mehrere Jahre in der Frankfurter Bankenwelt gearbeitet habe, brachte ich sowohl als Coach, der täglich mit Menschen zu den Themen „berufliche Erfüllung und Erfolg“ arbeitet als auch als Finanzexpertin die nötige Glaubwürdigkeit mit, um als Speaker von unterschiedlichsten Unternehmen und Veranstaltern gebucht zu werden.

Wenn Sie sich mit Ihrem Expertenthema einen Namen als Speaker gemacht haben, kann es sein, dass Sie auch zu anderen Themen angefragt werden. Einfach deshalb, weil sich herumgesprochen hat, dass Sie ein guter Redner oder eine gute Rednerin sind. Das wohl eindrucksvollste Beispiel für diesen Weg ist die letzte Präsidentin der GSA, Sabine Asgodom, CSP, von der ich behaupten würde, dass Sie jeden Saal füllt, einfach deshalb weil Menschen mit ihr herausragende Vortragsabende und echte Erlebnisse, verbinden und sie persönlich erleben wollen. Sicherlich ist das die Krönung einer Speakerlaufbahn, aber auch Sabine Asgodom hat als auflagenstarke

Buchautorin und Expertin für Themen wie Selbst PR oder Work-Life-Balance begonnen.

Was also könnte Ihr Thema sein? Womit kennen Sie sich aus? Worin sind Sie Experte? Was können wir von Ihnen lernen?

Dr. Petra Bock (39) ist mehrfache Bestsellerautorin und gehört zu den gefragtesten Rednerinnen in Deutschland. Mittlerweile wird sie in den Medien als eine der führenden Coachs in Deutschland bezeichnet. Sie ist Mitglied des Vorstands der GSA und leitet eine eigene Ausbildungsakademie für Coachs. ([www.petrabock.de](http://www.petrabock.de))