

Meine sehr geehrten Damen und Herren,

ich habe Ihnen heute keine Folien mitgebracht, Sie bekommen meine Ausführungen pur, ohne schmückendes dressing. Worte gehören ja ohnehin nicht auf Folien, die sag ich lieber, denn das gesprochene Wort ist gegenüber dem geschriebenen eindeutig im Vorteil, es kann mit Emotionen geladen und durch Gestik, Mimik verstärkt werden. Und Bilder? Die sind immer so endgültig, so final. So war es, so ist es. Außerdem stammen alle Bilder, die ich Ihnen zeigen könnte, aus meiner Erfahrung, aus meiner Wirklichkeit. Und die muss mit der Ihren überhaupt nicht übereinstimmen. Und deshalb bitte ich Sie auch: Glauben Sie bitte von dem, was ich heute sage, kein Wort. Aber denken Sie mal drüber nach. Ich habe recht in meiner Wirklichkeit, meine Erfahrungen sind meine Erfahrungen, so wie Sie recht in Ihrer Wirklichkeit haben, denn Ihre Erfahrungen sind die Ihren. Und natürlich sind wir alle auch an Ihren Erfahrungen interessiert, deshalb machen wir diesen workshop. Bringen Sie Ihre Erfahrungen mit in diese Runde ein, ich will schließlich auch etwas zum Nachdenken mitnehmen. Ich glaube, ein ganz zentrales Ergebnis dieses workshops „Selling the invisible“ muss es sein, Ihr Kopfkino in Bewegung zu setzen.

Der Kopf ist die Schutzhülle des Gehirns und einer der profundesten Kenner des Gehirns und einer der herausragenden Gehirnchirurgen in Deutschland ist Professor Rudolf Fahlbusch. Lange lebten er und seine Frau Hanna, eine tolle Opernsängerin, im gleichen Ort wie wir. Meine Frau und Hanna waren befreundet, man traf sich also ab und an bei Fahlbuschs oder bei uns zum Kaffee oder Tee. Zum Ende der 80er Jahre saßen wir mal bei Fahlbuschs bei Kaffee und Kuchen, und während die Damen sich über musikalische Früherziehung bei Kindern austauschten, führte ich mit dem Professor ein Gespräch, das ich Ihnen sinngemäß einmal wiedergeben möchte.

Ich: „Wie ist das eigentlich mit den beiden Gehirnhälften, links und rechts? Was ist denn in welcher Gehirnhälfte gespeichert?“ Er: „Sie müssen sich das Gehirn wie eine gigantische Bibliothek vorstellen. Am Eingang ist das Register der Bibliothek, alle Bedeutungen, alle Assoziationen und alle Verknüpfungen unterschiedlichster Sinneseindrücke sind da hinterlegt. Das ist Ihre linke Gehirnhälfte. Die rechte Gehirnhälfte ist ein riesiges Lager mit allen Bildern, Gerüchen, Geräuschen, Tönen, Geschmäckern, haptischen Informationen, also auch Emotionen, Gefühlen, Ängsten, all dem, was Ihren Erfahrungsraum ausmacht. Und dieser Erfahrungsraum wird täglich größer, denn hoffentlich machen Sie täglich neue Erfahrungen.“ Ich: „Okay, aber wie läuft das im Gehirn ab, wenn ich etwas Bekanntes höre, sehe, rieche, erfühle?“ Er: „Ich beschreibe Ihnen das mal in einfachen, aber sehr bildhaften Worten. Nehmen wir an, Sie sehen einen Apfel. In der rechten Gehirnhälfte wird

blitzschnell eine Blaupause oder ein Print der Wahrnehmung erstellt, die Akteure der rechten Gehirnhälfte zeigen diesen Print den Akteuren der linken Gehirnhälfte und fragen: ‚Sagt mal, Jungs, was ist das? Gebt mal die Info, die ihr dazu habt.‘ Und da Sie schon mehr als einen Apfel gesehen haben, weiß Ihr Gehirn sehr schnell, das ist ein Apfel. Und vielleicht haben Sie genau einen solchen Apfel schon mal auf dem Bauernmarkt in Neunkirchen gekauft und erinnern sich an die Worte der Bäuerin, die Ihnen sagte, dass das ein Apfel der Sorte Jonagold ist. Dann beißen Sie auch noch in den Apfel hinein und wissen: So einen habe ich schon einmal als 13-Jähriger mit meinem Jugendfreund, nennen wir ihn Max Müller, aus Nachbars Garten stibitzt. Und kurzzeitig aktiviert der Körper sogar die damalige physiologische und biochemische Reaktion ihres Körpers, Puls und Atmung beschleunigen sich, Sie fühlen wieder den Stress, die Cortisole, das Adrenalin und die Angst, weil Nachbars Hund hinter Ihnen her war. Das alles geschieht so blitzschnell und dringt auch nicht immer an die Bewusstseins-Oberfläche, aber es passiert Ihnen: Sie beißen in einen Apfel und fragen sich ganz unbewusst: Was ist eigentlich aus Max Müller geworden, was macht der heute? Moral: das Gehirn ist analog, es speichert nicht nur Bilder, Gerüche, Geräusche, Töne, Geschmäcker, haptische Informationen, Emotionen, Gefühle, Ängste, es speichert ganze Geschichten.“ Ich: „Hoch interessant und sehr spannend, aber jetzt nehmen wir an, ich sehe etwas, zu dem die Jungs in der linken Gehirnhälfte nun keine Entsprechung und irgendeine Information haben. Was passiert da?“ Und statt der diesmal sehr ausführlichen und leider wenig bildhaften Erklärung des Professors, machen wir jetzt ein Experiment:

((Sven Hannawald 2001 auf der Skisprungschanze in Innsbruck))

Wieder zurück zu unserem Gespräch mit Professor Fahlbusch. Ich: „Alles ganz logisch, Herr Professor, und hoch interessant. Aber gibt es das, das ich in meinem Register in der linken Gehirnhälfte einen Eintrag habe, zu dem ich in der rechten Gehirnhälfte kein Bild, keinen Ton, keinen Geruch, keinen Geschmack und auch kein Gefühl habe?“ Er: „Unmöglich, das Register in der linken Gehirnhälfte wird ja erst geschrieben, wenn ein Sinneseindruck in der rechten Gehirnhälfte vorliegt.“ Ich: „Und was ist mit einem Begriff wie ‚Service‘ oder ‚Versicherung‘. Da habe ich einen Registereintrag links, aber kein Bild rechts. Gar nichts.“

Und dann sagte der Professor Fahlbusch den für mich entscheidenden Satz: „Noch einmal, Herr Riehm, das Register in der linken Gehirnhälfte wird erst geschrieben, wenn ein Sinneseindruck in der rechten Gehirnhälfte vorliegt. Wenn Sie also links einen Eintrag haben, dann kann es sich nur um einen Begriff handeln, der einen Prozess oder ein Interface beschreibt, die sind körperlos und daher nicht mit Emotionen verknüpft und daher für Sie ohne eine wirkliche Bedeutung oder

Relevanz. Die bekommt der Begriff erst, wenn er mit Sinnesreizen angefüllt ist, wenn Sie die Bedeutung des Prozesses oder Interfaces erfahren und erleben. Sie müssen Handelnder, Sie müssen Akteur in einer Geschichte sein, in der der Nutzen des Prozesses oder Interfaces die entscheidende Hauptrolle spielt.“

An dieser Stelle verlassen wir einmal mein Gespräch mit Professor Fahlbusch, denn die entscheidenden Dinge sind alle gesagt. Ich fasse sie noch einmal zusammen:

- Rechte Gehirnhälfte: Speicher aller Sinneseindrücke faktisch und emotional,
- Linke Gehirnhälfte: Register mit allen Bedeutungen, Assoziationen und Verknüpfungen
- Das Gehirn speichert analog, also in Abfolgen von Bildern, Geräuschen, Gerüchen, Gefühlen, Geschmäckern und Emotionen positiver oder negativer Ausprägung. Das Gehirn speichert Geschichten.
- Je aktiver meine Rolle in dieser Geschichte ist, desto stärker meine emotionale Beteiligung und desto intensiver meine Ausbildung von Erfahrung.
- Prozesse und Interfaces sind körperlos und damit erst einmal sinnes-reizlos und auch emotionslos.

Soweit die Lektion von Professor Fahlbusch.

Meine zweite Lektion habe ich von Pia gelernt, Pia ist eine gefragte Landschaftsarchitektin und Pia ist blind. Pia hat mir in vielen Gesprächen erklärt, dass der Mensch aktive, passive und atmosphärische Sinnesorgane habe. Auge und Ohr seien passive, ja sogar anonyme Sinnesorgane, man kann sehen, ohne gesehen zu werden (Peep-Show, Fernsehen, Kino, Fußballstadion) und man kann hören, ohne gehört zu werden (Lauschangriff, Konzert, etc.). Beim Sehen und Hören könne man in einer passiven Konsumentenhaltung verharren, ohne an dem, was man sieht und hört, beteiligt zu sein. Ich bin betroffen, sicher, wenn ich starke Bilder sehe oder ausdrucksstarke Musik höre. Aber ich bin nicht beteiligt, also passiv.

Die drei anderen Sinne kann ich nur aktiv anwenden. Wenn ich jemanden oder etwas erfühlen will, muss ich in „handgreifliche Distanz“ gehen. Noch weiter muss ich die Distanz reduzieren, wenn ich jemanden oder etwas riechen will. Und der intimste Sinn ist der Geschmack. Nicht alles darf meine Zunge berühren, und bei den Menschen haben ja nur meine Frau und meine Töchter das ungefragte Recht, mich zu erschmecken.

Wenn wir Professor Fahlbusch's Lektion und Pia's Lektion kombinieren, schlussfolgert die Erkenntnis:

- Je aktiver meine Rolle in einer Geschichte ist, desto stärker meine emotionale Beteiligung und desto intensiver meine Ausbildung von Erfahrung. Aktivierung erfolgt am ehesten über die aktiven Sinnesorgane Haptik, Geschmack, Geruch.

Wie kann man so etwas einfach umsetzen? Daimler hat das 1993 für mich extrem eindrucksvoll auf der IAA umgesetzt. Es gab 4 Rolltreppen, über die die Besucher aus dem Erdgeschoss auf den Daimler-Stand kamen. Oben standen Hostessen, die begrüßten die Besucher: „Wir freuen uns, dass Sie auf unseren Stand gekommen sind.“ Und dann mit einem weiteren Lächeln: „Darf ich Ihnen ein Glas Wasser zur Erfrischung anbieten?“ Ein Glas Wasser – in allen Kulturen die elementarste Form der Gastfreundschaft. Mit einem simplen Glas Wasser wird die Rolle des zuvor anonymen Besuchers zu einem Gast der Daimler AG verwandelt. Brilliant.

Ich werde oft gefragt, was denn die zentrale Herausforderung eines Messe-machers sei und oft höre ich im Kollegenkreis die Antwort: möglichst viele Besucher auf den Stand zu bringen. Ich habe eine andere Antwort und die lautet: möglichst die richtigen Besucher auf den Stand zu bringen und bei denen - unvergesslich zu sein. Das geht nur, wenn der Besucher den Stand anders verlässt, als er in betreten hat. Eine solche Einstellungsveränderung nennt man Lernen.

Wie lernt man? Generationen von Schülern haben deutsche Literatur aus kleinen, gelben Reclam-Heftchen gelernt. Wie langweilig. Unser Deutschlehrer Herwig hat mit uns den Keller der Schule ausgemistet, um Sitze und einfachste Beleuchtung bei allen gebettelt, wo er Chancen sah, manch eigenen Geldschein gesponsert, wir haben an Kulissen gemalert und Vorhänge genäht, Kostüme entworfen und dann Literatur gespielt. Unser Lateinlehrer Muffi Mayer hat sich mit dem Musiklehrer Hahne verbündet und Liebeslieder – zum Teil sehr anstößig – von Catull vertont, die wir natürlich trotz unser Vorlieben für die Heroen der Rockmusik zum besten gaben. Klar – wir können nicht mit unseren Besuchern Messestände bauen wie wir damals das Schultheater. Und schwerlich werden wir mit den Gästen auf dem Messestand zotige Lieder singen können. Aber nachhaltiges Lernen mit der Ausbildung starker Erinnerungsmarken erfordert zwingend das eigene Tun und Handeln. Eine Untermenge von handeln ist Hand, lasst uns also die Hand oder Hände unserer Besucher auf Messen und Events aktivieren und wir eröffnen zumindest die Chance auf Lernen.

Fazit (in 10 Geboten):

1. Basis der Events, Messeauftritte, Veranstaltungen, usw. sind Geschichten, in denen der Nutzen, der dem Markt angeboten werden soll, die Hauptrolle spielt. Geschichten mit einem starken Handlungsstrang, inszenierten dramatischen Überhöhungen, frohen Botschaften und einem happy end. Und ganz egal, ob der Nutzen einen oder mehrere Körper hat oder unsichtbar ist.
2. Um Geschichten zu spielen, braucht man eine Bühne. Und eine Bühne muss auch jeder Messestand sein. Mit Kulisse, Bühnenbild und Schauspielern, die eine aktive Rolle spielen und sich nicht nur in der Kulisse herumdrücken.
3. Die Akteure des Event-Veranstalters (Standdienstmannschaft, usw.) kennen und praktizieren ihre eigene Rolle laut Drehbuch. Sie helfen dem Besucher, sich in der Geschichte zu orientieren und seine aktive Rolle auszuüben.
4. Der Besucher des Events bekommt eine aktive Rolle in der Inszenierung. Die einfachste Form der Aktivierung ist, den Besucher „hand-greiflich“ werden zu lassen.
5. Es ist eine spannende Form der Inszenierung, den Besucher den angebotenen Nutzen in einer anderen, ver-rückten Wirklichkeit mit Spaß lernen zu lassen. Es ist zwingend erforderlich dabei zu helfen, dass der Besucher das Gelernte in seine berufliche Wirklichkeit mitnehmen kann. Bei dieser Transferleistung sind der Standdienst und alle anderen Akteure des Veranstalters gefordert.
6. Es ist eine andere, spannende Form der Inszenierung, mit den Zeitachsen zu spielen. Dabei kann Medientechnik helfen. Die Gegenwart findet in einem Film auf der Leinwand statt, die Zukunft passiert jetzt live auf der Bühne. Ideal, wenn jetzt noch Akteure im Film und Live auf der Bühne miteinander kommunizieren.
7. Eine weitere spannende Form der Inszenierung ist die Asynchronität. Durch verschiedenste Sinneseindrücke bringt man im Verlauf der Geschichte die Erwartung der Besucher in eine bestimmte Richtung, die man dann ganz bewusst bricht und dadurch ein hohes Maß an Verblüffung und Verwunderung erzielt.
8. Oft kann man Geschichten schon viel früher beginnen lassen als zum eigentlichen Event oder Messeauftritt. Z. B. mit der Einladung. Da kann man den

Besucher schon neugierig machen auf die Geschichte, der eigentliche Showdown und die Auflösung findet dann live auf der Bühne statt.

9. Es ist eine besonders gute Form der Follow-up-Kommunikation, wenn der Besucher im Nachgang zum Event eine Dokumentation erhält, die seine Rolle als „Held“ in der Geschichte beschreibt. Und nicht vergessen „Danke“ zu sagen.
10. Wenn Sie nicht wissen, in welcher Geschichte und mit welcher Inszenierung Sie den Nutzen Ihres Unternehmens erzählen können, dann nehmen Sie doch einfach Kontakt mit mir auf:

riehm.

creative Konzepte & Inszenierungen
für Messen & Events
Nürnberg

91077 Neunkirchen am Brand

Tel. +49 9134 99 56 95

Fax +49 9134 99 56 94

mobil +49 163 743 46 00

mail hartmut.riehm@email.de

Und nun viel Erfolg bei der Umsetzung.