



Claudia Nöllke / Michael Schmettkamp

Präsentieren



HAUFE.

Urheberrechtsinfo

Alle Inhalte dieses eBooks sind urheberrechtlich geschützt.

Die Herstellung und Verbreitung von Kopien ist nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlages gestattet.

Speziell für TaschenGuide-Leser:

Kostenlose Downloads

unter haufe.de/arbeitshilfen



Mustertexte, Checklisten, Excel-Rechner
und vieles mehr zu folgenden Themen:

- Betriebswirtschaft und Rechnungswesen
- Recht und Geld
- Management und Führung
- Kommunikation und Soft Skills

Buchcode:

TGA-HL12

Und so geht's

- Einfach unter www.haufe.de/arbeitshilfen
den Buchcode eingeben
- Oder QR-Code scannen und
direkt über Ihr Smartphone
oder Tablet auf die Website gehen



Präsentieren

Claudia Nöllke
Michael Schmettkamp

3. Auflage

HAUFE.

Inhalt

Teil 1: Praxiswissen Präsentieren

| | |
|---|-----------|
| Die fünf schlimmsten Präsentationskiller | 7 |
| Präsentationen vorbereiten | 11 |
| ▪ Redeanlass, Publikum und Umgebung | 12 |
| ▪ Welches Ziel haben Sie? | 14 |
| ▪ Material sammeln, auswählen und ordnen | 16 |
| ▪ Die richtige Dramaturgie | 21 |
| ▪ Manuskript und Karteikarten | 31 |
| ▪ Übung macht den Meister | 43 |
| Wie Sie die Sinne ansprechen | 59 |
| ▪ Visualisierungen – worauf kommt es an? | 60 |
| ▪ Grafische Schaubilder, Tabellen und Bilder | 62 |
| ▪ Modelle und Produkte zum Anfassen | 68 |
| ▪ Die wichtigsten Medien für Präsentationen | 70 |
| ▪ Effekte mit Multimedia | 75 |

| | |
|---|------------|
| Präsentationen halten | 81 |
| ▪ Sympathisch und kompetent auftreten | 82 |
| ▪ Was macht mein Publikum? | 91 |
| ▪ Wie Sie in Diskussionsrunden eine gute Figur machen | 95 |
| ▪ Mit Fragen richtig umgehen | 98 |
| | |
| Präsentationen nachbereiten | 105 |
| ▪ Auf Erfahrungen aufbauen | 106 |
| ▪ Fragebogen »Fremdeinschätzung« | 107 |
| ▪ Fragebogen »Selbsteinschätzung« | 109 |
| | |
| Präsentieren im Verkauf | 111 |
| ▪ Besondere Rahmenbedingungen | 112 |
| ▪ Kundenbesuche vorbereiten | 113 |
| ▪ Die vier Phasen des Verkaufsgesprächs | 118 |

Teil 2: Training Präsentieren

| | |
|---|------------|
| Die inhaltliche Vorbereitung | 129 |
| ▪ Darum geht es in der Praxis | 130 |
| ▪ So lernen Sie Ihre Zielgruppe kennen | 131 |
| ▪ Legen Sie Ihre Ziele fest | 136 |
| ▪ Das Sammeln und Ordnen des Materials | 140 |
| ▪ So legen Sie den roten Faden fest | 149 |
| ▪ Wie Sie den Einstieg interessant gestalten | 151 |
| ▪ Bereiten Sie gute Argumente vor | 159 |
| ▪ Fragen und Einwände – was könnte kommen? | 161 |
| | |
| Präsentationsmedien und Visualisierung | 165 |
| ▪ Die richtigen Medien auswählen | 166 |
| ▪ Was Sie bei Visualisierungen beachten sollten | 169 |
| ▪ Wie Sie PowerPoint optimal einsetzen | 180 |
| ▪ So proben Sie Ihre Präsentation | 186 |

| | |
|--|------------|
| Medien und Geräte richtig einsetzen | 193 |
| ▪ Darum geht es in der Praxis | 194 |
| ▪ Wo Sie am besten sitzen, stehen oder gehen | 195 |
| ▪ Flipchart & Co. – so benutzen Sie die Medien effizient | 198 |
| ▪ Kompetent an Beamer und PC | 201 |
| | |
| Ihr überzeugender Auftritt | 211 |
| ▪ Darum geht es in der Praxis | 212 |
| ▪ Wie Sie Ihr Lampenfieber in den Griff bekommen | 213 |
| ▪ Wichtig: Körpersprache und Kleidung | 216 |
| ▪ So optimieren Sie Ihre Stimme und Sprechweise | 219 |
| | |
| Gelassen bleiben in schwierigen Situationen | 221 |
| ▪ Darum geht es in der Praxis | 222 |
| ▪ Mit Fragen richtig umgehen | 223 |
| ▪ Einwände kompetent behandeln | 226 |
| ▪ Wenn Sie den roten Faden verloren haben | 231 |
| | |
| ▪ Stichwortverzeichnis | 234 |

Vorwort

Fast jeder sieht sich irgendwann einmal mit der Aufgabe konfrontiert, vor anderen etwas präsentieren zu müssen. Vielleicht hat Ihr Chef Sie gebeten, einen Vortrag zu halten. Vielleicht haben Sie gerade eine Stelle als Vertriebsassistent angetreten und sollen sparsamen Kunden teure Computer verkaufen. Oder Sie wollen in einer Informationsveranstaltung für eine gemeinnützige Sache werben.

Was auch immer Sie vorhaben oder wozu man Sie überredet hat – dieser TaschenGuide lehrt Sie rasch die wichtigsten Schritte zu einer eindrucksvollen, überzeugenden Präsentation. Er zeigt Ihnen mit vielen wertvollen Tipps und Checklisten, wie Sie sich effektiv vorbereiten und mit Hilfsmitteln von Flipchart bis PowerPoint Ihre Zuhörer fesseln können. Sie erfahren außerdem, was eine gute Nachbereitung bringen kann und wie Sie auch während der Präsentation alle auftauchenden Schwierigkeiten souverän und professionell meistern. Sie werden sehen, dass es gar nicht so schwer ist, mit abwechslungsreichen Präsentationen bei Ihrem Publikum anzukommen.

Im zweiten Teil des TaschenGuides finden Sie ein ausführliches Lern- und Übungsprogramm: Detaillierte Trainingseinheiten führen Sie Schritt für Schritt zum perfekten Vortrag – von der gründlichen Vorbereitung bis zur optimalen Körpersprache.

Die fünf schlimmsten Präsentationskiller

Die meisten Präsentationen wirken wie Schlaf-tabletten. Mit jedem Wort des Vortragenden sinken wir tiefer in den Stuhl.

Fünf der häufigsten Fehler werden im folgenden Abschnitt näher betrachtet.

Viele Reden, Vorträge und Vorfürhungen warten nicht mit einem Fehler auf, sie sind eine Ansammlung von kleinen Katastrophen. Der Zuhörer straft sie, indem er sich auf dem Stuhl räkelt, zur Toilette geht, mit dem Nachbarn schwatzt oder Verkäufern die Tür weist. Wenn Sie während Ihrer eigenen Präsentation solche Reaktionen beobachten – was schon ein Pluspunkt ist, manche Redner sehen Ihre Zuhörer erst gar nicht an –, dann machen Sie irgendetwas noch nicht ganz richtig. Aber schauen wir uns erst einmal an, womit die meisten Redner sich unbeliebt machen.

1. Ich rede so lange, wie ich will!

Das ist eine weitverbreitete Sünde. Manche finden es schick und halten es für ihr Recht, die Redezeit zu überschreiten. Schließlich sind die anderen Vorträge nicht so wichtig wie der eigene! Typisch sind Sätze wie: »Aber nun komme ich endlich zum Schluss, meine sehr verehrten Damen und Herren ...«, und dann folgen weitschweifige Ausführungen, natürlich immer wieder von dem Versprechen unterbrochen, gleich am Ende zu sein. Eines ist dabei sicher: die Zuhörer sind es schon lange.

2. Ich spreche einfach über mein Thema!

Natürlich müssen Sie über Ihr Thema sprechen. Aber setzen Sie die richtige Brille dabei auf! Angenommen, ein Lebensmittelkonzern bittet einen renommierten Wissenschaftler, auf einer Pressekonferenz über gentechnisch veränderte Lebensmittel zu sprechen. Der Mann kennt sich hervorragend aus und kommt gleich zur Sache. Nur leider hat er vergessen,

sein Publikum erst einmal aufzuklären, was gentechnische Manipulation bei Lebensmitteln ist. Denn im Publikum sitzen nicht die Kollegen des Wissenschaftlers und auch nicht die Fachpresse, sondern junge Mütter, die das neue Essen auf den Familientisch bringen sollen.

Auch der umgekehrte Fall ist ungünstig, wenn ein Redner in aller Ausführlichkeit ein Publikum aufklärt, das über die Materie bereits bestens im Bilde ist.

3. **Am besten ignoriert man die Zuhörer!**

Sicher haben Sie schon Versicherungsberater erlebt, die zwar wie ein Wasserfall, aber nicht zu Ihnen gesprochen haben. Oder schwitzende Referenten, die vor Lampenfieber keinen Blick ins Publikum werfen. Kein Wunder, es könnte ja schon gegangen sein.

Die Zuhörer und ihre Bedürfnisse zu ignorieren, kann viele Ursachen haben. Unsicherheit, Aufregung oder Angst sind sicher die häufigsten. Dieser TaschenGuide wird Ihnen im Kapitel »Keine Angst vor Lampenfieber!« zeigen, wie Sie souverän auftreten.

4. **Improvisation ist alles!**

Das finden so manche Redner, die uns mit ihrer Präsentation auf die Nerven gehen. »Ich hatte einfach keine Zeit mich vorzubereiten« ist das eigentliche Thema ihres Vortrags. Sie haben ständig etwas vergessen zu erwähnen und müssen dann noch mal von vorne anfangen. Sie erzählen Witze, die nicht zum Thema passen. Sie fuchteln mit einem USB-Stick herum und blicken dabei hoffnungsvoll ins Publikum: »Kennt

sich hier zufällig jemand mit dem Beamer aus?« Aber natürlich, es gibt bestimmt irgendeine mitleidige Seele, die diesem Meister der Improvisation aus der Patsche helfen wird. Aber verdient hat er es nicht!

5. **Ich bin besser als andere!**

Sollte dies wirklich der Fall sein, herzlichen Glückwunsch. Aber selbst dann sollte man, wenn überhaupt, geistige Höhenflüge sparsam dosieren. Die meisten Menschen, die sich Ihre Präsentation anhören, werden Normalsterbliche sein. Das bedeutet: Auch wenn Sie ein besonders intellektueller, talentierter, begnadeter Zeitgenosse sind – verzichten Sie auf abgehobene Anspielungen oder unverständliche Begriffe, und erzählen Sie keine Witze in einer Sprache, die kein Mensch versteht. Schön, wenn Sie begabt sind. Aber die meisten Zuhörer sind bestimmt nicht gekommen, um Sie zu bewundern.

Sie selbst müssen im Beruf oder privat immer wieder unprofessionelle Präsentationen ertragen. Nutzen Sie diese Erfahrung für sich! Überlegen Sie: Warum reagiere ich gelangweilt oder wütend? Mit welchen Verhaltensweisen hat der Vortragende meine negativen Gefühle provoziert?

Präsentationen vorbereiten

Eine Präsentation kann nur so gut werden wie ihre Vorbereitung. Dabei gilt es, sich vorab über alle Rahmenbedingungen des Vortrags klar zu werden.

In diesem Kapitel erfahren Sie

- wie Sie die passenden Vortragsziele definieren,
- wie Sie Ihre Inhalte sammeln und gliedern,
- wie Sie die Zuhörer mit der richtigen Dramaturgie fesseln,
- welche Gedächtnisstützen Sie für Ihren Vortrag verwenden können und
- weshalb Sie die Vortragssituation im Vorfeld üben sollten.

Redeanlass, Publikum und Umgebung

Bevor Sie sich den Kopf über Inhalte und geniale Formulierungen für Ihre Präsentation zerbrechen, müssen wir ein paar ganz banale Dinge klären. Denn wie erfolgreich Sie sein werden, hängt wesentlich davon ab, ob Ihr Auftritt exakt auf die Rahmenbedingungen zugeschnitten ist.

BEISPIEL

Stellen Sie sich vor, Sie würden von einem Unternehmen um einen Vortrag über das Management von morgen gebeten. Sie bereiten eine 10minütige Präsentation vor und ernten bei den Führungskräften der Firma großen Erfolg. Noch während diese applaudieren, stürzt der für die Organisation zuständige Mitarbeiter auf Sie zu: Ihr Vortrag sei der einzige, erklärt er zitternd. Man habe eine einstündige Rede erwartet! Womit man denn jetzt die restliche Zeit füllen solle?

Für unliebsame Überraschungen sorgt häufig auch Unkenntnis über die technische Ausstattung. Vielleicht lebt Ihre Rede von einer beeindruckenden PowerPoint-Präsentation? Dann werden Sie ziemlich verzweifelt sein, wenn Sie erfahren, dass es gar keinen Beamer gibt.

Recherchieren Sie immer erst den Anlass Ihrer Rede, wer Ihnen zuhört und wo Sie auftreten. Vor allem wenn Ihnen improvisieren wenig liegt und Sie zu Lampenfieber neigen, ist das beruhigende Gefühl, alles bedacht zu haben, besonders wichtig.

Gehen Sie die folgende Checkliste durch, um sich über die Rahmenbedingungen Ihrer Präsentation klar zu werden. Manche Fragen können Sie sicher sofort beantworten. Um die restlichen

zu klären, sollten Sie sich frühzeitig mit der Person in Verbindung setzen, die für die Organisation verantwortlich ist. Bei ihr können Sie auch Wünsche loswerden, falls Sie welche haben.

Checkliste: Rahmenbedingungen

| | |
|------------------------------|--|
| Redeanlass | Warum findet die Veranstaltung/Vorführung statt? Welches Ziel verfolgen die Veranstalter? |
| Art der Veranstaltung | Handelt es sich um eine Tagung, ein Verkaufsgespräch, eine Schulung etc.? |
| Atmosphäre | Ist der Rahmen formell, feierlich oder eher zwanglos, locker? |
| Ihre Präsentation | Sind Sie einer von vielen Rednern oder der Hauptredner? Welchen Stellenwert hat Ihr Thema? Wie lange ist Ihre Redezeit? |
| Die Präsentationen | Über was werden die anderen sprechen? Gibt es Redner, die gegen Sie und Ihre Meinung antreten? |
| Der Ablauf | Wie sieht das Programm aus? Vor oder nach welchen anderen Rednern treten Sie auf? Ist eine anschließende Diskussion/ Fragerunde geplant? |
| Die Umgebung | Werden Sie im Freien oder in einem Raum (Konferenzsaal, Turnhalle, Zelt etc.) sprechen? Wie sieht die technische Ausstattung aus? Wie ist der Raum aufgebaut, wo werden die Zuhörer sitzen/stehen, werden Sie vor dem Publikum, in seiner Mitte oder von einer Bühne aus sprechen? |

Das Publikum

Was erwartet das Publikum von der Veranstaltung und von Ihnen?

Wie viele Leute werden kommen?

Ist es freiwillig da oder handelt es sich um eine Pflichtveranstaltung?

Wie ist der Wissensstand im Hinblick auf Ihr Thema?

Wie viele Vorträge hat das Publikum bereits gehört, wenn Sie auftreten?

Werden Sie mit herein- oder heraus strömenden Zuhörern rechnen müssen (z. B. bei einer Messe-Vorführung)?

Welches Ziel haben Sie?

Jetzt wird es Zeit, sich über das Ziel Ihres Vortrages oder Ihrer Vorführung Gedanken zu machen. Nicht wenige Menschen sind so fasziniert von der Vorstellung vor anderen zu sprechen, dass sie den tosenden Beifall der Zuhörer oder ihren Neid als Ziel formulieren. »Mein Chef soll vor Bewunderung in die Knie sinken« ist aber keine Zielformulierung für Ihre Präsentation. Der bloße Wunsch nach Erfolg wird keinen Vorgesetzten ins Wanken, keinen Kunden zum Kauf Ihrer Produkte bringen.

Ihr Ziel könnte hingegen sein:

- andere von der eigenen Meinung überzeugen
- Wissen vermitteln
- Entscheidungshilfen anbieten
- Rechenschaft ablegen

- Interesse für ein neues Produkt wecken
- um Verständnis für unangenehme Entscheidungen werben

Warum ist das Ziel so wichtig?

Es gibt das alte Sprichwort: Wer nicht weiß, wohin er will, wird auch nie ankommen. So dürfte es Ihnen mit einer Präsentation gehen, für die Sie kein Ziel formuliert haben. Nur wer sein Ziel kennt, kann seine Argumente, die Struktur der Präsentation darauf abstimmen. Sonst produzieren Sie viele Mosaiksteinchen, die nicht zusammenpassen, und der Zuhörer kann sich kein Bild machen von dem, was Sie sagen.

Wie beuge ich falschen Zielen vor?

Manchmal können die Ziele jedoch falsch sein. Hier beugen Sie vor, indem Sie die Rahmenbedingungen genügend ausloten.

BEISPIEL

Nehmen wir einmal an, Sie wären ein leidenschaftlicher Gegner von Tierversuchen und würden für alternative Möglichkeiten beim Test von Arzneimittelwirkstoffen kämpfen. Ein Pharma-Unternehmen lädt Sie ein, Ihre Position vorzutragen.

Auf dem Kongress treten Sie als erster Redner auf und stellen die alternativen Testmöglichkeiten vor. Anschließend betritt der zweite Redner das Podium. Etwas für Sie Unerwartetes geschieht: Er hat jedes einzelne Ihrer vorgestellten Verfahren berücksichtigt und belegt eindrucksvoll, dass manche Tests nur am lebenden Organismus möglich sind. Natürlich, Sie haben gewusst, dass Sie sich im Feindesland befinden. Sie haben aber nicht in Erfahrung gebracht, worüber die anderen Redner sprechen werden. Ihr Ziel hätte nicht lauten dürfen: »Ich stelle alternative Methoden vor«, sondern: »Ich will meine Zuhörer von alternativen Methoden überzeugen«.

Das Redeziel verliert man leicht aus den Augen. Schreiben Sie es deshalb auf! Wenn Sie dann später Ihre Präsentation ausformulieren, überprüfen Sie ständig, ob die Struktur und die Argumente die Zielformulierung unterstützen. Was nicht dazu passt, fällt weg!

Material sammeln, auswählen und ordnen

Vielleicht haben Sie ein wenig Sorge, dass Sie für Ihr Thema nicht ausreichend Material finden. Dazu besteht aber kein Grund. Zum einen sind fachliche Dinge leicht zu recherchieren, zum anderen sind Sie selbst mit Ihren Lebenserfahrungen eine hervorragende Informationsquelle.

Anschauliche, packende Präsentationen leben nicht nur von fachlichem Wissen, sondern auch von persönlichen Erfahrungen. Was Sie sagen, wirkt überzeugender, wenn Sie nicht nur als Spezialist, sondern als Mensch sprechen.

In den folgenden beiden Checklisten sind wesentliche Quellen aufgeführt, die Sie für Ihre Materialsuche nutzen können.

Die erste Checkliste enthält Hinweise, wie Sie Informationen zu Ihrem Fachgebiet erhalten, die zweite gibt Ihnen Tipps, wie Sie Ihre Präsentation durch persönliche Erlebnisse interessanter und lebendiger gestalten können.

Checkliste: Fachinformationen

| | ✓ |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Recherchieren Sie im Firmenarchiv bzw. bei Verbänden und Organisationen: Was hält das eigene Unternehmen/der eigene Verband/ die Organisation etc. zum Thema bereit? | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Online oder vor Ort in der Bibliothek: Fachbücher und Nachschlagewerke | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tageszeitungen und Fachzeitschriften | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Internet: Fachportale, Blogs, Nachrichten-Feeds usw. | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Holen Sie sich Tipps von Arbeitskollegen. | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kalender, Zitatensammlungen, Sprichwörter: Manchmal findet man einen treffenden Spruch oder eine schöne Anekdote, die auflockernd wirkt. | |

Checkliste: persönliche Erfahrungen

| | ✓ |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Eine ungewöhnliche Begegnung | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Das Absurdeste, was Sie jemals erlebt haben | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Geschichten aus der Schule und Ausbildungszeit | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Einschneidende Ereignisse, die das Leben verändert haben (selbst erlebt oder von Freunden berichtet) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Der erste Tag in der neuen Firma | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Die schlimmsten Marotten Ihres Chefs (natürlich nicht des aktuellen, der Ihnen gerade zuhört!) | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Träume | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Peinliche Begebenheiten im Beruf oder Privatleben | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Besonders aufregende Ereignisse auf Reisen, in exotischen Ländern | |

Das Material auswählen

Jetzt haben Sie jede Menge Material zur Verfügung. Wie geht es weiter? Ganz einfach: Sie wählen diejenigen Informationen aus, die für Ihre Zielerreichung wichtig sind.

Bei der Auswahl fragen Sie sich:

- Welche **Inhalte**
- kann ich in der vorgegebenen **Redezeit**
- meiner **Zielgruppe** präsentieren
- um mein **Ziel** zu erreichen?

Das Material ordnen

Im Folgenden stellen wir eine recht einfache Methode vor, das Material auszuwählen und zu ordnen. Dabei arbeiten Sie mit einer These, die im Laufe der Präsentation untermauert wird.

BEISPIEL

Sie sprechen vor einer Gruppe von Werbeleitern über das Thema »Neue Zielgruppen für die Waschmittelwerbung«. Als Ziel haben Sie formuliert: »Ich will meine Zuhörer davon überzeugen, dass die Gruppe der 25- bis 40-jährigen Männer den Waschmittelabsatz steigern wird.« Sie haben jede Menge Material gesammelt: Studien über die Waschgewohnheiten in Familien und männlichen Singlehaushalten, über die Häufigkeit des Wäschewaschens, die meistbenutzten Waschmittel, die Medien, über die die männliche Zielgruppe am besten zu erreichen ist, usw.

Sie ordnen Ihr Material, und zwar im Hinblick auf Ihre Zielformulierung. Dabei berücksichtigen Sie die Redezeit. Wir nehmen an, Sie hätten 15 Minuten, um Ihre Argumente zu entfalten. Dies könnte mit der Aufgabenstellung des Beispiels etwa folgendermaßen aussehen:

▪ **Sie starten mit Ihrer Ausgangsbehauptung:**

Männer sind eine neue wichtige Zielgruppe für Waschmittelwerbung.

▪ **Sie treten den Beweis an:**

Studien belegen, dass immer mehr Männer waschen und Waschmittel einkaufen. Sie müssen deshalb in der Werbung angesprochen werden.

▪ **Sie bieten Hintergrundinformationen:**

Die Waschgewohnheiten in Familien: Hier hat sich gezeigt, dass nicht mehr ausschließlich Mütter für die Wäsche verantwortlich sind, sondern auch jeder zweite Vater zweimal pro Woche wäscht, selbst Waschmittel einkauft und verschiedene Marken kennt. Studien haben außerdem ergeben, dass die Zahl der männlichen Singlehaushalte wächst.

▪ **Sie erstellen Prognosen:**

Sie zeigen auf, wie sich der Absatz von Waschmitteln bei Männern entwickeln könnte.

▪ **Sie stellen Maßnahmen vor:**

Sie nennen abschließend Medien, über die Männer erreicht werden können, etwa TV, Männerzeitschriften etc.

Wie Sie bei der Argumentation noch vorgehen können

Es gibt natürlich eine Vielzahl von weiteren Möglichkeiten, das Material anzuordnen. Sie werden erkennen, dass die folgenden Vorschläge dem Zuhörer eher »unter die Haut gehen«, also eine emotionalere Ansprache ermöglichen.

Zum Beispiel schreiten Sie bei der Anordnung des Materials bzw. der Argumente

- **vom Allgemeinen zum Besonderen**

Sie schildern die Zerstörungskraft eines explodierenden Atomkraftwerkes und stellen den nüchternen Fakten anschließend das Schicksal eines verstrahlten Kindes gegenüber.

- **von den Auswirkungen zu den Ursachen**

Sie beginnen mit der erschreckenden Zahl der Drogentoten in Deutschland und gehen dann langsam über zu den Themen Orientierungslosigkeit von Jugendlichen, Angst, zerrüttete Familien etc.

- **vom Angenehmen zum Unangenehmen**

Sie stellen z. B. mit bunten, ansprechenden Fotos die Kunst der Kosmetik dar und zeigen dann Bilder von Tieren, an denen Inhalts- und Wirkstoffe getestet wurden.

- **von den Problemen zu den Lösungen**

Sie schildern den schleppenden Verkauf eines neuen Produktes Ihrer Firma und entwerfen dann gezielte Marketingstrategien.

Die richtige Dramaturgie

Vielleicht erinnern Sie sich noch an Ihren letzten Theaterbesuch. Das Stück – vorausgesetzt, es funktionierte nach dem klassischen Muster – hatte eine Dramaturgie, d.h. die Geschichte entwickelte sich zu einem Höhepunkt hin. Jede Szene baute auf die nächste auf. Als Zuschauer haben Sie diese Dramaturgie als spannend und packend erlebt.

Angewendet auf Ihre Präsentation bedeutet das: Ihre Zuhörer werden Ihnen nur dann mit Interesse folgen, wenn sie eine Dramaturgie erkennen und nachvollziehen können. Dafür müssen Sie alle Argumente bzw. Inhalte Ihres Vortrages auf das Ziel der Präsentation ausrichten und anordnen. Auf diese Weise gelangen Sie zu einer sinnvollen Gliederung.

Machen Sie eine Gegenprobe, um die Dichte Ihrer Gliederung zu überprüfen: Nehmen Sie einen Punkt heraus! Sollten Sie feststellen, dass das Argumentationsgebäude dann zusammenbricht bzw. nicht mehr plausibel ist, haben Sie alles richtig gemacht!

Titel, die neugierig machen

Sollte es sich bei Ihrer Präsentation um einen Vortrag halten, dann ist bereits der Titel der erste wichtige Punkt für eine gute Dramaturgie. Auch wenn Sie ein Buch kaufen, schauen Sie zuerst auf den Titel: »Macht er mich neugierig? Klingt er interessant?«

Hier einige Tipps, wie Sie gute Titel für Ihre Präsentation finden:

- Nennen Sie eine Zahl: »Die fünf schlimmsten Präsentationskiller – Wie Sie Vorträge in den Sand setzen«.
- Arbeiten Sie mit Sprichwörtern: »Ohne Moos nix los – Bürger in der Schuldenfalle«.
- Stellen Sie eine Frage: »Geschieden – was nun?«
- Spielen Sie auf Lied-, Buch- oder Filmtitel an: »Jenseits von Techno – Musik und Jugendkultur«.
- Verwenden Sie das Wörtchen wie: »Wie Sie im Handstreich Ihr Publikum gewinnen«.
- Nutzen Sie gängige Formulierungen wie »Alles über ...«, »Das Einmaleins der ...«, »Worauf es beim ... ankommt« etc.

Packende Einleitungen

Mit der Einleitung nehmen Sie Ihre Zuhörer gewissermaßen an die Leine. Haben Sie sie erst einmal dort, werden sie Ihnen überallhin folgen. Vorausgesetzt natürlich, Sie zerren sie nicht herum, sondern führen sie sanft. Dann kann das Gelände, sprich Ihr Anliegen, ruhig schwierig sein.

Beachten Sie den Zeitrahmen: Sie sollten zwei, höchstens drei Sätze zu jedem Punkt Ihrer Einleitung sagen!

In der Einleitung kommt es darauf an, die Aufmerksamkeit und das Wohlwollen der Zuhörer zu gewinnen und zu erklären, was sie erwartet.

Die Einleitung besteht aus folgenden Teilen:

- 1 Startsignal
- 2 Begrüßung
- 3 Vorstellung Ihrer Person und Ihrer Kompetenz auf dem betreffenden Gebiet
- 4 Informationen über Ziele, Inhalte und Ablauf der Präsentation

1 Das Startsignal

Vielleicht treten Sie auf einer Messe auf, wo es laut und turbulent zugeht. Aber selbst in einem Konferenzsaal ist es eine Herausforderung, die nötige Aufmerksamkeit zu gewinnen. Die Zuhörer sitzen meist plaudernd, Kaffee trinkend oder müde auf ihren Plätzen.

BEISPIEL

Sicher haben Sie selbst schon öfter den Start eines Vortrages verpasst. Während Sie sich mit dem Nachbarn über sein neues Handy unterhalten haben, schlich der Redner aufs Podium, hauchte ein paar Worte wie »Hallo, ich fange dann jetzt mal an« in das Mikrofon und verschwand noch einmal hinter die Bühne um fehlende Unterlagen zu holen. Erst als der Mann auf dem Podium die zweite Folie erläuterte, merkten Sie, dass der Vortrag schon voll im Gange war.

Der Moment ist gekommen, mit Ihrer Präsentation zu beginnen. Gehen Sie zügig zum Podium, heben Sie die Stimme, sprechen Sie langsam. Dann wird man Ihnen auch zuhören!

Beispiele für einen guten Start

Sie haben viele Möglichkeiten, gelungen in Ihre Präsentation einzusteigen. Beginnen Sie etwa mit folgenden Einleitungen:

- ein Ereignis, das Sie am Tag Ihrer Rede erlebt haben und das zu Ihrem Thema passt
- ein treffendes Zitat oder Sprichwort
- eine rhetorische Frage
- ein Witz (Vorsicht: Wenn Sie noch nie gut Witze erzählen konnten oder nicht sicher sind, ob er wirklich ankommt, verzichten Sie besser darauf.)
- eine Geschichte, ein Märchen, eine Anekdote
- ein historisches Ereignis
- eine kleine Vorführung (ein Zaubertrick, eine chemische Reaktion etc.)

2 Begrüßung

Gerade bei festlichen Anlässen kommt es immer wieder vor, dass Sie viele Persönlichkeiten begrüßen müssen. Strapazieren Sie Ihr Publikum nicht! Wenn es wirklich unumgänglich ist, alle zu nennen, dann streuen Sie ein paar auflockernde Sätze oder kurze Geschichten ein!

3 Vorstellung Ihrer Person und Ihrer Kompetenzen

Nennen Sie laut und deutlich Ihren Namen, das Arbeitsgebiet und den Bereich, für den Sie verantwortlich sind. Auch die Firma ist wichtig, die Sie möglicherweise vertreten. Anschließend

sprechen Sie kurz über Ihre Kompetenzen oder, falls nötig, Referenzen. Das Publikum möchte wissen, mit welchem Recht Sie über eine bestimmte Materie sprechen.

4 Informationen über die Ziele, Inhalte und den Ablauf der Präsentation

Die Zuhörer sind in einer Erwartungshaltung. Sie ahnen zwar, dass Sie aufpassen sollen – wie brave Schüler. Aber Sie wissen nicht, ob es sich lohnt. Also verraten Sie Ihnen, was Sie zu bieten haben! Beschreiben Sie das Ziel Ihrer Präsentation und welchen Weg Sie gehen werden um dieses Ziel zu erreichen.

Formulieren Sie die Einleitung immer aus! Glauben Sie nicht, dass Sie »die paar Worte für den Anfang« auch so finden werden. Hier gilt: Der erste Eindruck ist entscheidend! Wer den Anfang vermässelt, wirkt unvorbereitet, inkompetent, unsicher und muss dann im Laufe des Vortrages beweisen, dass er mehr kann, als es scheint.

Mit dem Hauptteil überzeugen

Jetzt kommen Sie zum Kern Ihrer Präsentation. Hier liefern Sie die wesentlichen Informationen, die Ihre Zuhörer zum Ziel führen sollen. Sie arbeiten hierbei auf zwei Wegen:

- Logik
- Emotionalität

Überall, wo Sie informieren und überzeugen wollen, setzen Sie logische Argumente ein – allerdings beschränken Sie sich nicht darauf. Denn das Publikum zu überzeugen gelingt leichter, wenn Sie auch auf der emotionalen Ebene zu ihm sprechen.

Wie gehen Sie im Einzelnen vor, wenn Sie den Hauptteil formulieren wollen?

1. Nehmen Sie sich Ihre Gliederung vor, und zwar die Punkte für den Hauptteil.

Beherzigen Sie dabei unsere Ausführungen zur richtigen Dramaturgie am Anfang dieses Abschnitts. Sie erinnern sich: Es ist wichtig, zwingend aufeinander aufbauende Argumente zu entfalten, um das Redeziel und das Verstehen der Zuhörer zu erreichen.

2. Legen Sie eine Tabelle an.

Schreiben Sie auf die rechte Seite in logischer Reihenfolge alle Informationen und Argumente, die Sie zu Ihrem Ziel führen. Auf der linken Seite notieren Sie Begebenheiten, Storys, Vergleiche und Beispiele, Witze oder persönliche Erlebnisse, die Ihre Aussagen lebendiger, emotionaler werden lassen. Anders gesagt: Die rechte Seite ist die Kopfseite und enthält die Inhalte, die den Kopf des Zuhörers ansprechen. Die linke Seite hingegen spricht das Herz an, das bekanntlich bei Überzeugungsprozessen eine wichtige Rolle spielt.

3. Formulieren Sie aus.

Anschließend formulieren Sie die einzelnen Punkte in der Reihenfolge, die Sie aufgestellt haben, aus.

Vorlage für Ihre Tabelle: Kopf- und Herzargumente

| | Herzseite – emotionale Ebene | Kopfseite – logische Ebene |
|---|------------------------------|----------------------------|
| a | | |
| b | | |
| c | | |
| d | | |
| e | | |
| f | | |
| | Ziel | |

Kleine Übung zum Ausformulieren

Meinen Sie, es fehle Ihnen an Talent, Ihre Präsentation auszuformulieren? Dann probieren Sie folgende Übung aus.

ÜBUNG

Schalten Sie den Computer aus, legen Sie den Stift beiseite. Dann stellen Sie sich vor, Sie säßen mit einem guten Freund in einer Kneipe beim Bier. Der Freund will wissen, worüber Sie in Ihrer Präsentation sprechen werden. Erklären Sie es ihm. Aber denken Sie nicht darüber nach, was Sie sagen würden, sprechen Sie es laut aus! Und gerade so, wie Sie sprechen, so schreiben Sie es erst einmal auf. Sie können auch ein Diktiergerät zu Hilfe nehmen, wenn Sie dabei nicht schon das Gefühl haben, »ins Reine« reden zu müssen.

Mit diesem Trick, der Ihnen dabei hilft, sich einfach, natürlich und verständlich auszudrücken, sind Sie schon sehr weit. Feilen Sie noch ein wenig an dem Entwurf, ergänzen Sie ihn. Zeigen Sie ihn dann tatsächlich einem guten Freund, dem Partner oder Arbeitskollegen, um sich ein Urteil einzuholen.

Überzeugen leicht gemacht

Jede Art von Präsentation will überzeugen. Zwar mag es sein, dass jemand sein Publikum eher informieren, ein anderer es unterhalten will. Aber auch hier leisten die Vortragenden Überzeugungsarbeit. Würden Sie etwa Informationen Glauben schenken, die nicht überzeugend präsentiert werden? Lachen Sie über jemanden, dessen Humor Sie abgeschmackt finden? Sie werden sehen: Wer eine Präsentation hält, will immer überzeugen, d. h. die anderen für sich, für die eigene Sicht der Dinge gewinnen.

Es gibt einige einfache Techniken, die Ihnen die Überzeugungsarbeit im Hauptteil Ihrer Präsentation erleichtern. Einige haben wir bereits dort vorgestellt, wo es um die Anordnung des Materials ging (siehe Abschnitt »[Das Sammeln und Ordnen des Materials](#)«). Überzeugend wirken Sie darüber hinaus, wenn Sie die Ratschläge beherzigen, die wir Ihnen nun vorstellen.

Verkaufen Sie dem Zuhörer Vorteile!

Der Vertreter für Staubsauger spricht nicht von den technischen Raffinessen seiner Geräte. Viel effektiver ist es, wenn er dem

Kunden ausmalt, dass sein Teppich nach der Reinigung wie neu aussehen wird.

Wecken Sie Ängste!

Schnellfahrern damit zu drohen, dass sie sich vielleicht schon bei ihrer nächsten Fahrt ins Jenseits befördern, hat bestimmt wenig Wirkung. Malen Sie aus, wie alleingelassen und traurig sich ihre Kinder fühlen werden.

Decken Sie Ungereimtheiten auf!

Ein Redner, der Prophezeiungen für Scharlatanerie hält, erklärt seinem Publikum folgendes Phänomen:

Nostradamus hat von sich behauptet, die Zukunft voraussehen zu können. Seine Anhänger haben bei bestimmten Ereignissen jedoch immer nur erklärt, dass es sich um dieses oder jenes von Nostradamus vorausgesagte Ereignis handeln müsse. Noch niemals ist es ihnen allerdings gelungen, ein zukünftiges Ereignis tatsächlich zu prophezeien.

Signalisieren Sie Verständnis!

Vielleicht haben Sie Ihren Zuhörern unangenehme Dinge zu sagen. Dann tun Sie das, doch fallen Sie nicht mit der Tür ins Haus! Gehen Sie erst einmal auf die Argumente, Werte und Meinungen Ihrer Zuhörer ein und demonstrieren Sie Verständnis. Sie sollten das Gefühl vermitteln: »Ich bin einer von euch. Wir unterscheiden uns nur in einer kleinen Sache ...«

Arbeiten Sie mit dem schlechten Gewissen!

Was tun wir nicht alles um unser schlechtes Gewissen zu beruhigen! Die weihnachtlichen Spendenaufrufe haben deshalb so großen Erfolg.

Reden Sie die Dinge schön!

Zwei aktuelle Beispiele: Aus Arbeitslosen sollen »neue Selbstständige« werden, und Personalabbau klingt weniger schön als Lean Management.

Nehmen Sie gegnerische Argumente vorweg!

Es gibt kaum etwas Effektivteres, als die Argumente des Gegners vorzusehen und sie zu entkräften.

Ende gut, alles gut

Jede Geschichte hat ein Ende. Auch Ihre Präsentation. Die Zuhörer erwarten, dass Sie Ihre Ausführungen ordentlich abschließen. Es ist wie bei einem guten Essen: Zu einem hervorragenden Menü gehört ein Dessert, dessen lieblicher Geschmack uns noch eine Weile auf der Zunge bleibt. Der Schluss Ihrer Präsentation sollte ebenfalls so beschaffen sein, dass er unsere Sinne anspricht. »Ja, richtig, das wollen wir auch!« oder »Das leuchtet uns ein!« sind Reaktionen, die Ihr Schluss auslösen soll.

Für den Schluss gilt dasselbe wie für die Einleitung: Fassen Sie sich kurz! Wer das Finale ankündigt, dann aber noch eine halbe Stunde weiterspricht, verärgert die Zuhörer.

Wie präsentieren Sie einen guten Schluss?

Vorgehen beim Schlussteil

- 1 Leiten Sie den Schluss ein, z. B. mit »Meine sehr verehrten Damen und Herren, ich komme damit zum Schluss ...«.
- 2 Geben Sie eine kurze Zusammenfassung Ihrer Ergebnisse.
- 3 Nennen Sie noch einmal Ihr Ziel/Ihr Anliegen.
- 4 Greifen Sie, wenn es das Thema hergibt, zu einem emotionalen Appell.

Manuskript und Karteikarten

Machen wir uns nichts vor: Das Publikum bewundert Redner, die ihren Vortrag völlig frei halten. »Nein, das ist ja unglaublich! Wie schafft sie das bloß, so lange zu reden, ohne ein einziges Mal aus dem Konzept zu kommen?« Trösten Sie sich. Erstens sind solche Exemplare sehr selten. Zweitens können Sie sich immer sagen, dass die Leute nicht Ihr geniales Gedächtnis bestaunen, sondern Ihnen zuhören sollen. Und drittens: Auch viele Profis arbeiten mit einem Manuskript oder mit Karteikarten – aber dabei beherrschen sie eben die hohe Kunst, so abzulesen, dass es fast nicht auffällt.

Auswendiglernen hat Nachteile!

Vielleicht haben Sie ehrgeizige Pläne und möchten Ihre Präsentation unbedingt auswendig halten. Dann sollten Sie jedoch die Nachteile bedenken. Beginnen Sie mit dem Auswendigler-

nen nur dann, wenn die folgenden Punkte Sie überhaupt nicht nachdenklich stimmen können.

- Eine auswendig gelernte Rede kann sehr steif wirken. Sie spulen schlimmstenfalls Satz für Satz ab. Sie sollten aber beim Sprechen immer auch den Inhalt eines Satzes »mitdenken«!
- Beim Auswendiglernen dienen uns bestimmte Wörter als Erinnerungshaken. Zum Beispiel wenn wir zu einem Thema überleiten wollen. Wir bauen uns dann mithilfe dieser Wörter Brücken. Vergisst ein Redner diese Signalwörter, dann fällt ihm unter Umständen der nächste Satz nicht mehr ein. Manche Redner werden nervös und bereuen, dass sie jetzt kein Stichwort parat haben, um schnell fortfahren zu können.
- Es kostet viel Zeit, sich eine Präsentation einzupauken. Haben Sie diese Zeit oder sind Sie nach der Arbeit viel zu müde und wollen eigentlich lieber ausspannen? Auswendiglernen kann man nur mit viel Konzentration und Ausdauer!
- Werden Sie beim Lernen zu Hause wirklich ungestört sein? Wenn Ihre kleine Tochter sich freut, Ihnen alle zehn Minuten ein neu gemaltes Bild zu zeigen, werden Sie ihr wohl kaum den Zutritt zu Ihrem Arbeitszimmer verwehren.

Es gibt nur zwei Teile Ihrer Präsentation, die Sie besser auswendig lernen: den Anfang und das Ende. Der Start hat großen Einfluss auf die Aufmerksamkeit der Zuhörer während der Präsentation. Auch der Schluss sollte souverän vorgetragen werden, denn er ist derjenige Teil des Vortrages, der noch eine Weile nachklingt. Wenn Sie dann im Mittelteil einmal einen Fehler machen, wird das Publikum Ihnen gerne verzeihen.

Wozu ein Manuskript oder Karteikarten?

Es ist aus vielen Gründen sinnvoll, während einer Präsentation ein Manuskript oder Karteikarten parat zu haben. Damit ist keinesfalls gemeint, dass Sie die ganze Zeit auf Vorformuliertes starren sollen. Im Gegenteil, das geschriebene Wort hilft Ihnen, sich während des Sprechens sicherer und somit freier zu fühlen. Bevor wir uns mit den Vorteilen und der Erstellung von Manuskripten und Karteikarten im Einzelnen befassen, hier die wesentlichen Vorteile:

- Je umfangreicher Ihre Präsentation oder Ihr Vortrag geraten ist, desto besser ist eine schriftliche Stütze. Wer ein ganzes Wochenende eine Führungscrew darin schult, Mitarbeiter zu motivieren, kann nicht immer gleichmäßig konzentriert sein. Dann sind Erinnerungshilfen wertvoll.
- Gerade wenn Sie Bilder oder Diagramme erläutern müssen, ist schriftliches Material zu empfehlen. Wo immer es um Zahlen und Fakten geht, sollte man nicht ins Schwimmen geraten. Eine Tabelle, die nicht korrekt gelesen oder stockend interpretiert wird, wirkt unglaubwürdig. Anstatt Ihre Aussagen zu untermauern, erreichen Sie genau das Gegenteil: Das Publikum nimmt an, dass die Zahlen nicht eindeutig oder sogar falsch sind und Sie bestimmte Aussagen manipulieren wollen.
- Notizen erinnern Sie nicht nur an das, was Sie sagen wollen. Sie erinnern Sie auch an wichtige Aktionen, an die Sie während des Sprechens denken müssen. Zum Beispiel wer-

den Sie daran erinnert, bereits während einer bestimmten Erläuterung ein kleines Anschauungsmodell im Publikum zu verteilen oder das Licht auszuschalten, weil Sie in wenigen Sekunden mit der Beamer-Präsentation starten. Diese kleinen Stichworte tragen entscheidend dazu bei, die Rede in Fluss zu halten. Unangenehme Pausen entstehen erst gar nicht. Die Zuhörer werden denken: »Toll, das klappt ja wie am Schnürchen! Der macht das richtig professionell.«

Wie sollte ein Redemanuskript aussehen?

Alles schön und gut, werden Sie denken. Aber wie sieht ein gutes Redemanuskript überhaupt aus? Hier eine Reihe von Tipps, die Sie beachten sollten:

- **Schreiben Sie auf DIN A4-Blätter mit einem etwa 3 cm breiten Rand rechts.**

Links steht Ihr Text, am Rand notieren Sie technische oder andere Dinge, die Sie während Ihrer Präsentation nicht vergessen dürfen (»Regieanweisungen«).

BEISPIEL FÜR EIN REDEMANUSKRIFT MIT REGIEANWEISUNGEN

| | |
|-------|-----------|
| _____ | Licht aus |
| _____ | |
| _____ | Bild A |
| _____ | |
| _____ | Bild B |
| _____ | |
| _____ | Pause |
| _____ | |
| _____ | Licht an |
| _____ | |
| _____ | Musik ab |

Solche Regieanweisungen sind vor allem wichtig, wenn Sie nicht selbst für die Technik oder die Requisiten zuständig sind: Geben Sie daher dem dafür Verantwortlichen Ihr Manuskript; er weiß dann, auf welches Stichwort hin beispielsweise ein Bild gezeigt oder ein Film eingespielt werden muss.

Sie können auch choreographische oder stimmtechnische Dinge aufnehmen. Zum Beispiel: Pausen setzen, nach vorn zum Publikum treten usw. Doch solche Regieanweisungen sollten nicht dazu führen, dass Ihre Körpersprache »gelernt« wirkt (vergleichen Sie dazu auch den Abschnitt »Körpersprache gekonnt einsetzen«).

- **Schreiben Sie ausreichend groß.**

Bedenken Sie, dass Ihr Manuskript höchstwahrscheinlich auf einem Rednerpult liegt. Lesen Sie etwas ab, sollten Sie Ihren

Kopf nur leicht nach unten neigen müssen. Eine zu kleine Schrift verleitet Sie dazu, mit dem halben Oberkörper auf Tauchstation zu gehen. Erstens sieht das nicht gerade elegant aus, und zweitens verlieren Sie den Blickkontakt zu Ihrem Publikum. Ein Tipp für Brillenträger: Ständiges Auf- und Absetzen der Brille könnte dem Publikum auf die Nerven gehen. Es beschäftigt sich mehr mit der Brille als mit Ihrer Rede, nach dem Motto: »Jetzt müsste er das Ding doch gleich wieder absetzen. Na also ...« Wählen Sie die richtige Schriftgröße, dann haben Sie keine Probleme.

- **Wählen Sie den doppelten Zeilenabstand.**

Hier gilt dasselbe wie für die Schriftgröße: Alles sollte so übersichtlich wie möglich gestaltet sein. Für Absätze darf der Abstand noch größer sein. Beschreiben Sie nur drei Viertel der Seite, sonst neigen Sie beim Lesen den Kopf zu weit nach unten. Zerreißen Sie keine Sätze und Gedanken. Das bedeutet: Sie führen einen Gedanken, den Sie auf einer Seite entwickeln, auch auf dieser Seite zu Ende. Ebenso gehen Sie bei Sätzen vor: Zerstückeln Sie Ihre Aussagen nicht, nur weil Sie das Ende der Seite erreicht haben. Es entstehen sonst hässliche Unterbrechungen, wenn Sie umblättern.

- **Unterstreichen Sie Wörter, die Sie betonen wollen.**

Ihr Redemanuskript ist mehr als eine Seite mit vielen Buchstaben. Es ist die Partitur, die Sie zum Klingen bringen müssen. Markieren Sie mit einem Schrägstrich die Stellen, an denen Sie eine Pause machen möchten. Aber übertreiben Sie es auch nicht mit Anmerkungen und Hervorhebungen, sonst verlieren Sie den Überblick.

- **Versehen Sie das Manuskript mit Seitenzahlen.**

Ersparen Sie sich die Panikattacke, wenn Ihnen auf dem Weg zum Podium alles herunterfällt.

- **Klammern Sie die Seiten nicht an der Längsseite zusammen.**

Pressen Sie sie auch nicht in einen Schnellhefter, denn diese neigen dazu, sich in der Mitte zusammenzuziehen. Während Ihres Vortrages könnten Sie sonst alle Hände voll zu tun haben, den Hefter auseinanderzudrücken, um das Manuskript lesen zu können. Gesten sind dann nicht mehr möglich. Außerdem verursacht Ihr Kampf mit dem Schnellhefter permanent Geräusche. Am besten heften Sie die Seiten gar nicht zusammen. Die fertigen Seiten legen Sie – ohne sie umzublättern – einfach zur Seite.

Wie arbeitet man mit dem Redemanuskript?

Wer mit einem ausformulierten Vortrag arbeitet, neigt natürlich zum Ablesen. Kommt dann noch eine Portion Lampenfieber dazu, klammert sich so mancher Redner an sein Manuskript wie der Nichtschwimmer an einen Rettungsring. Dabei müssen Sie gar keine Angst haben: Das Manuskript läuft Ihnen nicht weg, Sie können gar nicht untergehen. Schauen Sie ruhig hinein, lesen Sie daraus vor. Sie müssen dabei nur eines beachten: Wirken Sie die ganze Zeit über so, als würden Sie gar nicht ablesen. Wie Sie das schaffen? Hier ein paar Tricks:

- Bereiten Sie sich auf den Vortrag sorgfältig vor, indem Sie Ihr Manuskript wieder und wieder laut lesen. Je häufiger Sie es lesen, desto vertrauter werden Ihnen die Inhalte und desto freier wirkt später Ihre Präsentation. Sie wissen dann, was nach einem bestimmten Satz oder einem bestimmten Abschnitt kommt, und werden an Ihrem großen Tag viel souveräner auftreten können.
- Lernen Sie von den Nachrichtensprechern im Fernsehen. Sie machen, sobald ein Themenwechsel ansteht, eine längere Pause, in der sie länger in die Kamera schauen, z. B. vor dem Satz: »Und nun das Wetter.« Probieren Sie diese Technik an Ihrem Manuskript aus!
- Manuskripte pflegen auf einem Rednerpult zu liegen. Falls es keines gibt, ist das natürlich nicht gerade angenehm für Sie. Für diesen Fall gilt es, den ersten Tipp zu beachten: Je besser Sie Ihr Manuskript kennen, desto leichter wird es Ihnen fallen, es locker in den Händen zu halten. Zu häufiges Ableasen ist unbedingt zu vermeiden, weil Sie dann jedes Mal die Arme hochnehmen müssen. So zeigen Sie nur allzu deutlich, dass Sie ablesen.

Von vielen bevorzugt: Karteikarten

Karteikarten sind sicher die elegantere Lösung, wenn Sie nicht auswendig vortragen wollen. Sie haben kleine, handliche Karten in der Hand, die Sie an die wichtigsten Punkte Ihrer Präsentation erinnern, und sind dennoch frei genug, jederzeit die Hän-

de bzw. Arme für ausdrucksstarke Gesten zu nutzen. Talkmaster wie Frank Glasberg sind wahre Könner auf diesem Gebiet. Sie plaudern fröhlich und locker drauflos, aber wenn es um Fakten, Daten und Fragen geht, vertrauen Sie lieber auf das richtige Stichwort und werfen rasch einen Blick in die Kärtchen.

Wie erstelle ich Karteikarten?

Die Stichwörter

Karteikarten enthalten in der Regel nur Stichwörter oder auch einmal ein paar Sätze. Aber eben nicht den kompletten Vortrag, sonst müssten Sie wahrscheinlich mit einem großen Koffer auftreten. Die Kunst besteht gerade darin, ein Wortgerüst zu entwickeln, an dem Sie sich während Ihrer Präsentation entlang arbeiten können. Hier ein paar Hinweise, wie Sie Ihre Karteikarten am besten gestalten.

Karten mithilfe der Gliederung erstellen

- 1 Nehmen Sie sich Ihre Gliederung mit den Unterpunkten vor. Notieren Sie diese wichtigen Punkte oder Wörter Ihrer Gliederung auf Karteikarten. Legen Sie diesen kleinen Stapel zur Seite.
- 2 Halten Sie Ihren Vortrag laut. Sind Sie irgendwo hängengeblieben? Wo wäre es gut, eine weitere Karteikarte einzusetzen? An der Stelle, an der Sie die Anekdote erzählen wollen? Dort, wo Sie die Tabelle erklären? Dann beschriften Sie eine weitere Karte, und fügen Sie sie hinzu.

Karten mithilfe des Manuskripts erstellen

- 1 Lesen Sie das Manuskript schrittweise durch, und machen Sie hinter jedem inhaltlichen Sinnabschnitt einen dicken Strich. Unterstreichen Sie das in diesem Abschnitt wichtigste Wort oder den wichtigsten Satz.
- 2 Notieren Sie diese Signalwörter oder Signalsätze auf die Karteikarten.
- 3 Halten Sie den Vortrag laut. Falls nötig, fügen Sie weitere Karteikarten hinzu.

Wie sollten Stichwörter und Sätze beschaffen sein?

Vielleicht fragen Sie sich, wie umfangreich, wie ausführlich Ihre Notizen sein sollen. Jeder hat da so seine Methode; probieren Sie aus, welche Ihnen am meisten liegt. Hier drei Vorschläge:

Die Signalwort-Methode

Sie schreiben dabei nur die zentralen Wörter auf. Der Nachteil ist, dass Ihnen dann vielleicht der Kontext, in dem diese Wörter stehen, nicht mehr einfällt.

Die Schlüsselsatz-Methode

Hier notieren Sie den kompletten zentralen Satz eines Sinnabschnittes. Das hat zwar den Vorteil, dass Sie gleich im Thema sind. Aber Sie sind natürlich gezwungen, länger auf die Karte zu schauen.

Die Kombination von Signalwort- und Schlüsselsatz-Methode

Eine Kombination beider Methoden ist vielleicht am sinnvollsten. Sie könnten zum Beispiel den Anfang eines Sinnabschnittes mit dem zentralen Satz beginnen und mit den Signalwörtern fortfahren. Sie haben dann immer elegante Überleitungen und behelfen sich, sobald Sie im Thema Fuß gefasst haben, mit den Signalwörtern.

Wie sollten Karteikarten aussehen?

Auch hier richtet sich natürlich vieles nach Ihrem Geschmack. Ob Sie quadratische oder rechteckige, gelbe oder rosafarbige Karten wählen: Hauptsache, Sie fühlen sich wohl damit. Es gilt lediglich einige Grundregeln zu beachten:

- Nummerieren Sie alle Karten durch für den Fall, dass Sie Ihnen vor oder während des Vortrages hinunterfallen.
- Ihre Sätze und Wörter sollten so konkret wie möglich sein. Ein Wort wie »Verfahren« sagt Ihnen vielleicht nichts mehr, wenn Sie mitten im Vortrag stecken und Lampenfieber haben. Hingegen hilft Ihnen das Stichwort »Verfahren für die Aufbereitung von Faserpflanzen« schnell weiter.
- Achten Sie auf gute Lesbarkeit. Sie sollten die Karten nicht direkt vor Ihre Nase halten müssen.

Wie arbeite ich mit Karteikarten?

- Proben Sie den Ernstfall. Hier gilt dasselbe wie für das Manuskript: Je vertrauter Sie mit Ihren Stichwörtern sind, desto souveräner wird Ihr Auftritt sein.
- Nummerieren Sie alle Karten durch.
- Nehmen Sie die Karten locker in die Hand. Spielen Sie nicht damit herum. Sie könnten nervös wirken oder – was sicher schlimmer ist – die Karten könnten hinunterfallen.
- Lernen Sie von den Talkmastern und Moderatoren im Fernsehen: Sie werfen einen kurzen Blick in die Karten und schauen dann während des Sprechens sofort wieder das Publikum an.
- Bei Zitaten, sehr kurzen Anekdoten oder zur Erläuterung von Tabellen oder Schaubildern ist ein längerer Blick in die Kärtchen erlaubt. Sie wollen schließlich präzise sein. Gerade der Erfolg von Zitaten oder Witzen ist bei einer allzu freien Wiedergabe gefährdet, man muss sofort zum Punkt kommen.
- Legen Sie die Karten, die Sie nicht mehr benötigen, weg. Fallen Ihnen beispielsweise in der zweiten Hälfte Ihrer Präsentation die Karten zu Boden, müssen Sie nur diejenigen sortieren, die Sie noch benötigen.

Übung macht den Meister

Wozu üben?

Darauf gibt es eine einfache Antwort: Weil sonst Ihre Präsentation zur Übungsstunde wird. Das Publikum amüsiert sich gerne einmal über einen Versprecher. Aber falls Sie bei Ihrem Vortrag auf eine gute Dramaturgie, technische Effekte oder gekonnt erzählte Storys setzen und dann das Manuskript durcheinandergerät, die Folienreihenfolge nicht stimmt oder Ihnen die Poin-ten in der Aufregung entfallen sind – wird man Sie bedauern.

Daher sollten Sie sich vor Ihrer Präsentation nicht nur

- gut vorbereiten,
- mit dem Ablauf und
- den Medien vertraut machen,

sondern sich auch Techniken aneignen, die Ihnen helfen, Ihren Vortrag sicher zu halten.

Ein beeindruckender Auftritt lebt von dem harmonischen Zusammenspiel von

- Worten,
- Körpersprache,
- Ausstrahlung.

In diesem Kapitel erlernen Sie die Techniken, die Ihnen helfen, sich und Ihre Botschaften zu verkaufen. Eines ist sicher: Was Sie mitzuteilen haben kommt wesentlich besser an, wenn auch Sie gut ankommen.

Wie wichtig diese Seiten Ihrer Präsentation sind, zeigt das folgende kleine Horrorszenario. Sollten Sie nach der Lektüre Lampenfieber verspüren, verzweifeln Sie nicht! Der Abschnitt »Keine Angst vor Lampenfieber!« etwas später in diesem Kapitel wird Ihnen die Angst bestimmt wieder nehmen.

BEISPIEL: WIE EINE PRÄSENTATION NICHT ABLAUFEN SOLLTE

20 Führungskräfte aus dem mittleren Management eines Großkonzerns blicken gespannt zum Podium. Während der Veranstalter vollmundig den nächsten Redner, Herrn Müller, ankündigt, schleppt sich ein gebeugtes Männchen langsam zum Rednerpult. Offenbar Herr Müller. Sein Blick ist auf das Präsentationsmanuskript geheftet, das er zu einer Rolle zusammengedreht hat. Wie einen Knüppel hält er es in den Händen. Mit den Füßen auf- und abfedernd wartet er darauf, dass der Veranstalter endlich die Ankündigung beendet.

Als es soweit ist, klopft Herr Müller gegen das Mikrofon, dass dem Publikum die Ohren nur so klingeln. Bei der Begrüßung ertönt zum ersten Mal aus den hinteren Reihen: »Lauter! Wir kriegen nichts mit!« Anstatt lauter zu sprechen, konzentriert sich Herr Müller darauf, sein Redemanuskript glatt zu streichen.

Während des Vortrages schaut er einmal verstohlen zu seinem Publikum auf. Seine Arme hat er vor der Brust verschränkt, weil sie dort nicht so stark zittern. Er gibt die Hände nur frei, wenn er die nächste Seite des Manuskripts umblättern muss. Als er die zweite Folie erklären will, gerät er mehrfach ins Stocken. Die unangenehmen Pausen überspielt er durch ständiges Räuspern ...

Sie können sich denken, wie erfolgreich Herr Müller war. Sie möchten es anders machen? Dann wenden wir uns dem ersten wichtigen Punkt zu: Ihrer Körpersprache.

Körpersprache gekonnt einsetzen

Ihre Redeinhalte können noch so wichtig und brillant formuliert sein – wenn Mimik, Gestik, Körperhaltung und auch die Kleidung etwas ganz anderes sagen, ist der Zuhörer abgelenkt. Die zerzausten Haare eines Redners, sein ständiges Armrudern oder ein offener Reißverschluss beanspruchen unsere Aufmerksamkeit so sehr, dass wir den Ausführungen nur eingeschränkt folgen können.

Körpersprache sollte das Publikum bzw. den Zuhörer aber nicht verwirren. Gekonnt eingesetzt,

- unterstreicht sie Aussagen und
- drückt Ihre Wertschätzung gegenüber dem Publikum aus.

Machen Sie sich eines klar: Bereits in den ersten Sekunden Ihres Auftritts entscheidet das Publikum darüber, ob es Sie sympathisch und kompetent findet oder ablehnt. Nicht was, sondern wie Sie etwas sagen, ist wesentlich! Es ist schwer, diesen ersten Eindruck später zu korrigieren.

Wenn Sie die folgenden Tipps beachten, können Sie sich durch Körpersprache das Wohlwollen und die Aufmerksamkeit des Publikums bzw. Ihres Gegenübers sichern.

Welche Körperhaltung nehme ich ein?

- Die äußere Haltung hat viel mit Ihrer inneren Haltung zu tun. Wie steht wohl jemand, der selbstbewusst, offen, aufrichtig ist? Natürlich gerade. Vielleicht neigen Sie zu einer gebeugten Haltung, weil Sie als Kind schon ein Riese waren? Dann stellen Sie sich vor, an Ihrem Kopf wäre ein Faden befestigt, der zur Decke führt und Ihren Körper aufrichtet. Dabei sollten Sie jedoch weder ins Hohlkreuz fallen und die Brust herausdrücken, noch das Kinn nach oben recken.
- Stellen Sie die Beine locker und etwa in Breite der Schultern nebeneinander. Kneifen Sie sie nicht zusammen wie ein braver Konfirmand. Vermeiden Sie aber auch die breitbeinige Haltung eines Westernhelden. Schließlich wollen Sie Ihr Publikum nicht abschießen.
- Wippen und schaukeln Sie nicht mit dem Oberkörper. Manche Redner sehen so aus, als übten sie Hula-Hoop. Steif wie ein Stock sollten Sie natürlich auch nicht dastehen.

Wohin mit den Händen?

- Bringen Sie die Hände in eine gute Ausgangsposition, in die sie nach einer Geste wieder zurückkehren können. Die Arme sind gestreckt, die Hände liegen locker ineinander. Aber nicht zum Gebet falten!
- Falls es Ihnen schwerfällt, die Hände freizulassen: Manche Redner legen sie an die Seiten des Rednerpults. Testen Sie Ihre Wirkung im Spiegel. Verkrampft oder bedrohlich – einige Politiker strecken dabei die Arme durch – sollten Sie dabei

nicht aussehen. Wenn Sie ohne Pult auskommen müssen, halten Sie Ihr Redemanuskript oder die Karteikarten locker in der Hand.

- Nicht die Arme hinter dem Rücken verschränken! Sie sind weder schüchtern, noch haben Sie etwas zu verbergen.

Wohin mit dem Blick?

- Schauen Sie ins Publikum. Aber nicht wie ein Schauspieler, der dort einen »toten Punkt« fixiert. Nehmen Sie hingegen Blickkontakt zu einzelnen Zuhörern auf, und zwar nicht nur zu dem gutaussehenden Menschen in der ersten Reihe!
- Auch wenn Sie etwas ablesen müssen, schauen Sie immer wieder von Ihrem Blatt auf.

Was ist bei Gesten zu beachten?

- Immer die gleichen Gesten wirken einfallslos, langweilig oder sogar nervtötend.
- Schauen Sie Ihr Manuskript durch. Sie finden hier Formulierungen, bei denen Sie Gesten einsetzen können. Z.B. demonstrieren Sie an den Fingern die Punkte »erstens, zweitens, drittens ...«, öffnen die Arme, wenn es um etwas Großes, Ungeheuerliches geht etc.
- Probieren Sie Gesten aus. Fühlen Sie sich gut dabei? Gehört die Geste zu Ihnen? Oder meinen Sie, eine andere würde natürlicher wirken?

- Testen Sie die verschiedensten Gesten, aber studieren Sie sie nicht ein. Am besten kommen Sie rüber, wenn Sie spontan wirken – und sich nicht wie ein dressierter Hund bewegen.

Auch Ihre Kleidung und die Accessoires sind wichtig! Für Damen wie für Herren gilt: Nichts sollte die Aufmerksamkeit von Ihrer Rede abziehen. Ein bisschen konservativer ist immer besser als zu modisch. Dezenne Farben sind vorzuziehen. Tragen Sie keine klimpernden Ketten oder Armbänder!

Wie finde ich die richtigen Worte?

Wir können an dieser Stelle nicht ausführlich auf alle rhetorischen Kniffe eingehen. Doch gibt es einige einfache Tricks, mit denen Sie Ihre Rede auf Hochglanz bringen. Wenn Sie diese richtig einsetzen, werden Sie

- ausdrucksstark,
- sicher
- und verständlich sprechen.

Hinweis: Zur Ergänzung der untenstehenden Tipps sollten Sie einen Blick in den TaschenGuide *Rhetorik* werfen.

Wie spreche ich ausdrucksstark?

- Arbeiten Sie, wo immer möglich, mit Verben (»Tun-Wörter«). Es klingt hölzern, wenn Sie sagen: »Wir müssen die Beendigung der Fehlerproduktion sicherstellen.« Viel lebendiger

drücken Sie sich aus mit: »Wir müssen endlich aufhören Fehler zu produzieren!«

- Überspitzen Sie die Dinge: »Der betreffende Mitarbeiter war so fleißig, dass er sogar in der Mittagspause mit seinen Kollegen schwatzte.«
- Machen Sie Pausen. Haben Sie beispielsweise gerade ein beeindruckendes Untersuchungsergebnis vorgestellt, halten Sie kurz inne, um es »wirken« zu lassen.
- Arbeiten Sie mit Alliterationen, also aufeinanderfolgenden Wörtern, die mit demselben Laut beginnen: »Brot statt Böller, mit Mann und Maus ...«
- Setzen Sie Metaphern ein. Das sind Wörter, die eine neue Bedeutung bekommen, indem sie in einen anderen Zusammenhang gestellt werden: »Jedes Unternehmen erlebt stürmische Zeiten. Dann braucht es den erfahrenen Steuermann, um nicht unterzugehen.«
- Stellen Sie rhetorische Fragen. Das Publikum antwortet in Gedanken auf sie – und zwar in Ihrem Sinne: »Verstehen wir soziale Verantwortung denn richtig, wenn der Shareholder Value wichtiger ist als Menschen in Lohn und Brot?« oder »Ist uns das Gefühl, zu schnell aufgegeben zu haben, wirklich so fremd?«
- Sagen Sie nicht »ich«, sondern »wir kommen zum nächsten Beispiel ...« usw. Die Wir-Form verbindet!

- Wiederholen Sie Aussagen oder Wörter, um ihnen Nachdruck zu verleihen: »Ich sage es einmal und nur einmal, meine verehrten Damen und Herren ...«
- Bringen Sie kurze Zitate, die Ihre Aussagen stützen. Wiederholen Sie das Zitat, damit es die Zuhörer »verdauen«. Aus Ihrer Rede sollte aber keine Zitatensammlung werden!

Wie spreche ich sicher?

- Üben Sie Ihre Rede von Anfang bis Ende und nehmen Sie sich dabei auf. Hören Sie die Aufzeichnung ab. Haben Sie häufig »äh« gesagt, bei Unsicherheiten gehustet oder nach jedem Sinnabschnitt zu Verlegenheitsfloskeln gegriffen wie »Ja, dann wollen wir mal fortfahren«? Tauchen andere Wörter immer wieder auf, und mussten Sie mehrere Anläufe nehmen, um Sachverhalte zu erklären? Machen Sie sich alle Fehler bewusst und nehmen Sie Ihre Rede so lange auf, bis Sie mit dem Ergebnis zufrieden sind.
- Berücksichtigen Sie in Ihrer Probe auch die Medien. Häufig werden sie vergessen, nach dem Motto: »Ich habe ja die Stichpunkte auf der Leinwand.« Doch alles anschaulich zu erklären erfordert Übung. Ideal wäre, wenn Sie in dem Raum üben könnten, in dem Sie Ihre Präsentation halten. Dort herrschen dann auch die richtigen technischen Rahmenbedingungen.
- Stoppen Sie die Zeit. Ein Veranstalter, der Ihnen plötzlich eine Uhr vor die Nase hält, kann Sie ganz schön aus der Fassung bringen.

- Bitten Sie Freunde, Arbeitskollegen oder den Partner, Ihre Rede anzuhören und zu beurteilen. Fragen Sie, was Sie besser machen können.

Wie spreche ich verständlich?

- Verzichten Sie auf Fachwörter. Das heißt nicht, dass man auf einem Ärztekongress keine Fachbegriffe für Krankheiten verwenden soll. Aber wo es nicht um berufsbedingtes Fachchinesisch geht, ist eine einfache, allgemeinverständliche Sprache zu bevorzugen.
- Beachten Sie die Lautstärke. In großen Räumen sprechen Sie mit mehr Resonanz, in kleinen Räumen in normaler Gesprächslautstärke.
- Sprechen Sie deutlich, verschlucken Sie die Endungen nicht. Auch der gesprochene Dialekt sollte noch verständlich sein.
- Bilden Sie kurze Sätze, wo immer es geht. Das gesprochene Wort wirkt so lebendiger und wird besser behalten.

Mit Humor ankommen

Mit Humor ist hier nicht einfach das Witze erzählen gemeint. Es gibt Leute, die Witze erzählen, ohne einen Funken Humor zu haben. Humor ist vielmehr eine bestimmte Haltung, die sich durch die Fähigkeit zur Selbstkritik und Distanzierung auszeichnet. Ein Redner, der sich nicht zu ernst nimmt, wirkt souverän und sympathisch. Sein feiner Humor, der zum Schmunzeln einlädt, bleibt im Publikum nicht ohne Wirkung, auch die Zuhörer

entwickeln Distanz zu sich und den Dingen. Humor ist daher bestens geeignet um

- Spannungen abzubauen,
- bei unüberwindlich scheinenden Konflikten zu vermitteln,
- Aussagen Nachdruck zu verleihen,
- das Wohlwollen des Publikums zu gewinnen und
- ihm Gedanken, Schlagwörter oder Appelle einzuprägen.

Doch wie präsentiert man etwas humorvoll? Vielleicht behaupten Sie von sich, dass Sie nie ein besonders witziger Typ gewesen sind. Möglicherweise gehören Sie zu den Leuten, die eine Anekdote erzählen und als einzige darüber lachen? Macht nichts. Humorvoll sind Sie nicht dann, wenn sich das Publikum auf die Schenkel klopf. Das wäre auch gar nicht zu wünschen, Sie treten schließlich nicht als Büttenredner auf. Humorvoll sind Sie, wenn Sie Ihrem Publikum ein kleines Lächeln, ein leichtes Schmunzeln entlocken. Das wird Ihnen auch dann gelingen, wenn Sie kein Scherzbold sind. Einige Kunstgriffe helfen Ihnen dabei.

Ein humorvolles Zitat

Es gibt Zitatensammlungen, die auf besonders raffinierte, witzige Zitate spezialisiert sind, wie z. B. das folgende von Woody Allen: »Es gibt Dinge, die erlebt man nur einmal im Leben. Den Tod und den Orgasmus.« (Es ist nur ein Beispiel, Sie müssen dieses Zitat nicht verwenden!)

Ein witziger Filmausschnitt

Wählen Sie einen amüsanten Filmausschnitt, der zu Ihrem Thema passt.

BEISPIEL

Sie sind der Ansicht, dass sich Frauen ein selbstgemachtes Schönheitsideal auferlegt haben, das sie nur einengt. Bevor Sie dies thematisieren, erzählen Sie eine Filmszene aus dem Kinohit »Tootsy«. Dustin Hoffman spielt darin einen Schauspieler, der nie Erfolg hat. Überall, wo er vorspricht, heißt es: »Danke, wir haben genug gesehen. Sie können gehen.« Eines Tages erfährt er, dass für eine Arzt-Serie im Fernsehen eine Schauspielerin gesucht wird. Er schlüpft in Frauenkleider, spricht vor und bekommt die Rolle. Gleich am darauffolgenden Tag klappert er alle möglichen Boutiquen und Kosmetiksalons ab, um sich Frauenkleider, Schminke und Dessous zu besorgen. Als er am Abend erschöpft nach Hause zurückkehrt, sagt er zu einem Freund: »Ich möchte wissen, wie eine Frau sich schön machen soll, ohne zu verhungern!«

Humorvolle Storys

Arbeiten Sie mit humorvollen Storys. Sie finden viele in den vermischten Meldungen Ihrer Tageszeitung.

BEISPIEL

Vielleicht sprechen Sie gerade über Firmen, die außergewöhnliche Dienstleistungen anbieten. Zum Beispiel berichten Sie über eine Agentur, die Handy-Besitzer anruft. Der Zweck ist, den Angerufenen sehr beschäftigt aussehen zu lassen. Dazu passt eine hübsche Geschichte, die die Süddeutsche Zeitung brachte: Ein Mann suchte sein Handy. Er kammte die ganze Wohnung durch, konnte es aber nicht finden. Plötzlich kam ihm eine Idee. Über Telefon wählte er die Handy-Nummer. Es klingelte. Er ging ins Nachbarzimmer, wo das Klingeln herkam, und musste zu seinem Schreck feststellen, dass es aus seinem Hund kam. Sein Liebling hatte das Ding aufgefressen! Wenn Ihnen etwas

Ähnliches passiert, können Sie sich zwar nicht mehr als gefragter Geschäftsmann präsentieren, dafür wissen Sie aber bei jedem Anruf, wo Ihr Hund steckt.

Komische oder absurde Texte

Erinnern Sie sich an komische oder absurde Texte, die Ihnen im Alltag begegnen. Amtsstuben sind ein Ort, an dem man häufig fündig wird. Hier kleben Mitarbeiter spitzfindige Bürosprüche an die Wand. Oder schauen Sie sich auf Damen- oder Herrentoiletten nach ein wenig WC-Poesie um. (Freilich ohne in Ihrer Präsentation schlüpfzig zu werden!) Auch die Schilder an Garzengäulen sind gelegentlich für einen Gag gut.

Werbepprüche

Setzen Sie Werbepprüche ein und bringen Sie sie mit Ihrem Thema in Verbindung. Es gibt immer einige aktuelle Werbespots oder -anzeigen, die jeder kennt. Halten Sie nach dem nächsten knalligen Slogan Ausschau. Er kommt bestimmt!

BEISPIEL

Inzwischen ist der bekannte Spruch aus einer Bierwerbung »Nicht immer, aber immer öfter« ein alter Hut. Angenommen, Sie hätten vor einiger Zeit über dringend notwendige Reformen in der Verwaltung gesprochen und die Arbeitsmoral der Beamten aufs Korn genommen, dann wäre folgender Spruch gerade richtig gewesen: »Beamte arbeiten viel. Nicht immer, aber immer öfter.«

Keine Angst vor Lampenfieber!

Die meisten Menschen kennen Lampenfieber. Ist das nicht schon ein bisschen beruhigend? Falls Sie nicht zu den wenigen Exemplaren gehören, die dieses leichte, anregende Kribbeln im Bauch geradezu lieben, sind Sie in diesem Kapitel genau richtig. Vielleicht sterben Sie vor Angst, Ihre Finger sind schweißnass und kalt, die Stimme beschlagen und Sie fürchten zwei Dinge:

- die ganze Sache zu vermasseln
- und sich vor dem Publikum zu blamieren.

Wie gesagt: Mit diesen Reaktionsweisen stehen Sie nicht alleine da. Sie sind völlig normal. Und damit wir uns in diesem Kapitel nicht missverstehen: Es ist wie mit dem bettnässenden Mann, der eine Psychoanalyse machte. Als sein Analytiker nach mehreren Sitzungen fragte: »Na, wie geht es Ihnen inzwischen?«, antwortete er: »Hervorragend. Es passiert mir immer noch, aber ich mache mir nichts mehr daraus!«

So sollten Sie es auch mit Ihrem Lampenfieber nehmen. Ihre Anspannung ist sogar notwendig, wenn Sie eine gute Präsentation hinlegen wollen. Würde sie fehlen, wären Sie zu selbstsicher. Und wer sich zu sicher fühlt, macht bekanntlich Fehler.

Hinweis: Ausführliche Strategien gegen Lampenfieber finden Sie im TaschenGuide *Lampenfieber und Prüfungsangst besiegen*.

Tipps gegen Lampenfieber

Es gibt ein paar einfache Tricks, die Ihnen helfen, Ihre Ängste in den Griff zu bekommen.

- **Bereiten Sie Ihre Rede sehr gut vor!**

Die Vorbereitung nimmt Ihnen einen Großteil der Angst, die sich daraus speist, dass Sie irgendwelche unvorhersehbaren Katastrophen befürchten.

- **Sorgen Sie für gute Startbedingungen.**

Also: Schauen Sie sich den Raum, in dem Sie sprechen werden, einige Tage vorher an. Führen Sie einen Probelauf durch, um die Lautstärke zu testen. Klären Sie die technische Ausstattung. Fahren Sie am Tag Ihrer Präsentation rechtzeitig von zu Hause los.

- **Zu je mehr Lampenfieber Sie neigen, desto genauer formulieren Sie Ihre Präsentation aus.**

Arbeiten Sie statt mit Stichwörtern mit ganzen Sätzen – natürlich ohne sie später abzulesen. Es ist einfach beruhigend zu wissen: Falls ich stocke, habe ich mein ausformuliertes Manuskript.

- **Machen Sie entspannende Atemübungen.**

Das Gute daran ist, dass Sie sie unmittelbar vor Ihrem Auftritt einsetzen können und niemand etwas davon merkt. Eine bewährte Technik: Sie atmen langsam ein und zählen dabei bis vier. Dann halten Sie die Luft kurz an und atmen aus. Sie werden sehen – beim Ausatmen entkrampfen Sie sich und werden locker.

- **Reisen Sie in Gedanken zum Mond.**

Diese Übung hilft Ihnen, die ganze Sache nicht mehr so ernst zu nehmen: Schließen Sie die Augen. Sie sehen sich selbst, wie Sie ängstlich auf Ihrem Platz sitzen (oder wo Sie auch immer gerade zittern). Stellen Sie sich vor, Sie könnten fliegen und würden sich aus der Vogelperspektive dort sitzen sehen. Sie fliegen immer weiter, Sie sehen von oben das Gebäude, in dem Sie sich befinden, dann die Stadt, das Land, den Kontinent, schließlich die Erde. Wie klein ist plötzlich alles! Wie unbedeutend! Öffnen Sie langsam wieder die Augen. Atmen Sie tief durch.

- **Stellen Sie sich vor, was Sie nach Ihrer Präsentation tun werden.**

Sie klappen Ihr Manuskript zu. Sie holen sich ein paar leckere Schnittchen und einen Kaffee am Buffet. Ein Zuhörer kommt auf Sie zu, um sich mit Ihnen über Ihre interessante Rede zu unterhalten ...

Ein tröstender Satz zum Schluss: Wenn Sie glauben, die Angst stehe Ihnen im Gesicht geschrieben, liegen Sie falsch. Die Erfahrung zeigt, dass die Zuhörer Lampenfieber in der Regel nicht bemerken!

Wie Sie die Sinne ansprechen

Eine Präsentation, die ohne jede visuelle Gestaltung auskommt, ist heute die absolute Ausnahme. Textlayout, Bilder und weiteres Anschauungsmaterial unterstützen das gesprochene Wort, wenn sie richtig eingesetzt werden.

In diesem Kapitel erfahren Sie

- wie Sie bei der inhaltlichen und formalen Visualisierung vorgehen,
- was beim Einsatz von Diagrammen, Tabellen und Bildern zu beachten ist,
- in welcher Form sich Modelle und Produkte einsetzen lassen und
- welches die wichtigsten Medien für Präsentationen sind.

Visualisierungen – worauf kommt es an?

Ist Ihnen aufgefallen, dass heute die banalsten Dinge auf PowerPoint-Folien gebannt oder Flipchart notiert werden? Zum Leidwesen der Zuhörer lesen die Vortragenden dann entweder Wort für Wort ab oder sagen gar nichts dazu. Viele meinen, wenn Schaubilder oder PowerPoint mit Multimedia-Elementen verwendet werden, spreche das für höchste Professionalität. Doch in Wirklichkeit sollen sie oft von dürftigen Inhalten ablenken oder sind schlecht aufbereitet und damit wertlos.

Machen Sie sich klar, dass Visualisierungen helfen sollen,

- komplexe Inhalte verständlicher zu machen,
- die wichtigsten Aussagen hervorzuheben,
- den Erklärungsaufwand zu verkürzen,
- bestimmte Aussagen im Gedächtnis des Publikums zu verankern,
- Zusammenhänge zu verdeutlichen.

Glauben Sie nicht, um jeden Preis mit optischen Hilfsmitteln arbeiten zu müssen. Wenn Sie das Gefühl haben, Sie müssten Schaubilder oder Tabellen »an den Haaren herbeiziehen«, dann verzichten Sie darauf! Es wird Ihrer Präsentation nur guttun.

So gestalten Sie Ihre Visualisierung wirkungsvoll

Natürlich ist es nicht nur wichtig, dass Ihre optischen Hilfsmittel wirklich aussagekräftig sind und die oben aufgeführten Kri-

terien erfüllen. Viele Fehler werden auch bei der Gestaltung gemacht. Beugen Sie vor, indem Sie die folgende Checkliste durchgehen. Sie enthält die wichtigsten Punkte für die inhaltliche und formale Gestaltung Ihrer Visualisierung.

Checkliste: Visualisierung – inhaltliche und formale Gestaltung

| | |
|---|---|
| Verwendung von Texten | ✓ |
| ▪ als Überschriften (s. u.), Kernaussagen, Beschriftung von Tabellen, Bildern etc. | |
| ▪ kurze Sätze (maximal sieben Wörter), Stichwort-Charakter | |
| ▪ eine Information pro Satz | |
| ▪ einfache, verständliche Ausdrücke | |
| ▪ Auf die Rechtschreibung achten! | |
| Überschriften | ✓ |
| ▪ klare Benennung des Gezeigten | |
| ▪ kurz und prägnant/evtl. als Schlagwort | |
| Farben | ✓ |
| ▪ maximal drei Farben pro Visualisierung (zusätzlich schwarz und weiß) | |
| ▪ Vorsicht bei zu hellen Farben! (aus der Entfernung schlecht erkennbar) | |
| ▪ Schrift schwarz oder dunkelblau | |
| ▪ inhaltlich Verschiedenartiges in mehreren Farben, Gleichartiges in einer Farbe darstellen | |
| ▪ einheitliche Farbbenutzung (nicht bei jeder Folie eine andere Farbgebung einsetzen) | |

| Schrift | |
|--|--|
| ▪ ausreichend groß (bis in die letzte Sitzreihe lesbar, Entfernung zwischen Publikum und Podium recherchieren) | |
| ▪ nur eine Schriftart verwenden, bei Handschrift auf Leserlichkeit achten | |
| ▪ einfache Druckschrift statt exotische, schnörkelige Schriften | |
| ▪ Groß- und Kleinbuchstaben anstatt nur Großbuchstaben | |
| Layout | |
| ▪ einheitlich für alle Visualisierungen (wenn es dazu Regeln z. B. seitens Ihrer Firma gibt, müssen Sie diese berücksichtigen) | |
| ▪ die wichtigsten Aussagen in die Mitte einer Folie, eines Schaubildes etc. platzieren | |
| ▪ bekannte Symbole und Zeichen verwenden (unbekannte müssten Sie erst erklären, was Zeit kostet) | |
| ▪ übersichtlich bleiben, »weniger ist mehr« | |

Grafische Schaubilder, Tabellen und Bilder

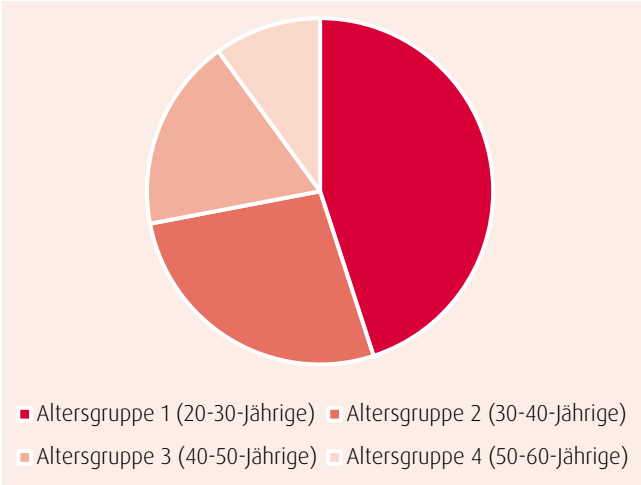
Sie haben verschiedene Möglichkeiten, Ihre Informationen oder Gedanken zu visualisieren. Welche Sie wählen, hängt von der Art Ihrer Informationen ab. Erfahrungsgemäß arbeiten die meisten Präsentationen mit Schaubildern, Tabellen und Bildern, Karikaturen oder Zeichnungen bzw. einer Kombination verschiedener Mittel.

Grafische Schaubilder (Diagramme)

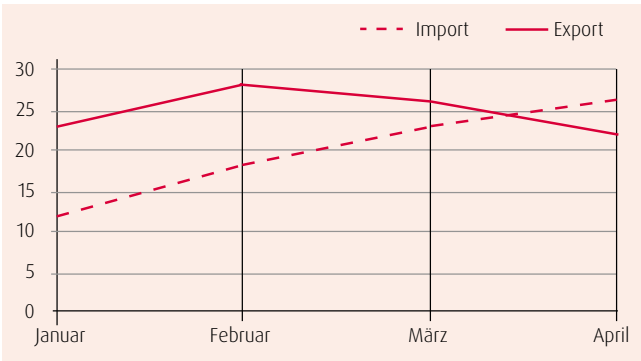
Möchten Sie Zahlen oder Organisationsstrukturen anschaulich darstellen, dann erstellen Sie Schaubilder (Diagramme). Hier die gebräuchlichsten Diagramm-Arten und wofür sie sich eignen.

Übersicht Diagramme

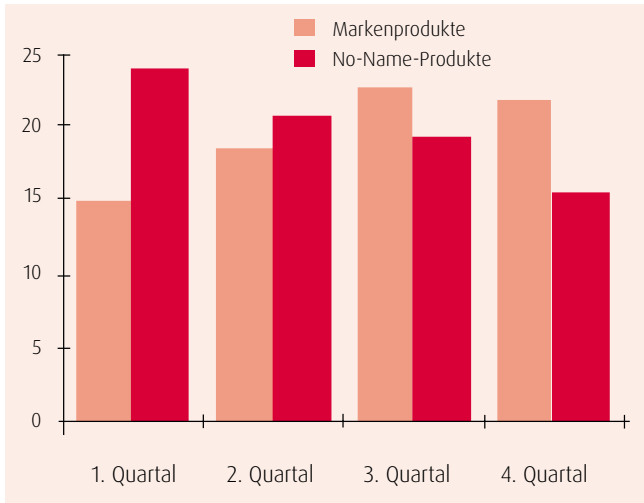
| Diagramm | mögliche Inhalte |
|-----------------------|--|
| Stabdiagramm | vergleichende Darstellungen (z. B. Stückzahlen in der Produktion, einmal mithilfe der neuen Maschine, einmal ohne) |
| Liniendiagramm | Veränderungen/Entwicklungen innerhalb eines bestimmten Zeitabschnitts (z. B. Krankenstand, Aktienkurse etc.) |
| Tortendiagramm | Prozentuale Verteilungen (z. B. Ihre Ausgaben: 10 % für Lebensmittel, 25 % für Kleidung etc.) |
| Organisationsdiagramm | Organisationsstrukturen, Hierarchieebenen (z. B. ein Großkonzern und seine Gesellschaften, die Hierarchieebenen in einer Firma etc.) |



Das Tortendiagramm ist ein gutes Präsentationsmittel um z. B. Prozentzahlen darzustellen.



Das Liniendiagramm eignet sich besonders für die Darstellung einer Entwicklung.



Das Säulen- oder Stabdiagramm verschafft auf einen Blick Informationen.

Was müssen Sie bei Schaubildern beachten?

- Verzichten Sie nach Möglichkeit auf dreidimensionale Darstellungen (wählen Sie z.B. statt des Säulendiagramms das Stabdiagramm). Zweidimensionale Grafiken sind übersichtlicher.
- Führen Sie eine Kontrolle durch! Es kommt immer wieder vor, dass das Verhältnis von Zahlen und grafischen Darstellungen nicht stimmt. Aufmerksame Zuhörer werden unangenehme

Fragen stellen, die Sie vielleicht aus dem Konzept bringen und inkompetent wirken lassen.

- Verwenden Sie nur gerundete Zahlen!
- Überfrachten Sie Diagramme nicht. Erstellen Sie lieber zwei, wenn die Informationen und Zahlen zu umfangreich sind.
- Beachten Sie alle bereits aufgeführten Regeln zu Schrift, Farbe und Textumfang!

Tabellen

Tabellen verwenden Sie, wenn Zahlen in einer Reihenfolge dargestellt und hierdurch Abläufe oder Veränderungen aufgezeigt werden sollen.

BEISPIEL: STÜCKZAHLEN BRÖTCHEN, BROT, KUCHEN (IN 1000)

| | Brötchen | Brot | Kuchen |
|------|----------|------|--------|
| 2012 | 4 | 2 | 1 |
| 2013 | 5 | 3 | 1 |
| 2014 | 3 | 4 | 2 |
| 2015 | 3 | 2 | 1 |

Was müssen Sie bei Tabellen beachten?

- Beschränken Sie sich auf wenige (drei bis fünf) Spalten und Zeilen. Der Betrachter hat sonst Probleme die Informationen zu erfassen!

- Legen Sie für Zahlen und Abkürzungen eine Legende an.
- Achten Sie bei der Tabellenmarkierung auf dicke Linien. Dünne sind auf die Entfernung schlecht zu erkennen.

Bilder

Bilder – das können Fotos, Fotomontagen, Zeichnungen oder Karikaturen sein – eignen sich insbesondere dazu, beim Betrachter Emotionen hervorzurufen oder Denkanstöße zu geben. Bilder wirken gerade in sachorientierten Präsentationen auflockernd und anregend. Außerdem erhöhen Bilder die Merkfähigkeit beim Zuhörer.

BEISPIEL

Eine Rednerin spricht über Entwicklungshilfe. In sachlichem Ton präsentiert sie Projekte, die sie gemeinsam mit einem Team in Ghana betreut hat. Sie hat noch ein besonderes Anliegen: Für den Bau eines Krankenhauses benötigt sie Spenden. Zum Schluss des Vortrages zeigt sie eine Zeichnung des geplanten Baus und schildert anhand einiger Fotos, die kranke Menschen zeigen, die unzureichende medizinische Versorgung. Die Bilder sprechen eine eindeutige Sprache: »Helft uns, damit wir wieder gesund werden!«

Was müssen Sie bei Bildern beachten?

- Setzen Sie sie wohldosiert ein. Die Aufmerksamkeit der Zuhörer lässt sich nicht unentwegt auf Hochtouren halten.
- Missbrauchen Sie Bilder nicht dazu, die Präsentation zu strecken!

- Wählen Sie einfache Bilder oder Symbole. Die Betrachter sollten die von Ihnen beabsichtigte Wirkung nach wenigen Sekunden verstanden haben.
- Achten Sie auf Qualität. Konturen und Farben müssen gut erkennbar sein.

Modelle und Produkte zum Anfassen

Sie sind vor allem in Verkaufspräsentationen wichtig: Dinge, die man anfassen, schmecken oder riechen kann. Ein Kunde oder ganz einfach unser Zuhörer lässt sich wesentlich leichter zu etwas bewegen oder von etwas begeistern, wenn wir ihm einen sinnlichen Eindruck ermöglichen.

BEISPIEL

Zum Beispiel bei Haustürgeschäften und Produktvorführungen wird dieser Trick gerne eingesetzt. Ehe sich unsere Großmutter versieht, hat sie die Heizdecke in der Hand und ist davon überzeugt, dass sie nie wieder frieren wird.

Auch bei Vorträgen entfalten Produkte und Modelle ihre Wirkung. Sie veranschaulichen komplexe Inhalte, unterstreichen Aussagen oder sind einfach ein netter Gag, der auflockert.

Was müssen Sie bei Modellen und Produkten beachten?

- Auch hier gilt: Weniger ist mehr.
- Achten Sie darauf, dass sie funktionieren. Sollte es Pannen geben, halten Sie sich nicht damit auf.
- Falls Sie mit Requisiten arbeiten, die die Zuhörer verwenden sollen (Brille, Stock, Perücke etc.), machen Sie es vor. Wenn Sie nur darum bitten, wird es niemand tun!
- Modelle und Produkte vorzuführen ist zwar effektiv, auf Dauer aber ermüdend. Verweilen Sie also nicht zu lange bei einer Vorführung oder Mitmach-Aktion, sonst kommt Langeweile auf.

Wie Sie Video einsetzen können

Die meisten Präsentationen arbeiten nicht mit Filmen, wenngleich sich dies angesichts der verlockenden Möglichkeiten von Multimedia anbietet (siehe Kapitel »[Effekte mit Multimedia](#)«). Ein Film hat sicher seine Wirkung, und das ist auch gleichzeitig das Problem. Denn leicht überschattet er das gesprochene Wort. Ist die Videovorführung zu Ende, geht das Licht wieder an, verschwinden die bunten Bilder, wird das Publikum wieder in die nüchterne Realität eines Konferenzraumes zurückgeholt. Dennoch: Kurze Filme, gut in die Präsentation integriert, können Ihrem Auftritt zu mehr Glanz verhelfen.

Da das Abspielen von Filmen wegen Copyrights nicht ohne weiteres möglich ist (siehe auch hierzu Kapitel »[Effekte mit Multimedia](#)«), hier ein paar Themenvorschläge für eigenproduzierte Videos:

- Meinungsumfragen, z. B. mit Testpersonen, Mitarbeitern, dem Chef, Passanten etc.
- Empfehlungen durch Geschäftspartner oder Kunden
- Landschaften, Stimmungen

Die wichtigsten Medien für Präsentationen

Sie haben verschiedene Möglichkeiten kennengelernt, Ihre Präsentation zu einem sinnlichen Erlebnis werden zu lassen. Kommen wir nun zu den wichtigsten Medien und den Kriterien, nach denen Sie diese für Ihre Präsentation auswählen.

Das Flipchart

Es handelt sich um eine Art Tafel von etwa 70 × 100 cm, allerdings schreiben Sie mit dicken Filzschreibern auf Papier. Die einzelnen Seiten lassen sich wie bei einem Notizblock vor- und zurückblättern.

Leistungen

- für Präsentationen bis ca. 30 Teilnehmer
- besonders geeignet um Kernaussagen, Schlagwörter, Zahlen, Organisationsstrukturen und spontane Beiträge der Teilnehmer bei Workshops festzuhalten
- Ausführungen durch Vor- und Zurückblättern einfach aktualisierbar

Tipps für den Einsatz

- Leserliche Handschrift ist unbedingt notwendig!
- Stichpunkte, kurze Sätze
- empfehlenswerte Farben: rot, schwarz, blau und grün
- Bleistiftnotizen am Blattrand als Gedächtnisstütze für Sie (sind vom Publikum nicht erkennbar)

PowerPoint

Das Präsentationsprogramm PowerPoint ist mittlerweile sehr beliebt. Es besteht aus einer Art Baukastensystem, das Schriftarten, Bilder, Töne und Effekte bereithält, die Sie auswählen und miteinander verbinden können. Während des Vortrags sitzen Sie an Ihrem Notebook und navigieren bequem per Mausclick durch Ihre Präsentation. Die einzelnen Folien werden per Beamer an die Wand projiziert (siehe auch »Effekte mit Multimedia«).

Die Vorteile

- sehr ansprechende und professionell wirkende Gestaltung
- bunte Bilder, Grafiken, Töne und Effekte steigern die Aufmerksamkeit
- freies Hin- und Herspringen per Mausclick
- Präsentation kann ins Internet gestellt werden

So setzen Sie PowerPoint geschickt ein

- Setzen Sie optische und akustische Effekte sparsam ein. Wenn unentwegt Buchstaben über die Folie fliegen, Bilder sich drehen oder Musik ertönt, schaltet das Publikum ab.
- Überladen Sie die Folien nicht. Übersichtlichkeit erleichtert den Zuhörern die Orientierung und das Verstehen.
- Kalkulieren Sie den Ausfall der Technik ein. Wenn der Beamer oder Ihr Notebook plötzlich den Geist aufgibt, sollten Sie wissen, wie Sie fortfahren.
- Es empfiehlt sich in jedem Fall, Ausdrucke der Präsentation bereitzuhalten. Diese lassen sich auch mit einem Rand gestalten, auf dem die Zuhörer Platz für eigene Notizen zu einzelnen Folien haben.

Hinweis: Wie Sie mit Ihrer PowerPoint-Präsentation das Interesse des Publikums gezielt ansprechen und die Aufmerksamkeit auf das lenken, was Ihnen wichtig ist, zeigt der TaschenGuide »Präsentieren mit PowerPoint Trainer« in zahlreichen praxisnahen Übungen.

Beamer für Bild- und Videoprojektion

Bildprojektion

Bilder können zwar beeindruckend sein, doch birgt eine längere Vorführung auch Gefahren. Der abgedunkelte Raum macht müde, das Publikum schaut sich zwar die Bilder an, schweift in Gedanken aber ab. Wichtig ist deshalb vor allem, nie zu viele Bilder hintereinander zu zeigen. Schließlich soll es auch keine dieser endlosen Urlaubsbilder-Shows werden, wie wir sie von unseren guten Freunden kennen.

Leistungen

- für Präsentationen mit kleinem und großem Publikum
- fast alles darstellbar: Fotos, Zeichnungen, Diagramme etc.
- das Medium entspricht unseren Sehgewohnheiten (TV und Kino), daher gute Akzeptanz beim Publikum

Tipps für den Einsatz

- Nur wenige, aber aussagekräftige Bilder zeigen!
- Auf die Dramaturgie achten! Geht es gerade um ein Bild, nicht das Licht einschalten und auf etwas anderes hinweisen. Das zerstört die Spannung!
- Deutlich den Wechsel von Bildprojektion zur Weiterführung des Vortrages markieren. Licht einschalten, laut sprechen, nach vorn zum Publikum treten.

Videoprojektion

Fernsehen und Kino sind bei den meisten Teilnehmern des Publikums beliebt. Deshalb werden sie auch in Ihrer Präsentation einen Film würdigen – vorausgesetzt, er wirkt professionell. Denn das ist die Crux: Das Medium verliert, wenn die Qualität zu stark von dem abweicht, was wir täglich zu sehen gewohnt sind.

Leistungen

- gut geeignet, um Verhaltensweisen, Meinungen, Entwicklungen aufzuzeigen
- besonders emotionale Ansprache, allerdings nur, wenn das Video professionell wirkt

Tipps für den Einsatz

- Recherchieren Sie die Kosten für einen Videofilm.
- Denken Sie darüber nach, ob Sie Hilfe von einem Fachmann in Anspruch nehmen wollen oder sich eine Eigenproduktion selbst zutrauen. Leider sind wir, was unsere Sehgewohnheiten betrifft, von TV und Kino sehr verwöhnt. Ein Video, das eher unprofessionell wirkt, hat es sicher schwer, Inhalte glaubwürdig zu vermitteln.
- Überprüfen Sie die Funktionstüchtigkeit des Notebooks bzw. des DVD-Spielers. Machen Sie sich mit der Bedienung vertraut. Letzteres mehrere Tage vor Ihrem Auftritt.

- Ein Film fordert die ganze Aufmerksamkeit. Markieren Sie daher das Ende deutlich durch eine kleine Pause oder eine etwas lautere Stimme, einen beschwingten Tonfall! Das bringt Ihr Publikum zurück in die Realität.

Effekte mit Multimedia

Multimedia ist bei Präsentationen auf dem Vormarsch. Die Möglichkeiten sind verlockend: Sie können Texte, Bilder, Grafiken und Töne abspielen und müssen sich dabei nicht an eine bestimmte Reihenfolge halten. Mit der Maus klicken Sie einfach die Bilder, Texte oder Symbole an und rufen so die gewünschten Informationen auf. Das kann ein Interview mit dem Abteilungsleiter sein, ein kleiner Videofilm über Ihre Firma, eine Grafik mit den Umsatzzahlen des letzten Jahres. Sie navigieren frei durch Ihren Vortrag.

Vorteile von Multimedia-Präsentationen

- Flexibilität während der Vorführung: Sollten Fragen aus dem Publikum kommen oder Sie plötzlich die Reihenfolge Ihrer Präsentation ändern wollen, können Sie Texte, Bilder, Grafiken, Töne und Geräusche einfach aufrufen bzw. überspringen.
- Sie sparen Zeit. Neue Bilder können Sie auch kurz vor Ihrem Auftritt noch einbauen.

- Sie erhöhen die Glaubwürdigkeit: Ein kurzer Videofilm, in dem zufriedene Kunden Lob und Anerkennung äußern, wirkt weit überzeugender als abgelesene Zitate.

Bei aller Faszination: Multimedia befreit Sie nicht von der sorgfältigen Vorbereitung einer Präsentation. Technische Effekte können über dürftige Inhalte oder einen stockenden Vortrag nicht hinwegtäuschen.

Was brauchen Sie für die Erstellung?

- Die richtige **Hardware**: Sie benötigen einen leistungsfähigen Rechner bzw. ein entsprechendes Notebook und einen Beamer. Lassen Sie sich beraten von unterschiedlichen Händlern und einigen Ihrer Kunden oder Arbeitskollegen, die Multimedia einsetzen.
- **Eingabe- und Aufnahmegeräte**: Sie müssen alle Materialien wie Fotos, Diagramme, Zeichnungen, aber auch akustisches Material in hochwertiger Form digital verarbeiten. Entweder beauftragen Sie eine Grafikagentur oder Sie besorgen sich
 - einen digitalen **HD-Camcorder** sowie ein Mikrofon (für Soundaufnahmen).
 - Ein hochwertiger **Scanner** dient dazu, nicht-digitales Material zu erfassen.
- **Software**: Lassen Sie sich über Grafikprogramme wie InDesign oder Photoshop sowie über PowerPoint beraten.

Beachten Sie, dass Sie nicht ohne weiteres jeden veröffentlichten Text, jedes Bild, jeden Film für Ihre Präsentation »klauen« dürfen. Holen Sie sich die Genehmigung ein bzw. besorgen Sie sich speziell für die Weiterverarbeitung angebotenes Material. Zum Beispiel gibt es Videos und Bildbände, die Sie nach dem Kauf ausschlichten dürfen.

Was ist bei Multimedia-Präsentationen zu beachten?

Im Grunde unterscheidet sich beides nicht von einem Vortrag, bei dem Sie mit anderen Medien arbeiten. Auch hier müssen Sie sich im ersten Schritt überlegen, welches Material Ihre Ausführungen unterstützt, und es auf Ihre Gliederung abstimmen.

Bei einer Multimedia-Präsentation erstellen Sie ein Drehbuch, bei dem Sie alle Bildschirmseiten festhalten. Das Ganze sieht dann wie ein Stammbaum aus: Sie haben die Einstiegsseite, z. B. mit dem Organigramm Ihrer Firma. Von dort führen z. B. drei Links (Verbindungsknoten) zu weiteren Einspielungen. Also schreiben Sie auf, was Sie auf diesen drei Seiten zeigen möchten usw.

Beachten Sie darüber hinaus folgende Tipps:

- Üben Sie Ihre Multimedia-Präsentation ein. Sie müssen genau wissen, hinter welchem Link sich welche Einspielung verbirgt!

- Sorgen Sie dafür, dass Sie wie bei jeder anderen Präsentation, die z. B. mit Bildprojektion arbeitet, zurückspringen können. Manchmal kommen Fragen aus dem Publikum und Sie müssen wieder zur vorhergehenden Information.
- Rechnen Sie mit einer technischen Katastrophe. Das heißt: Wenn alles zusammenbricht – was bei aufwendiger Technik nicht selten der Fall ist –, dann müssen Sie Ihren Vortrag auch ohne Hightech-Feuerwerk halten können.
- Bei der Gestaltung gilt: Halten Sie alles übersichtlich und knapp. Bei Texten auf die Rechtschreibung achten!

Hier eine Liste mit Fragen, die Ihnen helfen werden, das für Ihre Präsentation richtige Medium zu finden.

Checkliste: Medienauswahl

| Inhalte | Organisation | Persönliche Vorlieben und Fähigkeiten |
|--|--|--|
| Muss ich Zahlenmaterial veranschaulichen? (Tabellen, Diagramme) | Welche technischen Möglichkeiten bietet der Raum? | Bevorzuge ich einfach handhabbare Medien wie z. B. das Flipchart? |
| Möchte ich mein Publikum emotional ansprechen? (Bilder, Fotos, Zeichnungen, Karikaturen, Stimmungsfilme, Musik, Geräusche) | Wie viel Zeit steht für die Vorbereitung der Visualisierungen und die Beschaffung von Modellen oder Produkten zur Verfügung? | Möchte ich technisch aufwändigere Medien verwenden? Weiß ich sie zu bedienen? Habe und nehme ich mir die Zeit, um den Umgang mit dem Medium zu üben? |
| Könnten gefilmte Interviews oder andere Filmeinspielungen meine Ausführungen verdeutlichen? (Meinungen von Gesprächspartnern, Testpersonen, Kunden, Freunden etc.) | Was kostet mich bzw. die Firma die Erstellung der Medien? Wie sieht es mit Copyright aus? | Bei welchem Medium fällt es mir besonders leicht, souverän durch die Präsentation zu führen? |
| Könnten Requisiten, Modelle oder Produkte Einstellungen verändern oder gewünschte Handlungen auslösen? | Muss ich firmeninterne Gestaltungsvorgaben beachten? | Machen mich technische Pannen nervös? Bin ich darauf vorbereitet? Bewältige ich die Situation? |

Präsentationen halten

Jetzt ist es soweit: Sie müssen Ihre Präsentation halten. Wenn Sie exzellent vorbereitet sind – und wie sollte das mit diesem Büchlein anders sein –, dann gibt es eigentlich nur noch wenige Dinge, die Sie während Ihres Auftritts beachten müssen:

In diesem Kapitel erfahren Sie, wie Sie

- souverän auftreten,
- mit Ihrem Publikum interagieren und
- Diskussions- und Fragerunden unbeschadet überstehen.

Sympathisch und kompetent auftreten

Erinnern Sie sich noch an den letzten Vortrag, bei dem Sie in der Rolle des Zuhörers waren? Wissen Sie noch, welcher der Redner Ihnen am kompetentesten und sympathischsten erschienen ist? Bestimmt haben Sie heimlich Noten verteilt: Der erste war zu langweilig, der zweite zu ängstlich, aber der Redner mit dem Thema »Nachwachsende Rohstoffe« kam einfach hervorragend an. Er hatte ein angenehmes Wesen, war qualifiziert und glaubwürdig.

Woran liegt es nur, dass bei manchen Vortragenden der Funke überspringt, andere dagegen bloss erscheinen? Und ist es nicht merkwürdig, dass sich die Zuhörer oft darüber einig sind, wer gut ankommt und wer nicht? Eben noch herrschte Unruhe im Saal, doch kaum betritt ein charismatischer Mensch das Podium, kehrt Stille ein.

Die Frage ist sicher nicht leicht zu beantworten, warum manche der Liebling des Publikums sind, andere nicht. Doch Eigenschaften wie

- Persönlichkeit,
- Kompetenz,
- Präsenz,
- Aussehen und
- Hochachtung gegenüber dem Publikum

haben darauf einen nicht unerheblichen Einfluss. Selbst wenn Sie das Gefühl haben, kein besonders charismatischer Typ zu sein – Sie können dennoch gut ankommen, wenn Sie sich über Ihre Ausstrahlung, Ihre Fähigkeiten sowie Ihre Beziehung zum Publikum klar werden.

Bin ich eine Persönlichkeit?

Wir können uns hier nicht fragen, was eine Persönlichkeit ist. Das überlassen wir besser Fachleuten. Wir überlegen aber einmal, warum wir während eines Vortrages das Gefühl hatten: hier spricht jemand mit Format, jemand mit Persönlichkeit.

Die Erfahrung zeigt, dass es sich dabei häufig um Personen handelt, die einen Standpunkt vertreten. Nie ohne Rücksicht auf empfindliche Gemüter, aber immer geradeaus und offen. Solche Menschen nehmen auch sich selbst nicht zu ernst. Was für andere gilt, gilt auch für sie, wie das folgende Beispiel zeigt.

BEISPIEL

Auf einer Tagung, auf der es um Reformen in der Verwaltung ging, waren mehrere Redner aus großen Unternehmen geladen. Sie sollten den Verwaltungsleuten einmal zeigen, was sie von knallharten Wirtschaftsleuten lernen können. Die Vorträge stellten aber keinerlei Bezug zur Verwaltung her, vielmehr hielt jeder Redner ein viel zu langes Referat über das phantastische Unternehmen, in dem er die Ehre hatte zu arbeiten. Richtig interessant wurde es erst, als der Professor einer Verwaltungsschule auftrat. Leidenschaftlich und engagiert forderte er eine Reform der Verwaltung und sparte dabei auch das Denken und den Arbeitsstil der Verwaltungsangestellten nicht aus. Der Mann hatte Elan und Biss! Dass er selbst ein Mann der Verwaltung war, machte seinen Vortrag noch glaubwürdiger.

Persönlichkeit kann man natürlich nicht lernen. Man hat sie oder man hat sie nicht. Aber selbst wenn Sie noch auf dem Weg zur persönlichen Reife sind – mit ein paar Tipps können Sie wie ein Mensch mit Format wirken. Und letztlich kommt es bei Präsentationen doch vor allem auf die Wirkung an.

- Seien Sie ehrlich. Das gilt für die Dinge, über die Sie sprechen, wie für Dinge, die Ihre eigene Person betreffen.
- Stellen Sie niemanden bloß, machen Sie sich nicht lustig, behandeln Sie Gegner fair. Bleiben Sie bei allen Konflikten auf der Sachebene.
- Nehmen Sie sich von Kritik nicht aus. Es steht niemandem gut, andere auf Fehler oder Versäumnisse hinzuweisen, sich selbst aber davon auszunehmen.
- Treten Sie stets gelassen und ruhig auf. Nervösen, fahrigem Menschen unterstellt man gerne Unsicherheit und Unreife.

Welche Kompetenzen habe ich?

Ein Redner, der keine Kompetenz besitzt, hat in den Augen der Zuhörer schnell verspielt. Gerade bei einem Vortrag vor Fachleuten gehen Sie hoffnungslos unter, wenn Sie über Dinge reden, von denen Sie keine Ahnung haben. Es soll natürlich eine nicht geringe Anzahl von Leuten geben, die genau das tun und damit viel Geld verdienen. Aber das funktioniert eigentlich nur, wenn auch das Publikum von der Materie nichts versteht.

Sie haben aber ganz sicher Kompetenz. Sonst würden Sie schließlich nicht diese Präsentation halten. Haben Sie sich schon überlegt, woran Ihre Zuhörer erkennen werden, dass Sie kompetent sind? Richtig, Sie dürfen – in aller Bescheidenheit natürlich – durchaus darauf hinweisen, für dieses Thema prädestiniert zu sein.

Es gibt mehrere Punkte innerhalb Ihrer Präsentation, bei denen Sie dezent auf Ihre Kompetenzen aufmerksam machen können. So weisen Sie beispielsweise bei der Vorstellung von Projekten auf besondere Erfolge hin. Besonders geeignet ist jedoch der Anfang Ihrer Präsentation.

Kompetent starten

Bevor Sie loslegen, stellen Sie immer Ihre Person und Ihr Arbeitsgebiet vor. Diese Situation sollten Sie dazu nutzen, sich als kompetenter und vertrauenswürdiger Redner zu präsentieren. Tragen Sie alle Qualifikationen zusammen, die für das Thema relevant sind, über das Sie sprechen werden. Dies sind vielleicht:

- langjährige Erfahrungen auf einem bestimmten Gebiet
- Publikationen in einschlägigen Verlagen, renommierten Fachzeitschriften oder Zeitungen
- Ihre Ausbildung, Zeugnisse
- besondere Auszeichnungen, Verdienste

Am elegantesten ist es natürlich, wenn der Veranstalter Ihre Vorstellung übernimmt. Finden Sie heraus, ob er Ihren Auftritt einleiten wird, und versorgen Sie ihn dann mit den wichtigsten Informationen, nach Möglichkeit bereits ausformuliert!

BEISPIEL FÜR EINE SELBSTVORSTELLUNG

Meine sehr verehrten Damen und Herren,

ich freue mich, heute über die Zukunft der nachwachsenden Rohstoffe sprechen zu dürfen. Wie Sie vielleicht wissen, engagiert sich unsere Firma Agrarplus seit etwa fünf Jahren für den Anbau und die Verarbeitung von Faserpflanzen. Als Vorsitzender unseres jungen Unternehmens und als Landwirt kann ich sagen: Unsere Arbeit ist auf fruchtbaren Boden gefallen. Renommierete Unternehmen, darunter vor allem Automobilhersteller, haben bereits ihr Interesse an einer Zusammenarbeit bekundet.

Aber kommen wir nun zu den Rohstoffen und ihrer Verarbeitung ...

BEISPIEL FÜR EINE FREMDVORSTELLUNG

Sehr geehrte Damen und Herren,

unser nächster Redner stammt aus einem kleinen Dorf bei München, lebt aber seit über 20 Jahren in Boston. An der Harvard-University hat er Literatur studiert, doch solange er sich erinnern kann, üben Zahlen eine große Anziehungskraft auf ihn aus. Von sich selbst sagt er: »Meinen Beruf gibt es eigentlich nicht. Ich nenne mich einfach publizierender Unternehmensberater.« Sicher kennen Sie viele seiner Bücher, darunter solche Bestseller wie »Tatort Job« und »Das Ende der Arbeit«. Freuen Sie sich mit mir auf Dr. Lars-Peter Kupferdinger ...

Sie sollten Ihr Licht nicht unter den Scheffel stellen, sich aber auch nicht ständig hervortun. Beschränken Sie sich darauf, we-

nige Kernkompetenzen und besondere Verdienste zu nennen, die für das Thema von Bedeutung sind. Handeln Sie sich nicht den Ruf ein, an einer Profilneurose zu leiden!

Wie präsent bin ich?

Im Kapitel »Die richtige Dramaturgie« haben Sie unter dem Punkt »Packende Einleitungen« gelernt, wie wichtig ein guter Start ist. Schon auf dem Weg zum Podium sollten Sie Präsenz zeigen. Auch in diesem Punkt können Sie von anderen lernen. Denken Sie an das letzte Fest, bei dem Sie Gast waren. Festivitäten oder Partys sind gute Gelegenheiten, die Präsenz unserer Mitmenschen zu studieren. Manche fallen überhaupt nicht auf, andere ziehen alle Blicke auf sich, sobald sie das Zimmer betreten. Was sie in einer Runde sagen, hat immer Gewicht. Dass diese Leute oft gar keine Weisheiten von sich gegeben haben, fällt uns oft erst ein paar Tage später auf. Psychologen behaupten, dass uns solche Menschen deshalb so faszinieren, weil sie wach, vital und energisch sind, kurz gesagt: Stärke ausstrahlen.

Wie kann ich meine Präsenz erhöhen?

- Beachten Sie alle Tipps im Abschnitt »Körpersprache gekonnt einsetzen« des Kapitels »Übung macht den Meister«.
- Gehen Sie ausgeruht in eine Präsentation.
- Zeigen Sie Begeisterung für das Thema, über das Sie reden.
- Sprechen Sie in einem beschwingten Tonfall, betonen Sie wichtige Wörter.

Stimmt mein Aussehen?

Hier geht es natürlich nicht um die Frage, ob Sie für eine Präsentation schön genug sind. Selbst wenn Sie meinen, die Natur habe Sie nicht gerade verwöhnt, können Sie in den Augen des Publikums eine exzellente Figur machen. Manche behaupten, dass ein blendendes Aussehen einer kompetenten Ausstrahlung manchmal sogar abträglich sei. Stellen Sie sich vor, ein Supermodel, ob nun männlich oder weiblich, würde vor Fachleuten einen Vortrag über Projektmanagement halten – glauben Sie, dass die Aufmerksamkeit des Publikums auf die Rede gerichtet wäre?

Wie auch immer, Sie müssen nicht gut aussehen, um gut anzukommen. Aber Sie sollten Geschmack beweisen und gepflegt auftreten. Hier ein paar Tipps:

- Denken Sie daran, dass eine Präsentation keine Modenschau ist. Alles Flippige und zu Modische kommt nicht in Frage. Es würde zu sehr ablenken.
- Tragen Sie Kleidung, die zum Anlass der Veranstaltung passt. Wir bewegen uns natürlich zu nah am Klischee, wenn wir für eine Rede vor Versicherungsvertretern zu grauen Schlipsen raten und für einen Auftritt vor Werbeleuten das pinkfarbene Jackett empfehlen würden. Doch denken Sie darüber nach, in welcher Kleidung Ihr Publikum erscheinen wird, und passen Sie sich ein wenig an.
- Dezentere Farben sind vorzuziehen.

- Suchen Sie Kleidungsstücke aus, die Ihre Figur nicht zu stark betonen, ganz gleich ob Sie nun wie ein Athlet oder ein Model aussehen oder eher vollschlank sind.
- Achten Sie auf eine gepflegte Frisur.
- Denken Sie an Ihren Schmuck: Manche Armbänder oder Halsketten klappern oder rascheln, wenn man sich bewegt.
- Tragen Sie Kleidung, die bei jeder Bewegung gut sitzt. Wer sich hinunter bückt, um beispielsweise einen Knopf zu drücken, und dabei den Blick auf haarige Waden freigibt, trägt wahrscheinlich zu kurze Hosen.

Bringe ich dem Publikum Hochachtung entgegen?

Hier können Sie viele Pluspunkte sammeln. Denn es ist recht einfach, den Zuhörern seine Wertschätzung zu zeigen. Doch in welcher Form könnten Sie ein Kompliment, ein Lob, eine kleine schmeichelnde Bemerkung in Ihre Präsentation einbauen?

Vielleicht probieren Sie die folgenden Tipps einmal aus:

- Sprechen Sie in Ihrer Präsentation Werte an, die das Publikum teilt. Familie, Glaube, Toleranz, Freiheit oder Schutz der Umwelt stellen solche Werte dar. Gibt es Punkte in Ihrem Vortrag, bei denen Sie eine Verbindung zu diesen Werten herstellen könnten?
- Lassen Sie erkennen, dass Sie das Publikum für informiert und kompetent halten. Das können Sie natürlich nur be-

herzigen, wenn Sie vor Leuten sprechen, für die die Materie Ihres Vortrages nicht vollkommen neu ist. So könnten Sie beispielsweise sagen: »Als Einkäufer kennen Sie ja die Schwierigkeiten am Markt am allerbesten, da muss ich Ihnen nichts erzählen ...«

- Auch wenn Sie Kritik üben: Beschimpfen oder beleidigen Sie Ihr Publikum niemals!
- Falls es wirklich einmal zu peinlichen Pannen oder Missverständnissen in Auseinandersetzungen kommt, an denen Sie Schuld haben, dann entschuldigen Sie sich. Aber so kurz und sachlich wie möglich! Das Publikum will keine rührende Selbstanklage hören – lediglich, dass es Ihnen leid tut.
- Belügen Sie das Publikum nicht, spiegeln Sie keine falschen Tatsachen vor.
- Sprechen Sie negative Rahmenbedingungen Ihrer Präsentation an, die jedermann bewusst sind. Vielleicht würden sich die Mitarbeiter der Firma viel lieber ein Fußballspiel ansehen, als von Ihnen in Verkaufstechnik geschult zu werden? Dann erwähnen Sie es, und zeigen Sie Verständnis: »Ich hätte heute Abend ja gerne das Fußballspiel gesehen. Aber Ihr Chef hat für Fußball offenbar nicht viel übrig.«
- Langweilen Sie Ihre Zuhörer nicht. Beachten Sie dazu auch alle Tipps im Abschnitt »Packende Einleitungen« des Kapitels »Die richtige Dramaturgie«.
- Finden Sie heraus, ob sich Persönlichkeiten in Ihrem Publikum befinden, die großen Einfluss auf den Rest der Zuhörer

haben. Das können Chefs, hohe Politiker oder renommierte Kritiker sein. Versuchen Sie, diese für sich zu gewinnen. Denn wenn sie gegen Sie sind, haben Sie unter Umständen auch den Rest des Publikums gegen sich.

- Gehen Sie dem Publikum in der Pause oder nach der Veranstaltung nicht aus dem Weg. Beantworten Sie gerne Fragen, gehen Sie auf Teilnehmer zu (siehe auch das Kapitel »Mit Fragen richtig umgehen«).

Was macht mein Publikum?

Wichtig: eine Beziehung zum Publikum aufbauen

Sie sprechen nicht von der Kanzel herab zu Ihrem Publikum. Sie sprechen, auch wenn Sie einen Monolog halten, mit ihm. Letzteres vor allem, wenn es im Anschluss an Ihre Rede um Diskussionen oder Fragen geht. Aber auch während Ihrer Präsentation interagieren Sie: Ihre Zuhörer bringen durch Lachen oder Beifall zum Ausdruck, wenn Ihnen etwas gefällt. Sie reden mit dem Nachbarn oder blicken zum Fenster hinaus, wenn sie sich langweilen. Alle diese Reaktionen gilt es zu beobachten und darauf zu reagieren.

Auch wenn es Ihnen während Ihrer Präsentation nicht immer gleich bewusst wird – die Reaktionen des Publikums nehmen großen Einfluss auf Ihre Rede und Ihr Befinden. Es gibt das nette, wohlwollende Publikum, das Ihnen aufmerksam zuhört, an den richtigen Stellen klatscht, über Ihren Humor lacht und Sie

schließlich mit tosendem Applaus für Ihre Arbeit belohnt. Das wird Sie wiederum bei Ihrer Präsentation beflügeln.

Aber nicht selten schauen wir in viele müde Augen, oder es herrscht eine bedrückende Stille im Saal. Vielleicht handelt es sich um eine Pflichtveranstaltung für die Mitarbeiter, oder es ist Freitagabend und man möchte lieber mit der Familie den Feierabend genießen. Jedenfalls ist diese Stimmung nicht gerade sehr motivierend für den Vortragenden.

Die Frage ist also: Wie bekommen Sie die Aufmerksamkeit? Aber auch: Was machen Sie mit nerv tötenden Störenfrieden oder wegnickenden Zuhörern? Hier ein paar Tipps, die sicher wirken.

Die folgenden Tricks funktionieren nur, wenn sie inhaltlich zu Ihrer Präsentation passen. Also überlegen Sie immer, wie Sie sie geschickt einbauen können.

Ein müdes Publikum wachrütteln

- Wecken Sie das Publikum in Ihrer Einleitung mit einer Frage auf: »Es ist Samstagnachmittag, vielleicht würden Sie jetzt eigentlich lieber Ihren Rasen mähen. Oder gibt es irgendjemanden hier im Saal, der ihn schon heute Morgen gemäht hat?«
- Fordern Sie die Zuhörer auf, etwas zu tun: »Wir sind alle ein bisschen müde, meine verehrten Damen und Herren. Ich darf

Sie bitten, kurz aufzustehen ... Ihren Nachbarn an der Hand zu nehmen ... und gemeinsam mit ihm in die Hocke zu gehen ...« Nehmen Sie sich bei solchen Übungen aber jemanden aus dem Publikum und machen Sie es vor. Sonst bleiben Sie der Einzige, der in die Knie geht.

- Regen Sie mit Fragen zum Nachdenken an: »Überlegen Sie mal: Welcher Mensch in Ihrem Leben hat den größten Einfluss auf Sie gehabt?«

Mit brenzigen Situationen zurechtkommen

Im Publikum sitzen bestimmte Zuhörer, die immer wieder auffallen und Ihnen als Redner das Leben schwer machen. Manchmal hat man den Eindruck, manche Leute besuchen Vortragsveranstaltungen nur, um zu stören.

Es ist wichtig zu wissen, wie Sie auf solche Störenfriede reagieren können. Das Problem ist, dass diese zu viel Aufmerksamkeit auf sich ziehen, den Ablauf Ihrer Präsentation und die gute Atmosphäre kaputt machen und andere Zuhörer ablenken oder verärgern.

- Bewahren Sie Ruhe. Werden Sie auf keinen Fall persönlich, sondern bleiben Sie auf der Sachebene.
- Bedenken Sie, dass auch Störenfriede Meinungsmacher sind. Wenn Sie freundlich mit ihnen umgehen, sind die Sympathien auf Ihrer Seite.

- Fassen Sie sachlich und in ruhigem Ton zusammen, was der Zwischenrufer gesagt oder gefragt hat. Das entschärft die Situation. Antworten Sie kurz oder beziehen Sie seine Anmerkung ein. Leiten Sie über zur nächsten Frage oder zum nächsten Punkt.
- Sind die Anschuldigungen oder Fragen aus Ihrer Sicht einfach dumm, dann sagen Sie das bloß nicht! Auch wenn das Publikum ganz offensichtlich mit Ihnen einer Meinung ist. Auch eine unqualifizierte Frage kann zu einer qualifizierten Frage verwandelt werden, z. B. mit der Wendung: »Lassen Sie mich einen Schritt weitergehen und fragen ...«
- Schlagen Sie vor, sich mit dem Betreffenden später über diese Frage zu unterhalten. Vielleicht sagen Sie: »Kommen Sie doch in der Pause zu mir. Dann unterhalten wir uns darüber!«
- Lassen Sie sich nicht auf eine Diskussion oder gar einen Streit ein. Auch wenn Sie recht haben.
- Sollte es zu massiven Störungen kommen, schreien Sie nicht dagegen an. Teilen Sie Ihren Zuhörern mit, dass Sie unter diesen Bedingungen leider nicht fortfahren können und dies sehr bedauern. Verlassen Sie den Saal, doch erhobenen Hauptes.
- Bitten Sie in schlimmen Fällen den Veranstalter oder den Saalordner zu Hilfe.

Wie Sie in Diskussionsrunden eine gute Figur machen

An viele Präsentationen schließen sich Diskussionen oder Fragen an. Vielleicht regen Sie selbst ein Gespräch an. Diese Formen der Kommunikation entwickeln eine Eigendynamik, die Sie nicht unbedingt voraussehen können. Aber Sie haben die Möglichkeit, sich mit Techniken zu wappnen, die unabhängig von den Inhalten wirksam sind.

Nicht wenige Redner fürchten den Moment, in dem der Veranstalter an das Mikrofon tritt und verkündet: »Ich bitte die Redner nun, nach vorne zu kommen. Wir beginnen mit der Diskussion.« Kein Wunder, wenn einige ins Schwitzen kommen, denn Diskussionsrunden sind aus mehreren Gründen heikel:

- Das Publikum vergleicht die Teilnehmer untereinander. Es könnten brillante Partner in der Runde glänzen, während andere untergehen.
- Vielleicht stellt das Publikum Zwischenfragen, auf die Sie nicht vorbereitet sind.
- Sie wissen nicht, wie die Diskussionsrunde beginnen wird: Mit einer Frage des Veranstalters? Mit der Vorstellung der Teilnehmer? Mit der Bitte, eine provokante These zu formulieren?
- Diskussionen können eskalieren.

Die folgende Checkliste bietet Ihnen die Möglichkeit, sich auf die verschiedensten Situationen vorzubereiten. Gehen Sie alle Punkte sorgfältig durch und Sie werden sicher eine gute Figur machen!

Checkliste: Visualisierung – inhaltliche und formale Gestaltung

| | ✓ |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Informieren Sie sich beim Veranstalter, wer an der Diskussion teilnehmen und wer sie moderieren wird. Informieren Sie sich über diese Personen. | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fragen Sie, wie der Moderator die Diskussion einleiten wird. Möchte er beispielsweise mit einer kurzen, provokanten These starten, fragen Sie nach dem zur Verfügung stehenden Zeitrahmen. Formulieren Sie Ihre eigene These entsprechend aus. Sie sollten sie flüssig vortragen können. | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erkundigen Sie sich, ob Sie ein eigenes Mikrofon haben werden oder nur eines für alle zur Verfügung steht. Falls es nur ein in der Mitte stehendes Mikro gibt, nutzen Sie es! Lassen Sie es sich herüberreichen. Sie sollten nicht die Erfahrung machen: Wer am nächsten sitzt, kommt am besten rüber! | |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Finden Sie heraus, wie lange die Diskussion dauern wird und ob nur die Redner miteinander diskutieren oder das Publikum teilnehmen wird. Fragen Sie, ob die Zuhörer im Anschluss an eine Podiumsdiskussion Fragen stellen dürfen. | |

So verhalten Sie sich während der Diskussion richtig

- Gehen Sie freundlich mit den anderen Diskussionsteilnehmern um, auch wenn es heiß hergeht. Demonstrieren Sie Fairness: »Ich sehe das genauso, wie Frau Meier es sehr anschaulich geschildert hat. Aber in einem Punkt muss ich ihr doch widersprechen ...«
- Sorgen Sie dafür, dass Sie nicht zu kurz kommen. Manche Redner werden von den Zuhörern ständig irgendetwas gefragt, andere blicken stumm ins Publikum. Bringen Sie sich ins Spiel, indem Sie zum Beispiel Erläuterungen des Vorredners ergänzen: »Lassen Sie mich noch etwas hinzufügen ...«
- Rechnen Sie mit guten und mit schlechten Moderatoren. Ein schlechter Moderator ist wahrscheinlich nicht gut vorbereitet und stellt Sie nicht richtig vor. Ergänzen Sie, wenn nötig, seine Ausführungen.

Möglicherweise ist der Moderator auch nicht in der Lage, die Runde zu managen, d. h. einige Teilnehmer spielen sich in den Vordergrund. Warten Sie nicht darauf, dass der Moderator einschreitet, tun Sie es selbst: »Entschuldigen Sie, Herr Schmidt, wenn ich zu Ende rede ...«

Versteht der Moderator seine Aufgabe jedoch richtig, fassen Sie sich bei allem, was Sie sagen, kurz.

Mit Fragen richtig umgehen

An die meisten Präsentationen schließen sich Fragen an, manchmal werden sie auch schon während des Vortrages gestellt. Auch wenn Sie vielleicht Angst haben nicht alle beantworten zu können, sind Fragen wünschenswert, denn sie

- zeigen, dass die Zuhörer an der Materie interessiert sind,
- geben Ihnen Gelegenheit, mit dem Publikum direkt Kontakt aufzunehmen,
- bieten die Chance, Unklarheiten zu beseitigen.

Dennoch sind nicht alle Fragen gutgemeint. Es gibt Nervensägen, die um der Frage willen fragen. Es gibt Gegner, die uns mit einer Frage bloßstellen oder unseren Standpunkt kritisieren wollen. Es gibt aber auch ein Publikum, das gar keine Fragen stellt, obwohl man sich das wünscht. Auf alle diese Fälle sollten Sie vorbereitet sein.

Denken Sie sich Fragen zu Ihrem Thema aus!

Das ist einer der wichtigsten Punkte: Fragen vorzusehen und sich im Vorhinein Antworten zu überlegen. In der Regel ist das nicht schwer.

- Sie haben ein bestimmtes Thema. Stellen Sie sich vor, Sie befänden sich in der Rolle der Zuhörer. Was würde Sie interessieren?

- Gibt es problematische Punkte in Ihrer Argumentation? Könnte Sie jemand fragen, warum Sie die gegnerischen Argumente A, B und C nicht berücksichtigt haben?
- Was antworten Sie, wenn jemand fragt, mit welchem Recht, welcher Kompetenz Sie über eine Sache sprechen?
- Gibt es Geschehnisse in Ihrem Lebenslauf, auf die Sie jemand ansprechen könnte?

Erklären Sie zu Beginn einer Präsentation, dass Sie Fragen am Ende beantworten werden. Erfahrungsgemäß stören Zwischenfragen den Ablauf Ihres Vortrages und sprengen den vorgesehenen Zeitrahmen. Außerdem gibt es Leute, die sich nicht mit den Fragen anderer aufhalten, sondern Ihren Vortrag hören wollen.

Wie rege ich Fragen an?

Sie kennen diese Situation bestimmt: Gerade hat der Vortragende seine Präsentation beendet. Er geht einen Schritt auf sein Publikum zu, lächelt und sagt: »Sicher haben Sie Fragen, meine Damen und Herren. Schießen Sie los!« Doch nichts geschieht. Es herrscht große Stille im Saal. Endlich fasst ein Zuhörer Mut, seine Frage ist interessant, und es kommt schließlich sogar zu einer Diskussion. Der Redner ist erleichtert.

Wie schaffen Sie es, von vornherein ein gutes Frage-Klima zu schaffen? Indem Sie Fragen anregen! Das ist auf folgende Arten möglich:

- Stellen Sie den Zuhörern die Fragen. Zum Beispiel: »Gibt es Aspekte, die ich in meiner Präsentation nicht angesprochen habe, die Ihnen aber wichtig erscheinen?« oder »Welche Erfahrungen haben Sie eigentlich mit Personalverantwortlichen gemacht?«
- Berichten Sie, welche Fragen zu Ihrem Thema häufig gestellt werden. Erzählen Sie von einer solchen Frage und führen Sie aus, was Sie darauf gewöhnlich antworten.
- Gehen Sie auf Nummer sicher. Bitten Sie die Anwesenden vor Ihrer Präsentation, Fragen auf einen Zettel zu schreiben und abzugeben: »Ich möchte Sie um etwas bitten. Sie sind mit bestimmten Erwartungen hierhergekommen. Sicher haben Sie ein paar Fragen mitgebracht, die Sie durch meinen Vortrag beantwortet sehen möchten. Schreiben Sie Ihre Fragen kurz auf. Wir wollen sehen, ob ich am Ende Ihre Erwartungen erfüllt habe.«

Wie behandle ich Fragen?

Grundsätzlich gilt: Lassen Sie sich von keiner Frage aus der Fassung bringen. Bleiben Sie stets freundlich und ruhig.

So behandeln Sie Fragen

- 1 Hören Sie sich die Frage aufmerksam und mit Interesse an, auch wenn sie Ihnen wenig durchdacht oder sogar dumm erscheint.
- 2 Wiederholen Sie die Frage laut und deutlich: »Herr Müller möchte gerne wissen, ob ...« So stellen Sie sicher, dass Sie die Frage verstanden haben und das Publikum sie akustisch mitbekommt.
- 3 Antworten Sie strategisch richtig. Ist es eine faire, sachorientierte Frage, wird es Ihnen nicht schwer fallen, sie zu beantworten.

Bei schwierigen Fragestellern ist das anders. Im Folgenden finden Sie einige weitverbreitete Fragetypen der unangenehmen Sorte und Möglichkeiten, wie Sie darauf reagieren.

Unangenehme Fragen und wie Sie darauf reagieren

Die Fangfrage

Manche Frager wissen ganz genau, wie sie vorgehen müssen um Sie in die Falle zu treiben. Solche Fallen sind zum Beispiel Fragen, auf die Sie mit Ja oder Nein antworten sollen. Der Zuhörer fragt zum Beispiel: »Haben Sie nun eine Übernahme der Stahlwerke vor, ja oder nein?« Bleiben Sie ruhig. Antworten Sie entweder so, dass Sie die Prämisse der Frage korrigieren: »Es handelt sich nicht um eine Übernahme, sondern um eine Fusion. Und die ist noch für dieses Jahr geplant, das ist richtig.« Oder lassen Sie sich auf das Ja-Nein-Spiel gar nicht erst ein und weichen Sie aus: »Im Augenblick ist die Situation in der Branche sehr angespannt, wie Sie wissen. Wie wir uns entscheiden wer-

den, hängt von vielen Fragen ab, die noch offen sind.« Hören Sie Politikern zu. Sie beherrschen diese Technik hervorragend.

Die Angriffsfrage

Vielleicht will ein Frager Sie angreifen und Ihren Standpunkt auf unfaire Weise kritisieren. Zu diesem Zweck unterstellt er Ihnen etwas, in der Annahme, dass Sie die Unterstellung hinnehmen werden, sich provozieren lassen und damit sich selbst bloßstellen: »Meinen Sie, dass wir mit Ihrem konservativen Ansatz die Probleme von heute lösen können?« Sie antworten darauf nicht etwa: »Ja, das finde ich«, denn sonst würden Sie zugeben, dass Ihr Ansatz konservativ bzw. veraltet ist. Sie antworten stattdessen mit einer Gegenfrage: »Was meinen Sie mit konservativ? Wie kommen Sie darauf, dass mein Ansatz konservativ sein könnte?«

Die Was-wäre-wenn-Frage

Ihre Präsentation lässt sich noch auf eine weitere Art und Weise aus den Angeln heben, z.B. mit einer Frage, die vollkommen hypothetisch ist: »Sagen Sie, wie sollen wir mit Ihren Lösungsvorschlägen arbeiten, wenn in fünf Jahren vielleicht zwei Prozent der Bevölkerung an dieser Krankheit leiden werden?« Antworten Sie geschickt: »Was in fünf Jahren sein wird, weiß keiner von uns. Welche Lösungen dann die richtigen sind, werden wir schon sehen.«

Die Bandwurm-Frage

Manche Frager packen in eine Frage gleich fünf oder zehn Fragen. Verzweifeln Sie nicht. Im Gegenteil: Beantworten Sie ein oder zwei Fragen, die Ihnen am besten gefallen. Sollte der Fragesteller noch unzufrieden sein, bieten Sie ihm ein Gespräch unter vier Augen nach der Veranstaltung an. Sagen Sie, dass Sie auch anderen die Chance geben möchten, Fragen zu stellen.

Die Refrain-Frage

Es gibt Leute, die nicht zuhören oder aber nicht zuhören wollen. Letztere haben sich eine Frage überlegt und müssen sie loswerden, auch wenn sie schon ein anderer gestellt und Sie sie beantwortet haben. Bleiben Sie freundlich, aber verärgern Sie die Zuhörer nicht damit, dass Sie die Antwort noch einmal geben, zumal wenn sie länger ausfällt. Bitten Sie den Frager, nach der Diskussion zu Ihnen zu kommen, um die Sache zu klären. Aber vielleicht wollen Sie gar nicht so nett sein und lieber die Schnittchen am Buffet genießen. Dann sagen Sie einfach: »Die Frage wurde bereits gestellt. Bitte haben Sie Verständnis dafür, wenn wir uns jetzt den neuen Fragen zuwenden.«

Präsentationen nachbereiten

Sie erinnern sich noch an den Anfang unserer Darstellung: Sie hatten ein Ziel für Ihre Präsentation formuliert. Inzwischen haben Sie die Veranstaltung hinter sich und stellen sich die bange Frage: »Habe ich dieses Ziel erreicht? War meine Präsentation ein Erfolg oder ein Flop?«

Wir möchten Ihnen zwei Wege vorstellen, um dies herauszufinden:

- die Fremdeinschätzung, d. h. die Einschätzung Ihrer Leistungen durch das Publikum, und
- die Selbsteinschätzung, bei der Sie sich selbst fragen, wie zufrieden Sie mit sich sind und wo Sie noch besser werden können.

Auf Erfahrungen aufbauen

Vielleicht fragen Sie sich gerade, warum die Nachbereitung einer Präsentation überhaupt so wichtig ist. Weil Sie die dabei gewonnenen Erfahrungen für Ihre berufliche und Ihre persönliche Entwicklung verwerten können.

- Ihre berufliche Entwicklung
Vielleicht wollten Sie mit Ihrer Präsentation Neukunden gewinnen. Dann ist es wichtig zu erfahren, ob Sie tatsächlich neue Kunden gewonnen oder Ihre Zuhörer eher abgeschreckt haben. Das sollten Sie erst recht wissen, wenn Sie in Zukunft weitere Präsentationen halten müssen und Ihr beruflicher Erfolg oder Ihre Karriere davon abhängen.
- Ihre persönliche Entwicklung
Sie werden sehen, dass Sie mit jeder Präsentation mehr und mehr Souveränität gewinnen. Jedes Mal erfahren Sie etwas Neues über sich: Wie Sie auf andere Menschen wirken, wie Sie in heiklen Situationen reagieren, wo Sie Schwächen haben und angreifbar sind. Erst wenn Sie dies wissen, können Sie die eigene Persönlichkeit genauer kennenlernen und weiterentwickeln.

Mit der Nachbereitung der Präsentation beantworten Sie zwei Fragen: 1. Habe ich mein Redeziel erreicht? 2. Wo sollte ich meine Präsentationstechnik noch verbessern?

Sie haben zwei Möglichkeiten, diese Fragen zu beantworten: durch eine Fremdeinschätzung und eine Selbsteinschätzung.

Fragebogen »Fremdeinschätzung«

Legen Sie einen Fragebogen aus, und bitten Sie die Teilnehmer, diesen im Anschluss an Ihre Präsentation anonym auszufüllen. Sie finden im Folgenden ein Muster, das Sie auf Ihre Anforderungen und Redeinhalte zuschneiden können.

Sicher brauchen Sie ein wenig Mut, um diese Fremdeinschätzung durchzuführen. Sie müssen auch damit rechnen, dass einige Teilnehmer nicht ehrlich sein werden. Doch Trends lassen sich mit Sicherheit ablesen.

Musterfragebogen Fremdeinschätzung

Sehr geehrte Damen und Herren,

nochmals herzlichen Dank für Ihr Interesse an diesem Vortrag. Ich bitte Sie, eine kurze Beurteilung dieser Präsentation vorzunehmen, damit ich Ihre Kritik und Ihre Anregungen bei der nächsten Veranstaltung berücksichtigen kann.

Bitte benoten Sie die folgenden Leistungen von 1 = sehr gut bis 6 = mangelhaft, indem Sie die Note Ihrer Wahl ankreuzen. Bei Fragen ohne Benotungssystem bitte ich Sie um eine knappe Stellungnahme. Im Voraus vielen Dank!

| Frage | Antwort | | | | | |
|---|---------|---|---|---|---|---|
| Was war Ihrer Ansicht nach das Ziel dieser Präsentation? | | | | | | |
| Wie fanden Sie den Aufbau? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Wie fanden Sie die Beispiele? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Wie anschaulich war der Vortrag gestaltet? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| War der Aufbau der Folien/Bilder/Videos etc. deutlich und klar? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Hat der Redner Folien und Bilder gut erklärt? | | | | | | |
| Wo hätte der Redner ausführlicher, wo knapper sein können? | | | | | | |
| Haben Sie etwas gelernt? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Hat der Redner laut und deutlich genug gesprochen? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Woran erinnern Sie sich spontan, wenn Sie an den Vortrag denken? (Inhalte, Gesten, Geschichten ...) | | | | | | |
| Hat der Redner gut durch die Diskussion geführt? | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |

Fragebogen »Selbsteinschätzung«

Auch wenn Sie es nicht wagen, einen Fragebogen zur Fremdeinschätzung auszulegen – eine kritische Selbsteinschätzung sollten Sie auf jeden Fall vornehmen. Interessant ist es sicher, beide Fragebogen einzusetzen. So erkennen Sie, ob Fremd- und Selbstbild übereinstimmen, bzw. wo Sie in Zukunft noch an sich arbeiten müssen.

Musterfragebogen Selbsteinschätzung

Sehr geehrte Damen und Herren,

nochmals herzlichen Dank für Ihr Interesse an diesem Vortrag. Ich bitte Sie, eine kurze Beurteilung dieser Präsentation vorzunehmen, damit ich Ihre Kritik und Ihre Anregungen bei der nächsten Veranstaltung berücksichtigen kann.

Bitte benoten Sie die folgenden Leistungen von 1 = sehr gut bis 6 = mangelhaft, indem Sie die Note Ihrer Wahl ankreuzen. Bei Fragen ohne Benotungssystem bitte ich Sie um eine knappe Stellungnahme. Im Voraus vielen Dank!

| Frage | Antwort |
|---|---------|
| Was hat gut funktioniert? | |
| Gab es Momente der Unsicherheit? | |
| Wann haben die Zuhörer positiv reagiert? (applaudiert, Fragen gestellt, gelacht etc.) | |
| Hatte ich manchmal das Gefühl, dass die Zuschauer abwesend/müde/gelangweilt sind? In welchem Abschnitt/bei welchem Punkt der Präsentation war das? | |
| Sind Zuhörer in der Pause oder am Ende der Präsentation auf mich zugekommen? Aus welchem Grund? | |
| Gibt es Anzeichen dafür, dass ich mein Ziel erreicht habe? | |
| Habe ich mich in der Diskussionsrunde/Fragerunde gut geschlagen? | |
| Warum kamen andere evtl. besser rüber? | |

Präsentieren im Verkauf

Eine professionelle Präsentationstechnik zahlt sich natürlich nicht nur bei Vorträgen oder Reden aus. Wer im Verkauf tätig ist, weiß, dass ohne das richtige Handwerkszeug kaum ein Euro zu verdienen ist.

In diesem Kapitel erfahren Sie

- wie Sie Kundenbesuche optimal vorbereiten und
- was Sie im Verkaufsgespräch beachten müssen.

Besondere Rahmenbedingungen

Im direkten Kundenkontakt muss die Präsentationstechnik auf die spezifische Verkäufer-Kunden-Beziehung zugeschnitten sein. Kunden zücken selten sofort ihre Geldbörse. Bei Haustürgeschäften und Produktvorführungen stoßen viele Verkäufer erst einmal auf Ablehnung, nach dem Motto »Der will was von uns. Aber wir werden es ihm nicht geben.« Selbst dort, wo Kunden an einem Produkt oder einer Dienstleistung interessiert sind, muss der Verkäufer mit einer Reihe von Einwänden rechnen. Daher gilt:

Will der Verkäufer Erfolg haben, muss er die Einwände des Kunden richtig behandeln.

BEISPIEL

Erinnern Sie sich doch einmal an Ihre eigenen Erfahrungen als Kunde. Zum Beispiel als dieser Vertreter unangemeldet vor Ihrer Haustür stand. Sicher waren Sie erst einmal skeptisch. Schließlich will man sich nichts andrehen lassen, was sich hinterher als Reinfluss entpuppt. Vielleicht möchte man auch gar nichts kaufen und den Verkäufer schnell loswerden. Er soll seinen Staubsauger, seinen Küchenmixer oder was auch immer bloß nicht in die Wohnung schleppen!

Und jetzt versuchen Sie sich an einen Verkäufer zu erinnern, von dessen Angebot Sie gerne Gebrauch gemacht haben. Wahrscheinlich hatten Sie das Gefühl: »Hier spricht jemand meine Sprache, kennt meine Probleme und weiß die richtige Lösung.« Mit Sicherheit hat dieser Verkäufer eine Technik eingesetzt, um Sie zu überzeugen. Und zwar so gut, dass Sie davon nichts oder kaum etwas gemerkt haben.

Wie gelingt es Ihnen, ein angenehmes Klima herzustellen, in dem Ihre Präsentation eine Chance hat? Im Folgenden stellen wir Ihnen die wesentlichen Schritte vor.

Kundenbesuche vorbereiten

Die erste wichtige Regel lautet: Bereiten Sie sich auf jeden Kunden sorgfältig vor

Dazu müssen Sie wissen,

- welchen Kundentyp Sie vor sich haben,
- welche Produkte mit welchen Eigenschaften/Vorteilen Sie anzubieten haben.

Stellen Sie sich vor, Sie erläutern einer älteren Dame seit einer Viertelstunde die Vorteile eines Bodenreinigers und erfahren schließlich, dass sie das Putzen seit zehn Jahren ihrer Schwiegertochter überlässt. Vielleicht fragt Sie ein Kunde, warum Ihre Produkte so einzigartig sein sollen, und Sie kommen erst einmal ins Grübeln! Überraschungen dieser Art lassen sich leicht vermeiden, wenn Sie sich an folgende Ratschläge halten.

Sammeln Sie alle Informationen über Ihre Produkte bzw. Leistungen

In der Regel hält das Unternehmen, für das Sie arbeiten, eine Fülle von Informationen bereit. Produktbroschüren, Handbücher, Werbemittel und vieles mehr sind gute Quellen. Sie sollten auch Ihr Unternehmen und seine Ziele kennen. Ist es besonders innovativ? Fertigt es umweltfreundlich? Alle diese Informationen können Ihnen später als Verkaufsargumente dienen. Wichtig ist vor allem: Halten Sie Ihr Wissen immer auf dem neuesten Stand!

Bereiten Sie sich auf verschiedene Kundentypen vor!

Wir unterscheiden zwei Kundentypen: Neukunden, denen Sie zum ersten Mal einen Besuch abstatten, und Kunden, die bereits bei Ihnen oder Ihrem Vorgänger gekauft haben. Auf beide müssen Sie sich vorbereiten, denn jeder Typ hat andere Bedürfnisse und bietet andere Chancen für den Verkauf.

Wie Sie sich auf den Neukunden einstellen

Versetzen Sie sich an die Stelle eines Kunden, der noch nie bei Ihnen gekauft hat und Ihr Unternehmen nicht kennt. Stellen Sie sich folgende Fragen:

- Was spricht für unser Unternehmen? Zum Beispiel der gute Ruf, die Qualität der Produkte, die Innovationen auf speziellen Gebieten, der einzigartige Service etc.
- Was frage ich den potentiellen Kunden? Zum Beispiel: Mit welcher Software arbeiten Sie eigentlich im Einkauf? Kämpfen Sie manchmal mit Problemen, die Ihre Software nicht lösen kann?
- Welche Informationen brauche ich, damit er an bestimmten Produkten/Angeboten Interesse findet?
- Welche Produkte sind zurzeit besonders gefragt, z. B. abhängig von der Jahreszeit (Heizungen im Winter etc.) oder von Feiertagen (ein Geschenk für Weihnachten)?
- Gibt es gerade attraktive preisreduzierte Angebote?

Lassen Sie das Verkaufsgespräch mit einem Neukunden mehrere Male vor Ihrem inneren Auge ablaufen. Überlegen Sie sich, welche Fragen er stellen kann, und planen Sie anhand des kleinen Fragenkatalogs Ihr Vorgehen. Sprechen Sie dabei laut!

Wie Sie sich auf den Bestandskunden vorbereiten

Kunden, die bereits gekauft haben, begegnen Sie natürlich anders. Hier die wichtigsten Schritte bei der Vorbereitung:

- Studieren Sie die Kundenkarte! Zum Beispiel: Was kauft der Kunde gewöhnlich? Animieren Sie ihn zu Nachbestellungen!

- Überlegen Sie, welche Produkte diesen Kunden interessieren könnten! Wo bestehen bei diesem Kunden die größten Aussichten auf einen Verkauf?
- Gibt es besondere Anlässe, zu denen Ihr Angebot passt? Vielleicht hat der Kunde gerade geheiratet und Sie regen den Abschluss einer Lebensversicherung an.

Ordnen Sie den Kunden einer Zielgruppe zu!

Mit etwas Übung gelingt es Ihnen, den Kunden einer bestimmten Zielgruppe zuzuordnen. Zielgruppen sind zum Beispiel:

- Geschäftsleute
- Familien
- Singles
- Senioren
- Jugendliche, Kinder

Fragen Sie sich, welche speziellen Bedürfnisse diese Zielgruppen haben und welche Produkte/Leistungen Sie ihnen anbieten könnten!

Nutzen Sie Werbemittel!

Viele Firmen stellen ihren Verkäufern eine Reihe von Werbemitteln zur Verfügung, die ihnen helfen, beim Kunden Kaufreize

auszulösen. Wie Sie im Kapitel »**Modelle und Produkte zum Anfassen**« bereits erfahren haben, sind sinnliche Erlebnisse sehr wichtig, um zu überzeugen. Zu beachten ist allerdings, dass solche Hilfen nicht »verschenkt« werden: Haben Sie beispielsweise einige Haushalte mit Werbemitteln wie Produktprobchen oder Katalogen einige Tage vor oder während Ihres Besuchs versorgt, dann versäumen Sie nicht, bei diesen potentiellen Kunden wieder vorbeizuschauen!

BEISPIEL

Haben Sie beispielsweise in einer Reihenhaussiedlung Honig aus der eigenen Imkerei zum Kennenlernen verteilt, melden Sie sich kurze Zeit später bei den Bewohnern und lassen ein Verkaufsgespräch folgen: »Wie hat Ihnen denn das Probchen geschmeckt?«

Kleiden Sie sich richtig!

Grundsätzlich gilt: Eine saubere, gepflegte und nicht zu modische Kleidung ist immer angemessen.

Nehmen Sie die richtigen Produkte mit!

Überlegen Sie vor jedem Besuch: Welche Produkte nehme ich zum Kunden mit, welche lasse ich im Auto und welche hole ich erst später? Für jeden Kundentyp gibt es eine Auswahl an passenden Produkten: Der Neukunde interessiert sich für andere Dinge als der Bestandskunde. Überlegen Sie, welche Zielgruppe Sie besuchen wollen und was diese Gruppe benötigen könnte.

Die positive Ausstrahlung

Beim Verkaufen geht es nicht in erster Linie um Produkte. Es geht vor allem um gute Beziehungen. Sie müssen ein positives Gesprächsklima schaffen und das Vertrauen des Kunden gewinnen. Ihre Ausstrahlung ist deshalb ein wichtiger Faktor für den Verkauf.

Die zweite wichtige Regel für den Verkaufserfolg lautet: Begegnen Sie Kunden stets in positiver Stimmung!

Bringen Sie sich in eine positive Stimmung, indem Sie sich selbst bereits vor dem Kundenbesuch ein kleines Lächeln schenken. Folgende Tipps sollten Sie außerdem befolgen:

- Bleiben Sie das ganze Verkaufsgespräch hindurch freundlich!
- Zeigen Sie Interesse an Ihrem Gesprächspartner, indem Sie mit dem Kopf nicken, öfter Fragen stellen, Blickkontakt halten!
- Diskutieren und streiten Sie nie mit dem Kunden!
- Drücken Sie sich positiv aus (vermeiden Sie Ausdrücke wie *nein*, *falsch*, *unmöglich* etc.)!

Die vier Phasen des Verkaufsgesprächs

Jedes Verkaufsgespräch durchläuft vier Phasen. Es ist für Sie wichtig, diese zu kennen. Nur so können Sie sich optimal darauf vorbereiten und entsprechend souverän agieren.

Die vier Phasen des Verkaufsgesprächs

- 1 In der Eröffnungsphase**
muss es Ihnen gelingen, Interesse zu wecken, die Sympathie des Kunden zu gewinnen.
- 2 In der Informationsphase**
versorgen Sie den Kunden mit den Informationen, die den Kaufreiz auslösen.
- 3 In der Argumentations- und Präsentationsphase**
stellen Sie verständlich Nutzen und Vorteile dar und präsentieren Lösungen.
- 4 In der Zielphase**
erkennt und akzeptiert der Kunde den Nutzen. Indem er kauft, werden seine Bedürfnisse befriedigt. Das Ziel ist erreicht.

Gehen wir die einzelnen Phasen durch.

1 Die Eröffnungsphase: Wie wecke ich Interesse?

Der erste Augenblick, in dem der Kunde und Sie sich gegenüberstehen, entscheidet über Sympathie oder Antipathie. Besinnen Sie sich deshalb auf Ihre natürlichen, positiven Kräfte. Sprechen Sie deutlich, ruhig und selbstbewusst. Viele Verkäufer rattern auswendig gelernte Sätze herunter. Der Kunde muss das Gefühl haben, dass Sie ihn ganz persönlich ansprechen. Lassen Sie ihn dabei spüren, dass Sie hinter Ihrer Firma und Ihren Produkten stehen. Stellen Sie eine Einstiegsfrage, die den Kunden interessiert und die er nicht einfach mit Ja oder Nein beantworten kann.

2 Die Informationsphase: Was braucht der Kunde?

Wer die Bedürfnisse des Kunden erkennen will, benötigt Informationen. Diese bekommen Sie aber nur, wenn Sie mit dem Kunden in einen Dialog treten. Am besten erreichen Sie dies, indem Sie Fragen stellen.

Merken Sie sich: Wer fragt, der führt.

Die offene Frage

Damit locken Sie den Kunden aus der Reserve, da er nicht mit Ja oder Nein antworten kann. Typische Fragewörter sind: *Was – Wer – Wann – Wie – Wo – Welche – Warum – Wieso – Weshalb*. Überlegen Sie sich Fragen, die den Kunden dazu bringen, Ihnen mehr über seine Wünsche oder Abneigungen zu verraten.

BEISPIEL

Was halten Sie von einem eigenen Online-Shop? (anstatt: Wollen Sie einen Online-Shop?)

Die Alternativ-Frage

Sie zwingt den Gesprächspartner dazu, sich zu entscheiden, und zwar in Ihrem Sinne.

BEISPIEL

Nehmen wir an, der Kunde bittet sich für den Kauf Bedenkzeit aus. Antworten Sie auf keinen Fall: »Überlegen Sie es sich noch einmal, auf Wiedersehen.« Sagen Sie: »Aber gerne. Soll ich am Dienstag oder am Mittwoch noch einmal bei Ihnen vorbeischauchen?«

Die Bügeleisen-Technik

Stellen Sie sich vor, jemand wirft Ihnen ein heißes Bügeleisen zu. Was tun Sie? Sie werfen es natürlich zurück. So gehen Sie auch mit den Fragen des Kunden um. Anstatt zu antworten, stellen Sie ihm sofort eine Gegenfrage. Denn würden Sie mit Ja oder Nein antworten, könnten Sie leer ausgehen.

BEISPIEL

Kunde: »Haben Sie blaue Hemden?«

Verkäufer: »Möchten Sie lieber blaue Hemden?«

Kunde: »Nein, die roten sind eigentlich doch besser.«

»Wo drückt der Schuh?«-Fragen

Versuchen Sie herauszufinden, wo Ihrem Kunden der Schuh drückt, und bieten Sie ihm dann Ihre Lösung an.

BEISPIEL

Verkäufer: »Haben Sie eigentlich schon ein Geschenk für Ostern? Wir haben gerade diese ‚Fang den Hasen‘-Aktion...«

3 Die Argumentationsphase: Wie überzeuge ich den Kunden?

Ein Kunde kauft nur dann, wenn er sich davon einen Nutzen verspricht. Daraus folgt für Sie: Lernen Sie Ihr Unternehmen und alle Produkte genauestens kennen (Kapitel »Kundenbesuche

vorbereiten«). Trainieren Sie, die Vorteile und den Nutzen der Produkte überzeugend zu präsentieren. Doch wie funktioniert das? Hier ein paar wichtige Tipps:

- Schildern Sie Vorteile so konkret wie möglich. Malen Sie dem Kunden aus, wie wunderbar sein Leben erst sein wird, wenn er dieses Produkt besitzt.

BEISPIEL

Verkäufer: »Mit diesem Wagen werden Sie jeden überholen!« (Anstatt: »Dieser Wagen hat 180 PS.«)

- Sprechen Sie, wo möglich, die Sinne an. Lassen Sie den Kunden Ihre Produkte anfassen, riechen usw.
- Ziehen Sie die Präsentation nicht in die Länge. Maximal 15 Minuten sind genug!
- Schneiden Sie Ihre Argumente auf den Kunden zu. Machen Sie ihm dabei auch einmal ein Kompliment, das Ihnen nützt.

BEISPIEL

Verkäufer: »Sie haben aber ein liebes Hündchen. Na, da greifen Sie sicher auch lieber zu Produkten, die ohne Tierversuche hergestellt werden ...«

Wie Sie mit dem Nein des Kunden umgehen

Sie müssen während Ihrer Präsentation immer wieder mit Einwänden oder Ablehnung rechnen. Der Kunde wird Ihnen vielleicht unumwunden sein »Nein« entgegenschmettern. Viele Verkäufer fürchten sich vor diesem kleinen Wörtchen. Jedoch

sollten Sie sich davon nicht ins Bockshorn jagen lassen. Erstens richtet sich ein Einwand nicht gegen Sie persönlich, und zweitens: Wieso sollen Sie sich Ihre Laune von willkürlichen Äußerungen verderben lassen? Anstatt sich zu ärgern, bleiben Sie ruhig! Versuchen Sie, durch Fragen zu ergründen, warum der Kunde diesen Einwand hat (lesen Sie die vorangegangenen Ausführungen zu Fragetechniken).

BEISPIEL

Kundin: »Danke. Ich möchte kein Make-up!«

Verkäufer: »Was stört Sie denn an Make-up?«

Kundin: »Es trocknet die Haut so aus!«

Verkäufer: »Na, geben Sie mir einmal Ihre Hand ... Und? ... Wie fühlt sich dieses Make-up an? Gut, nicht wahr?«

Die Kunst des Verkaufens fängt erst nach dem Nein des Kunden an!

4 Die Zielphase: Ist der Kunde kaufbereit?

Viele Verkäufer zerreden den Verkaufsabschluss. Sie erkennen nicht, wann der Kunde Kaufsignale aussendet.

Die wichtigsten Kaufsignale

- zustimmende Feststellungen
»Das ist ja gar nicht schlecht!«, »Damit könnte ich dann endlich ... «

- Frage nach Einzelheiten
»Und wo kann ich Ihr Produkt überall einsetzen?«
- eindeutige Informationsfragen
»Und was soll es kosten?«
- außerdem folgende Verhaltensweisen:
 - zustimmendes Kopfnicken
 - der Kunde kommt Ihnen immer näher
 - das Produkt wird plötzlich in die Hand genommen usw.

Die Preisargumentation

Das Gespräch über den Preis ist eine der schwierigsten Etappen im Verkauf. Preise dürfen nie im Zentrum Ihres Gesprächs stehen, sie sind erst dann Thema, wenn Sie den Kunden vom Nutzen des Produkts überzeugt haben. Wichtig ist, dass Sie den Preis »verpacken«. Der Kunde muss denken: »Unglaublich, was ich für diesen Preis an Qualität und Nutzen bekomme!«

- Stellen Sie den Preis gemeinsam mit dem Nutzen dar.

BEISPIEL

Verkäufer: »Das komplette Paket bekommen Sie für 50 Euro. Dafür haben Sie die nächsten 12 Monate einen hervorragenden Reiniger, den Sie im ganzen Haushalt einsetzen können. Wo findet man so etwas schon?«

- Fragt der Kunde schon am Anfang oder in der Mitte des Gesprächs nach dem Preis, antworten Sie mit einer Gegenfrage.

BEISPIEL

Verkäufer: »Der Preis ist für Sie sehr wichtig?«

Kunde: »Na klar!«

Verkäufer: »Sie wissen dann nur noch nicht, was Sie dafür bekommen. Ich darf Ihnen das kurz erklären ...«

Rücken Sie die Leistungsmerkmale des Produktes und nicht den Preis in den Mittelpunkt des Gesprächs.

Wie Sie beim Vertragsabschluss vorgehen

Wiederholen Sie nochmals alle positiven Argumente und führen Sie den Kunden jetzt in Richtung Vertragsabschluss. Wichtig ist übrigens, dass Sie den Auftrag schnell ausfüllen können. Durch Herumtrödeln hat es sich schon so mancher Kunde noch einmal anders überlegt. Mit folgenden Verhaltensweisen können Sie den Abschluss üben.

Verhaltensweisen für den Abschluss

- Leiten Sie mit einer Frage zum Abschluss hin.

BEISPIEL

»Was meinen Sie, wie viel ... brauchen Sie?«

- Vermeiden Sie abschreckende Worte wie »unterschreiben«, »unterzeichnen«, »Kaufvertrag«, »Kosten« etc. Sie lösen beim Kunden Ängste aus.

BEISPIEL

Benutzen Sie stattdessen Formulierungen wie »die Bestellung bestätigen«, »erhältlich für...«, »die Unterlagen...« – das klingt in den Ohren des Kunden wesentlich besser.

- Sollte der Kunde wider Erwarten seine Meinung plötzlich ändern, lassen Sie nicht locker! Finden Sie durch freundliches Fragen den Grund für sein Zögern heraus und versuchen Sie seine Einwände durch gute Argumente zu entkräften.

Teil 2: Training Präsentieren

Das ist Ihr Nutzen

Wohl niemand kann eine gute Präsentation einfach so aus dem Ärmel schütteln. Gute Redner und überzeugende Präsentatoren haben meist bereits zahlreiche Vorträge hinter sich und damit eine Menge Erfahrung. Auch im Bereich des Präsentierens gilt also: Übung macht den Meister.

Der folgende Trainingsteil unterstützt Sie dabei, diese Routine zu erlangen. Anhand von einzelnen Einheiten können Sie Schritt für Schritt Ihre Präsentation so vorbereiten, dass Sie gegen alle Eventualitäten gewappnet sind.

Zusätzlich gibt es Anregungen, die Ihnen dabei helfen, die bei der Präsentation verwendeten Medien richtig einzusetzen. Und ebenso können Sie Ihren überzeugenden Auftritt vor dem Publikum einüben. Sie überwinden damit nicht nur Ihr Lampenfieber, sondern schaffen es auch, Ihre Zuhörer zu begeistern.

Der Trainingsteil unterstützt Sie nicht zuletzt dabei, gelassen mit schwierigen Situationen während der Präsentation umzugehen. Er zeigt Ihnen z. B., wie Sie unangenehmen Fragen des Publikums begegnen und was Sie tun können, wenn Sie den roten Faden verloren haben.

Die inhaltliche Vorbereitung

Präsentieren aus dem Stegreif? Das ist sicherlich nur ganz wenigen begnadeten Rednern möglich. Für alle anderen gilt: Eine gute Vorbereitung ist die Voraussetzung für einen gelungenen Vortrag, der andere begeistert und mitreißt.

In diesem Kapitel lernen Sie,

- wie Sie den Stoff für Ihre Präsentation zielgruppenorientiert sammeln, aufbereiten und strukturieren,
- wie Sie alle Sinne Ihres Publikums ansprechen,
- wie Sie Ihre Rede so einüben, dass sie Sicherheit für den Live-Auftritt gewinnen.

Darum geht es in der Praxis

Eine gute Vorbereitung ist das A und O einer gelungenen Präsentation. Allerdings wird oft sehr wenig Sorgfalt auf die Vorbereitung sowie die Erstellung der eingesetzten Medien verwendet, was sich dann in wenig ansprechenden Vorträgen zeigt.

Dabei ist es sehr einfach, mit ein wenig zusätzlichem Aufwand eine brillante Präsentation zu erstellen, die das Publikum begeistert und überzeugt. Wenn Sie Ihre Präsentation von vornherein richtig planen, die geeigneten Medien einsetzen und vor dem entscheidenden Auftritt Proben ansetzen, werden Sie feststellen, dass Präsentieren richtig Spaß macht. Der Aufwand lohnt sich, denn durch eine gute Präsentation werden Sie Ihrem Publikum positiv in Erinnerung bleiben und aus der Masse der Präsentatoren herausragen.

Von der Konzeption des Vortrags über die richtige Vorbereitung auf Fragen des Publikums und den optimalen Einsatz von Präsentationsmedien bis hin zur Probe der Präsentation – wenn Sie die Übungen in diesem Kapitel der Reihe nach absolvieren, sind Sie optimal auf Ihren Vortrag vorbereitet. Ob Hotelzimmer, Büro oder Zuhause, die Vorbereitung mit dem TaschenGuide ist fast an jedem Ort möglich – Sie brauchen lediglich Stift und Zettel und ein paar leere Karteikarten.

So lernen Sie Ihre Zielgruppe kennen

Schritt 1: Das Publikum analysieren

Jeder Teilnehmer misst den Erfolg Ihrer Präsentation daran, inwieweit seine jeweiligen Wünsche und Vorstellungen erfüllt sind. Er möchte nach Hause gehen und neue Ideen, neue Informationen und neue Gedanken in seinen Arbeitsalltag einbauen. Ihre Aufgabe als Präsentator ist es, genau dies zu liefern. Dazu müssen Sie wissen, was der einzelne Teilnehmer sich von Ihnen erwartet. Bei einem kleinen Publikum können Sie diesem Anspruch sogar gerecht werden, weil Sie jeden Teilnehmer persönlich über seine Wünsche befragen und Ihre Präsentation darauf ausrichten können. Bei einem größeren Publikum ist dies kaum möglich. Also beschränken Sie sich auf eine genügend große Stichprobe.

1. Informationen gewinnen

- Manchmal kann es recht einfach sein, Informationen über Ihr Publikum zu bekommen. Wenn Sie selbst Veranstalter und Einladender zur Präsentation sind, kennen Sie möglicherweise Ihr Publikum persönlich und sind in der Lage, dessen Bedürfnisse und Erwartungen einzuschätzen.
- Ist dies nicht der Fall, dann fragen Sie zuerst diejenige Person, die Sie mit der Durchführung der Präsentation beauftragt hat.
- Sollte dies nicht ausreichen, fragen Sie Ihre Arbeitskollegen. In Ihrem Unternehmen gibt es sicherlich eine Reihe von Per-

sonen, die schon einmal mit dieser Art Publikum zu tun hatten.

2. Adressatenanalyse

Führen Sie anhand der folgenden Tabelle eine Adressatenanalyse durch:

Adressatenanalyse

Wie viele Teilnehmer erwarte ich?

Wie setzt sich mein Publikum zusammen?

- Fachkräfte
- Führungskräfte
- Entscheider
- Vorstandsmitglieder
- Interessenten
- besondere Gäste und Persönlichkeiten
- besondere ethnische Gruppen
- geschlechtsspezifische Zusammensetzung
- Bildungsniveaus
- Altersgruppen

Was verbindet die Teilnehmer untereinander?

Ist es eine homogene oder eine heterogene Gruppe?

Was erwarten die Teilnehmer; warum sind sie anwesend?

Was wissen die Teilnehmer bereits über das Thema?

Wie oft haben sie schon etwas über dieses Thema gehört?

Wie gut kennen sich die Teilnehmer im Fachvokabular aus?

Was muss ich besonders erklären?

Welche Einstellung haben die Teilnehmer zum Thema?

Welche Einstellung haben die Teilnehmer zu meinem Unternehmen?

In welcher Stimmung befinden sich die Teilnehmer?

Welche Auswirkungen wird das Thema auf die Teilnehmer haben?

Adressatenanalyse

Was wissen die Teilnehmer über mich als Präsentator?

Welchen Medieneinsatz erwarten die Teilnehmer?

Sonstige Einflussfaktoren

landesspezifische Besonderheiten

- Feiertage
- Dauer der Präsentation
- kulturelle Besonderheiten
- sportliche Veranstaltungen

Schritt 2: Konsequenzen aus der Adressatenanalyse

Wie Sie Schritt 1 gesehen haben, ist eine wichtige Information, wie sich Ihr Publikum zusammensetzt. Was denken Sie, wie wirkt sich dies auf Ihren Vortrag aus? Notieren Sie die Auswirkungen und berücksichtigen Sie diese Erkenntnisse bei der Ausformulierung Ihrer Präsentation.

Praxistipps

Die Zusammensetzung der Teilnehmer hat Auswirkungen auf

- das Vokabular (Fachsprache für Fachkräfte),
- die Begrüßung oder Ansprache (wenn besondere Persönlichkeiten oder Gäste im Publikum sitzen),
- Vermeidung diskriminierender Äußerungen oder Formulierungen (Beachtung ethnischer Gruppen oder der Überzahl eines bestimmten Geschlechts),
- das Sprachniveau allgemein (Bildungsniveau) sowie

- die inhaltliche Gestaltung (ältere Leute benötigen andere Beispiele als jüngere).

Führungskräfte haben andere Anforderungen an Ihr Thema als Fachkräfte. Sie möchten möglicherweise eher einen Überblick über das Thema und den Zusammenhang mit anderen Themenbereichen haben. Fachkräfte sind eher an tiefer gehenden Informationen, eventuell auch an Spezialinformationen interessiert.

Entscheider, die möglicherweise Geld für Ihre Idee oder Ihr Produkt ausgeben sollen, müssen anders angesprochen werden als nur Interessierte. Der Entscheider möchte wissen, wie sicher die Investition ist und wann sie einen Return on Investment erbringt.

Die Erwartungen bei homogenen Gruppen sind thematisch wesentlich enger als bei heterogenen Gruppen. Auch wenn Ihr Publikum aus verschiedenen Gruppen zusammengesetzt ist, könnte es für Ihre Präsentation eine homogene Gruppe darstellen. Die Homogenität kommt zustande, weil bei allen gleichermaßen Interesse an Ihrem Thema vorhanden ist.

Eine inhomogene Gruppe zufrieden zu stellen ist wesentlich schwieriger. Konzentrieren Sie sich auf einen für einen Teil des Publikums interessanten Aspekt, langweilt sich der andere. Bei inhomogenen Gruppen kann es sinnvoll sein, zu Beginn der Präsentation genau diesen Umstand und die damit verbun-

denen Schwierigkeiten bezüglich der Inhaltsformulierung zu erwähnen. So versteht das Publikum, warum Sie bestimmte Aspekte des Themas nicht ansprechen, nicht vertiefen oder anders darstellen als erwartet. Auf jeden Fall ernten Sie Anerkennung dafür, dass Sie sich mit den Erwartungen des Publikums im Vorfeld auseinandergesetzt haben und dies nun auch zu Beginn der Präsentation ansprechen.

Schritt 3: Richtig einsteigen

Damit Sie auf der richtigen Ebene einsteigen, benötigen Sie auch Informationen über den Wissensstand Ihres Publikums. Was denken Sie, welche These ist richtig?

- These 1: Am besten niedrig einsteigen, dann bin ich sicher, dass ich alle Teilnehmer dort abhole, wo sie mit ihrem Wissen stehen.
- These 2: Am besten zu hoch einsteigen, dann kann ich alle mit meinem Wissen beeindrucken.
- These 3: Am besten dort thematisch einsteigen, wo ich mein Publikum vermute, mit dem Risiko, dass meine Adressatenanalyse auch falsch sein kann.

Lösung

Sie haben drei Möglichkeiten, thematisch einzusteigen:

- entweder zu hoch, dann wird Ihr Publikum Sie nicht verstehen;

- oder zu niedrig, dann langweilt sich Ihr Publikum und stellt sich die Frage, warum es überhaupt zur Präsentation gekommen ist;
- die dritte Möglichkeit: Sie kennen genau das Vorwissen des Publikums und steigen auf dem absolut richtigen Niveau ein. Ihr Publikum weiß dies zu schätzen und wird es mit hoher Aufmerksamkeit honorieren.

Legen Sie Ihre Ziele fest

Schritt 4: Sich über die Ziele klar werden

»Warum soll ich gerade dieses Thema präsentieren?« – Mit dieser Frage ergeben sich für Sie bereits die ersten Ideen zu Ihrer Präsentation. Machen Sie sich klar, was das Publikum am Ende erfahren haben soll bzw. was sich verändern soll.

Wenn Ihr Auftraggeber bereits genaue Vorgaben zum Inhalt und zur Zielsetzung definiert hat, müssen Sie sich nur noch Gedanken darüber machen, wie Sie Ihre Präsentation mit den entsprechenden Inhalten füllen, um das vorgegebene Ziel zu erreichen. Für den Fall, dass nur der Rahmen vorgegeben ist, formulieren Sie Ihre Ziele selbst.

Je nach Präsentationsart verfolgen Sie unterschiedliche Ziele. Sie wollen, dass man Ihre Ideen versteht, akzeptiert und fördert. Sie wollen berichten, erklären, überzeugen. Sie wollen Ihr Präsentationsziel erreichen.

1. Ziele festlegen

Gliedern Sie Ihre Zielsetzung zunächst in zwei Bereiche:

- sachliche Ziele und
- persönliche Ziele.

Ihre sachlichen Präsentationsziele

Die sachlichen Präsentationsziele beziehen sich auf das, was Sie beim Publikum erreichen möchten. Dazu gilt es auch, die Wünsche und Bedürfnisse des Publikums zu kennen und zu berücksichtigen:

- **Informationspräsentation:** Ihre Teilnehmer sollen verstehen, welchen Nutzen Ihre Ideen haben. Es geht nicht darum, wie begeistert sie davon sind, sondern was Ihr Vortrag jedem Einzelnen im Publikum bringt. Untersuchen Sie Ihre Ideen daraufhin, ob der von ihnen gestiftete Nutzen zu Ihrer Zielsetzung passt.
- **Meinungspräsentation:** Ihre Teilnehmer sollen Ihre Ideen akzeptieren, was in der Regel mit einer Änderung vorhandener bzw. vorgefasster Meinungen verbunden ist. Eine Meinung zu ändern, ist nicht einfach. Sicherlich können Sie diese Erfahrung bestätigen. Erarbeiten Sie mit Ihrer Zielsetzung auch die Art und Weise, wie Sie sicherstellen, dass Ihr Publikum zumindest teilweise seine Meinungen ändert oder jedenfalls einen Anstoß bekommt, welche Denkrichtungen noch möglich sind.

- **Präsentation als Entscheidungshilfe:** Ihre Teilnehmer sollen sich für Ihre Ideen entscheiden und deren Fortführung bewilligen. Ist Ihr Präsentationsziel, dem Publikum Entscheidungshilfen zu geben, müssen Sie Kriterien für die durchzuführende Entscheidung liefern. Das heißt, Sie müssen Vor- und Nachteile verschiedener Optionen aufzeigen und vor allem sachlich und neutral die verschiedenen Positionen vorstellen. Seien Sie dabei sehr vorsichtig, weil Sie sonst leicht in den Ruf der unzulässigen Beeinflussung oder Manipulation kommen.
- **Verkaufspräsentation:** Ihre Teilnehmer sollen begeistert sein und kaufen. Dazu müssen Sie selbst von Ihrer Idee, Ihrem Produkt oder Projekt überzeugt sein. Nur wenn Sie selbst Begeisterung verspüren, können Sie auch andere begeistern. Durch Ihre Sprache, Körpersprache, Satzbau und den intensiven Wunsch, Ihr Publikum mitzureißen, werden Sie dieses Ziel erreichen.

Ihre persönlichen Ziele

Neben den sachlichen verfolgen Sie auch persönliche Präsentationsziele, die in vielen Fällen unabhängig vom präsentierten Thema sind:

- Als Präsentator möchten Sie Anerkennung. Sie sind der Experte für das Thema. Sonst würden Sie nicht vor dem Publikum stehen und zu diesem Thema sprechen. Sie haben viel in den Erwerb Ihres Wissens und Ihrer Erfahrung investiert. Sie haben viel Zeit in die Vorbereitung der Präsentation gesteckt. Nun möchten Sie die Ernte einfahren. Tun Sie es auch.

Holen Sie sich Ihre Bestätigung als Experte dadurch, dass Sie begeisternd präsentieren und Ihrem Publikum einen großen Nutzen stiften.

- Gleichzeitig möchten Sie auch Anerkennung als Person. Sie möchten dem Publikum als angenehmer Mensch in Erinnerung zu bleiben, der fantasievoll und kreativ vor seinen Zuhörern agiert.

2. Ziele strukturieren

Füllen Sie die folgende Tabelle aus, um sich über Ihre Ziele klar zu werden und sie zu strukturieren:

| Meine Ziele |
|--|
| Präsentationsthema: |
| Welches Präsentationsziel verfolge ich? <ul style="list-style-type: none">▪ Informationspräsentation▪ Meinungspräsentation▪ Entscheidungspräsentation▪ Verkaufspräsentation▪ |
| Meine Kernaussagen zum Thema: |
| Welche Tiefe soll mein Thema haben? |
| Dauer der Präsentation: |
| Sonstiges: |

Das Sammeln und Ordnen des Materials

Schritt 5: Informationen sammeln mit der Kärtchen-Methode

Nachdem Sie die Ziele festgelegt haben, geht es nun an die Aufbereitung des Präsentationsinhalts. Drei wesentliche Schritte gilt es hier zu beachten:

1. Sammeln, Sichten und Sortieren
2. Strukturieren
3. Überarbeiten

Eine Methode ist die Kärtchen-Methode: Mit Hilfe von Karteikarten sammeln Sie Ihre Ideen. Sie können auch kleine Zettel, Moderationskarten oder Post-its nehmen.

1. Erste Ideensammlung

- Besorgen Sie sich eine große Anzahl von Karten.
- Schreiben Sie pro Karte einen Gedanken oder eine Idee auf – so schnell Sie können. Machen Sie sich über Reihenfolge, Logik und Folgerichtigkeit keine Gedanken; schreiben Sie einfach.
- Unterstützen Sie Ihre Kreativität, indem Sie entweder an einen anderen Ort gehen (Teeküche, Besprechungsraum, freies Büro eines Kollegen) oder während der Ideenphase herumlaufen. Oder Sie sammeln Ihre Ideen nicht im Büro, sondern an einem anderen Ort (zu Hause, im Park). Suchen Sie sich

die Lokalität aus, die Ihnen ein Höchstmaß an kreativer Spannung bietet.

2. Zweite Ideensammlung

Wenn Sie die erste Ideensammlung abgeschlossen haben, hängen Sie die Karten gut sichtbar auf oder legen Sie sie hin. Lassen Sie sich von den bisherigen Ideen inspirieren. Verfolgen Sie Teilaspekte, entwickeln Sie weitere Ideen, Gedanken, Gesichtspunkte und Möglichkeiten, die Sie wiederum aufschreiben.

3. Ruhephase

Haben Sie diese Phase der Ideensammlung beendet, lassen Sie die Karten einige Zeit liegen. Das können ein paar Stunden sein, manchmal sogar einige Tage. Blättern Sie ruhig ab und zu in den Karten. Mit Sicherheit werden Ihnen noch weitere Ideen einfallen, die Sie dann notieren können.

4. Beenden

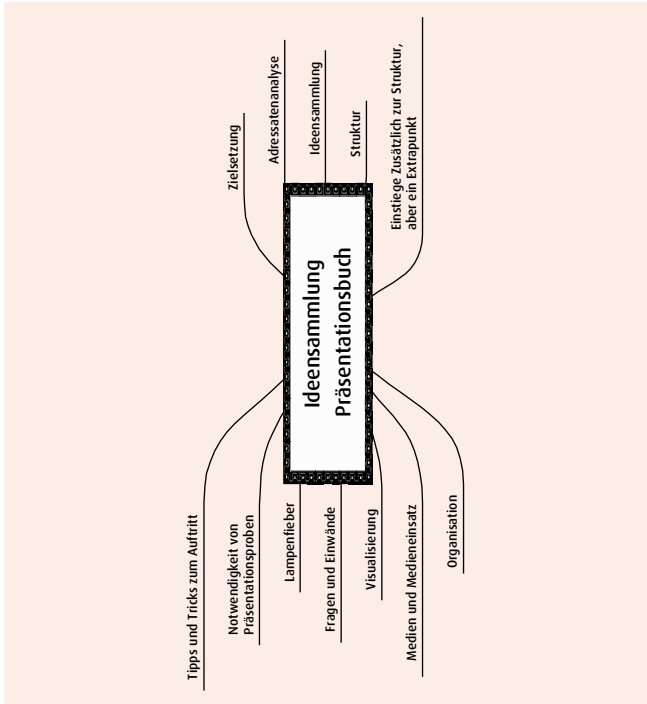
Beenden Sie Ihre Ideensammlung. Oft ist dieser Punkt schwierig, denn meistens gibt es auch noch kurz vor der Präsentation gute Ideen, die Auswirkungen auf die Konzeption haben. Andererseits ist es notwendig, diese Phase zu beenden und sich zu entscheiden, die Präsentation mit dem erreichten Informationsstand inhaltlich zu gestalten. Machen Sie nicht den weit verbreiteten Fehler, die Inhalte kurz vor Beginn noch zu ändern. Das ist bisher selten gut gegangen.

Schritt 6: Informationen sammeln mit der Mind-Map-Methode

Eine weitere Methode, wie Sie Ihre Ideen und Anregungen für die Präsentation am besten sammeln können, ist die Mind-Map-Methode:

Die Mind Map ist eine der Funktionsweise des Gehirns folgende Darstellung. Damit das Gehirn effizient auf eine Information reagieren kann, muss sie so strukturiert sein, dass sie möglichst »funktionskonform« ist. Da das Gehirn primär mit verknüpften und integrierten Schlüsselbegriffen arbeitet, fassen wir unsere Aufzeichnungen beim Mind Mapping ebenfalls in einer solchen Struktur ab.

Statt oben auf der Seite zu beginnen und sich in Sätzen oder Listen vertikal nach unten durchzuarbeiten, sollten Sie in der Mitte mit Ihrer Zentralidee beginnen und dann die Einzelideen in Ästen und Zweigen entwickeln, die von diesem Zentrum ausgehen. Es ist ähnlich wie bei einem Baum: In der Mitte ist der Stamm, hier steht das Zentralthema. Von diesem Zentrum verästeln sich die einzelnen Punkte des Hauptthemas mehr und mehr nach außen; von größeren Einheiten zu kleineren, von Oberpunkten zu immer weiter führenden Unterpunkten bis hin zu Details und Kleinigkeiten. Ein Beispiel:



Beispiel für eine Gliederung mit Mind Map

Manche Ideen hängen vielleicht zusammen. Diese Zusammenhänge können Sie mit Verbindungen oder Vernetzungen grafisch darstellen, indem Sie die zusammenhängenden Themenbereiche mit Linien quer über das Blatt verbinden.

Visualisieren Sie ausgehend von diesen Hintergrundinformationen die Ideen für Ihre Präsentation in einer eigenen Mind Map.

So erstellen Sie eine Mind Map

(Quelle: H. Müller, *TaschenGuide Mind Mapping*, S. 18 ff.)

1. Beginnen Sie eine Mind Map in der Mitte des quer liegenden Blattes (nicht zu klein, A4/A3 für den Anfang) mit einem mehrfarbigen Zentralbild, das Ihr Thema darstellt, evtl. ergänzt um ein Stichwort. Verzichten Sie nicht auf ein Bild oder Symbol, auch wenn Sie Ihre zeichnerischen Fähigkeiten nicht groß einschätzen. Ihr Gehirn wird es Ihnen danken und Sie verstehen.
2. Ziehen Sie Linien vom Zentralbild in Richtung der Blattecken, auf die Sie Schlüsselwörter schreiben, am besten Nomen oder Verben. Ein Schlüsselwort repräsentiert einen Gedanken oder Sachverhalt. Achten Sie auf Wörter, bei denen Ihnen das damit verbundene Wissen, Ihre Bilder, Gedankenketten oder Gefühle wieder einfallen.
3. Von den Hauptästen mit den Schlüsselbegriffen ziehen Sie weitere Linien mit Unterbegriffen. Variieren Sie die Dicke und Farbe der Linien, die nur so lang wie das dazugehörige Wort sein sollen, und schreiben Sie nur ein Wort pro Linie.
4. Schreiben Sie in Druckbuchstaben, auf den Hauptästen in Großschrift. Variieren Sie mit Groß- und Kleinschrift, mit der Art Ihrer Schrift. Schaffen Sie Abwechslung und Betonung.
5. Arbeiten Sie mit Farben, Bildern, Symbolen in unterschiedlichen Formen und Größen. Nutzen Sie z. B. Pfeile für Verbindungen. Wolken und Hintergrundfarben zur Hervorhebung. Drücken Sie Adjektive und Adverbien in Symbolen aus, z. B.

»+« für »gut«, eine Blume für »schön«, ein Rennwagen für »schnell«, Pfeile für »mehr« oder »besser«, Smileys für Stimmungen. Etwas, das Sie nicht wollen (Verneinung), streichen Sie lesbar durch.

6. Bei sehr umfassenden Mind Maps sollten Sie erst assoziieren, dann strukturieren. Schreiben Sie zuerst alles auf, was Ihnen in den Sinn kommt. Erst danach analysieren Sie das Ganze. Dabei achten Sie auf Hierarchien und Kategorien. Sie fassen zusammen und ordnen eventuell neu.
7. Lassen Sie Ihr Papier möglichst im Querformat vor sich liegen und biegen Sie die Äste, um das Blatt zu füllen. Das gelingt Ihnen recht leicht, wenn Sie Ihre Äste in Richtung der Blattecken ausrichten. Wenn Sie das Papier drehen (um besser schreiben zu können), ergeben sich Äste, deren Worte beim späteren Betrachten auf dem Kopf stehen und schwer zu lesen sind. Dies ist ungünstig für einen raschen Überblick.

Schritt 7: Informationen sortieren

Wenn Sie der Meinung sind, dass Sie die Ideensammlung abgeschlossen haben (siehe die Schritte 5 und 6), gehen Sie zur nächsten Phase über: dem Sichten und Sortieren der Informationen.

Breiten Sie alle Karten aus, entweder auf dem Schreibtisch oder auf dem Wohnzimmerteppich (je nach Menge). Sortieren Sie Ihre Karten nach den drei Kriterien:

- **Muss-Informationen:** Was muss unbedingt in der Präsentation enthalten sein? Welche Ideen oder Themen haben absolute Priorität und sind für die Teilnehmer wichtig?
- **Möchte-Informationen:** Welche Informationen möchten Sie in die Präsentation einbauen? Dies sind für die Teilnehmer interessante Neben- oder Detailinformationen, die den Sachverhalt vertiefen oder ihn aus unterschiedlichen Perspektiven betrachten. Die Möchte-Informationen stehen in engem Zusammenhang mit den Muss-Informationen und sind das Salz in der Suppe. Reichern Sie diesen Teil Ihrer Präsentation mit Geschichten, Anekdoten oder anderen kurzweiligen Inhalten an. Diese Inhalte müssen auf jeden Fall für Ihre Zuhörer interessant, überlegenswert oder lustig sein, damit Ihre Zuhörer sie auch behalten und/oder benutzen.
- **Kann-Informationen:** Welche Informationen können Sie noch an Ihre Teilnehmer geben? Diese Informationen werden auch »Wissensreserven« genannt. Nicht nur während der Präsentation, sondern auch in der sich anschließenden Diskussion können diese Informationen für Sie (weil sie angenehme oder unangenehme Fragen beantworten können) oder Ihre Teilnehmer (weil sie zusätzliche Aspekte erfahren) wichtig und interessant werden.

Die Grenzen zwischen den drei Bereichen sind fließend. Je nach Dauer der Präsentation kann es passieren, dass Sie Möchte-Informationen zu Muss-Informationen machen (bei längeren Präsentationen) oder umgekehrt (bei kürzeren Präsentationen).

Praxistipp

Bei der Mind-Mapping-Methode können Sie genauso verfahren. Gewichten Sie hier die Muss-, Kann- und Möchte-Informationen mittels farblicher Markierung.

Schritt 8: Die Schlagzeilenfrage – Muss-Informationen erkennen

Haben Sie Schwierigkeiten, die Muss-Informationen für Ihr Publikum zu erkennen (siehe Schritt 7), können Sie Folgendes tun:

Stellen Sie sich die Schlagzeilenfrage: Wenn Ihr Präsentationsthema morgen als Schlagzeile auf der ersten Seite Ihrer Tageszeitung erscheinen würde, wie würde diese zweizeilige Schlagzeile aussehen?

Durch die Formulierung Ihrer Kernaussagen als Schlagzeilen können Sie genau herausfinden, welche Informationen für Ihre Präsentation essenziell sind. Mit diesen Informationen sollten Sie die Präsentation gestalten.

Schritt 9: Wie Muss-Informationen Ihr Timing beeinflussen

Zwei Dinge müssen Sie nach dem Sammeln und Sichten der Informationen unter einen Hut bringen:

- die Fülle der Informationen und
- die Dauer der Präsentation.

Die Muss-Informationen sind der Kern Ihrer Präsentation.

1. Präsentationsprobe mit Muss-Informationen

Führen Sie nur mit den Muss-Informationen eine Präsentationsprobe durch, stoppen Sie dabei die Zeit. Wenn diese kürzer als die vorgesehene Präsentationsdauer ist, erweitern Sie Ihren Inhalt um die Möchte-Informationen.

2. Präsentationsprobe für jede einzelne Muss-Information

Zusätzlich stoppen Sie für jede Muss-Information einzeln die Zeit. Wenn die Präsentation dann insgesamt länger als die vorgesehene Zeit dauert, müssen Sie Ihre Muss-Informationen priorisieren. In der Präsentation stellen Sie nur die wichtigsten Informationen vor.

Schritt 10: Überblick über die Informationen verschaffen

Die folgende Tabelle hilft Ihnen dabei, die Präsentation inhaltlich so vorzubereiten, dass Sie nichts Wichtiges vergessen, und um einen Gesamtüberblick über Ihre Präsentationsinhalte zu erhalten.

Inhalte meiner Präsentation

Wie lautet der Titel meiner Präsentation?

Was wünscht sich das Publikum (Kurzfassung in Stichworten)?

Was ist meine Kernbotschaft (Schlagzeilentechnik)?

Welche Muss-Informationen muss ich liefern?

Welche Möchte-Informationen möchte ich liefern?

Welche Priorität haben die Muss-Informationen untereinander?

Wie »verpacke« ich die Möchte-Informationen?

- Beispiele
- Anekdoten
- Zahlen

Welche Priorität haben die Möchte-Informationen untereinander?

Welche Wissensreserven benötige ich?

Was ist inhaltlich noch wichtig?

So legen Sie den roten Faden fest

Schritt 11: Der Präsentation Struktur geben

Vielleicht fühlen Sie sich an Ihre Schulzeit erinnert, wenn Sie sich über die Struktur von Präsentationen Gedanken machen. Die Aufteilung in Einleitung, Hauptteil und Schluss oder mit anderen Worten: in Start-, Mittel- und Abschlussmodul ist allerdings sehr hilfreich für Sie und besonders für Ihr Publikum. Für Sie selbst ist die Struktur notwendig, um als roter Faden die innere Logik des Inhalts zu sichern. Und auch Ihr Publikum möchte geführt werden. Strukturieren Sie Ihre Präsentation mithilfe der folgenden Tabellen zu den einzelnen Modulen grob vor. Hier reichen zunächst Stichworte zu den einzelnen Punk-

ten. Die folgenden Schritte beschäftigen sich dann im Detail mit den Modulen.

Startmodul

Wie stelle ich mich vor?

Wie wird der Ablauf der Präsentation sein?

Welche Voraussetzungen muss ich zu Beginn der Präsentation schaffen?

Wie schaffe ich diese Voraussetzungen?

- vorher durch Informationsversand
- zu Beginn durch Informationsausgabe
- zu Beginn durch die Präsentation

Ist meine Zielsetzung für das Publikum klar und eindeutig?

Wie formuliere ich die Spielregeln?

Mittelmodul

Wie gestalte ich meine

- Informationen?
- Zahlen?
- Daten?
- Fakten?
- Erfahrungen?
- Meinungen?
- Standpunkte?

Welche

- Beispiele,
- Beweise und
- Referenzen

führe ich an?

Abschlussmodul

Wie fasse ich die Hauptpunkte meiner Präsentation zusammen?

Welche Empfehlungen gebe ich?

Wie rufe ich zu Aktionen auf?

Welche nächsten drei Realisierungsschritte gibt es?

Schritt 12: Übergänge zwischen den Modulen schaffen

Es ist sowohl für Sie als auch für Ihr Publikum hilfreich, wenn Sie die einzelnen Module sprachlich ankündigen:

- »Einleitend möchte ich Ihnen sagen ...«
- »Kommen wir nun zum Hauptteil ...«
- »Abschließend ...«

Nehmen Sie diese Formulierungsbeispiele als Hilfe, um eigene Formulierungen auszuarbeiten. Notieren Sie sich Ihre Ideen auf einen Zettel, um sie dann später im Vortrag verwenden zu können.

Wie Sie den Einstieg interessant gestalten

Schritt 13: Den Anfang finden

In der Startphase einer Präsentation ist die Aufmerksamkeit der Teilnehmer besonders hoch. Nutzen Sie dies für Ihren Einstieg und bemühen Sie sich, die Aufmerksamkeit auf diesem Niveau zu halten oder sogar noch zu steigern. Viele Präsentatoren übersehen hier die große Chance, das Publikum für sich und ihr Thema zu gewinnen.

Es gibt eine ganze Reihe möglicher Einstiege für Ihre Präsentation:

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">▪ Anekdote▪ Zitat▪ Aktuelles▪ Witz | <ul style="list-style-type: none">▪ Provozierende These▪ Wahre Begebenheit▪ Cartoon |
|---|---|

Drei Regeln für einen guten Einstieg

- Der Einstieg muss einen Bezug zum Thema, zum Anlass und zum Publikum haben. Ausgehend von der These, dass ein Publikum gerne abgeholt werden möchte, gestalten Sie Ihren Einstieg adressatengerecht. Verknüpfen Sie ihn mit den Interessen, Bedürfnissen oder anderen Aspekten, die Sie aus der Adressatenanalyse herauslesen konnten.
- Der Einstieg muss zu Ihnen passen. Wenn es Ihnen liegt, einen Witz zu erzählen, dann tun Sie es. Wenn nicht, dann tun Sie etwas anderes. Es gibt Menschen, die viel Lustiges von sich geben und großen Erfolg damit haben. Bei anderen wirkt dies eher aufgesetzt. Sie müssen sich mit Ihrem Einstieg wirklich identifizieren können, damit Ihr Publikum ihn auch anerkennt.
- Schließlich müssen Einstieg und Ausstieg zusammenpassen. Es fällt vielen nicht leicht, einen sauberen Schluss zu präsentieren. Dabei kann es ganz einfach sein. So wie Sie in Ihr Thema einsteigen, so steigen Sie auch wieder aus. Verbinden Sie Beginn und Ende Ihrer Präsentation.

Und jetzt Sie:

- Suchen Sie sich aus der Aufzählung der vorherigen Seite einen möglichen Einstieg für Ihr Thema aus, z. B. einen Witz.

- Formulieren Sie Ihren Einstieg aus. Beachten Sie dabei die oben aufgeführten Regeln. Steigen Sie direkt in das Thema ein. Stellen Sie sich erst danach vor und erledigen Sie alle anderen Aufgaben, die zu Beginn einer Präsentation anfallen.
- Üben Sie Ihren Einstieg – am besten vor einem Testpublikum. Er muss einfach sitzen, Sie müssen ihn im Schlaf beherrschen.

Schritt 14: Einstieg und Abschluss – von anderen lernen

Eine junge Frau sprach anhand einer Fotoserie über die Schönheiten des Bundesstaates Queensland in Australien. Zum Einstieg benutzte sie ein Badetuch mit dem Wappen und dem Schriftzug von Queensland. Das Badetuch legte sie zuerst auf die Hälfte zusammen und verkleinerte es dann nochmals um ein Viertel. Mit diesem verkleinerten Badetuch begann sie ihre Präsentation:

»Dies hier, liebes Publikum, symbolisiert die Fläche der alten Bundesrepublik Deutschland.« Sie klappte das Badetuch auf, sodass jetzt insgesamt die halbe Fläche zu sehen war. »Das hier symbolisiert die Fläche der neuen Bundesrepublik.« Nun öffnete sie das gesamte Badetuch, sodass das Wappen von Queensland sowie der Name zu erkennen waren. Und das symbolisiert die Fläche des Bundesstaates Queensland in Australien. Welche Sehenswürdigkeiten und Erlebnisse Sie dort vorfinden, das zeige ich Ihnen in den nächsten 20 Minuten. An dieser Stelle legte sie das Badetuch dekorativ vor sich auf den Boden.

Am Ende der Präsentation nahm sie das Badetuch wieder auf und schloss mit den Worten: »Liebes Publikum, Queensland in Australien.« Zu ihrem Erfolg meinte sie später: »So viel Aufmerksamkeit für eine ganz normale Präsentation hatte ich bisher nicht!«

Was denken Sie – warum hatte die Frau so einen Erfolg mit dem von ihr gewählten Einstieg und Abschluss?

Eine runde Sache

Indem die Präsentatorin gleich in das Thema einstieg, hatte sie die Aufmerksamkeit des Publikums sofort voll bei sich. Diese Aufmerksamkeit hielt während der gesamten Präsentation an. Das Publikum stellte sich die Frage: »Was wird noch zu diesem Thema passieren?« Erst am Ende geschah wieder etwas, das das Publikum nicht erwartete: das Aufnehmen des Badetuchs und der Abschluss der Präsentation. Damit wurde die Präsentation »rund« gemacht. So wie die Präsentation startete, so endete sie. Einstieg und Ausstieg harmonisierten miteinander.

Schritt 15: Sich zu Beginn vorstellen

Bei der Frage, ob Sie sich persönlich vorstellen, sollten Sie sich zunächst die folgende Frage beantworten: Was weiß das Publikum bereits über Sie? Wenn Sie ihm bekannt sind, müssen Sie sich nicht mehr vorstellen. Gilt dies jedoch nur zum Teil, kommen Sie um eine Vorstellung nicht herum. Fassen Sie sich dabei kurz, geben Sie aber dennoch so viele Informationen über Ihre

Person und Ihren Arbeitsbereich wie nötig. Am einfachsten ist das bei einem gänzlich unbekanntem Publikum. Beantworten Sie mit Ihrer Vorstellung die meist nicht ausgesprochenen Fragen:

- Wer ist der Präsentator?
- Was qualifiziert ihn oder sie, heute zu diesem Thema zu sprechen?

1. Wer sind Sie?

Die erste Frage zielt auf Sie als Person ab: Wer sind Sie, welchen beruflichen Werdegang haben Sie bereits absolviert, wer sind Sie privat? Niemand erwartet von Ihnen einen kompletten Lebenslauf, sondern nur die für dieses Publikum und zu diesem Thema wichtigen persönlichen Aspekte.

Nennen Sie zumindest

- Name und Vorname,
- Firma, Abteilung sowie
- Ihre Funktion.

2. Welche Qualifikation haben Sie?

Die zweite Frage zielt auf Ihren beruflichen Hintergrund: Welche Qualifikationen haben Sie, wie sieht es mit Ihren Erfahrungen aus, kennen Sie sich auch in anderen, angrenzenden Themenbereichen aus? Sind Sie eher Generalist oder eher Spezialist?

3. Warum gerade Sie?

Stellen Sie auch Ihre persönliche Beziehung zum Thema her. Beantworten Sie die von den Teilnehmern nicht ausgesprochene Frage, warum gerade Sie diese Präsentation machen (z. B. weil Sie Fachmann in diesem Gebiet sind; von Anfang an dabei; weil Sie der Projektleiter sind).

Formulieren Sie nun anhand dieser Kriterien Ihre persönliche Vorstellung aus.

Praxistipp

Fassen Sie sich in Ihrer persönlichen Vorstellung kurz. Viele Präsentatoren nutzen diesen Teil zur ausführlichen Selbstdarstellung. Damit ist niemandem gedient.

Schritt 16: Spielregeln festlegen

Insbesondere – aber nicht nur – wenn Sie bezüglich Ihres Themas viele Fragen oder Anmerkungen aus dem Publikum erwarten, ist die Verabredung von Spielregeln hilfreich. Machen Sie sich dabei zweierlei bewusst:

- Die Spielregeln werden nicht vereinbart, sondern von Ihnen vorgegeben.
- Niemand kann Ihr Publikum zwingen, sich auch daran zu halten.

Auf jeden Fall ist es gut, Spielregeln anzusprechen, weil Sie damit dem Publikum mitteilen,

- dass es innerhalb der Veranstaltung eine Ordnung gibt,
- dass Sie sich nicht den roten Faden aus der Hand nehmen lassen wollen und
- dass Sie die Bedürfnisse des Publikums bezüglich Fragen oder Anmerkungen ernst nehmen und auch berücksichtigen wollen.

Übung

Wie können Sie solche Spielregeln am besten formulieren, ohne Ihr Publikum vor den Kopf zu stoßen? Überlegen Sie sich einen entsprechenden Satz.

Lösung

Es gibt hier natürlich verschiedene Formulierungsmöglichkeiten. Eine besonders positiv ausgedrückte Variante ist diese:

»Ich freue mich, wenn Sie Anmerkungen, Anregungen und Fragen zum Thema haben, und noch mehr freue ich mich, wenn Sie diese erst am Ende meiner Präsentation ansprechen.«

Schritt 17: Was einen guten Schluss ausmacht

Verbinden Sie den Abschluss mit dem Start. Wenn Sie mit einer Anekdote angefangen haben, beenden Sie Ihre Präsentation ebenfalls mit einer Anekdote, eventuell mit Blick auf das Ergeb-

nis leicht modifiziert. Nehmen Sie Bezug auf Ihre Thesen oder Ihren Standpunkt und schließen Sie den Kreis Ihrer Ausführungen. Ihre Teilnehmer werden die Präsentation so wesentlich länger in Erinnerung behalten.

Ein Beispiel: Ein Präsentator begann seinen Vortrag damit, dass er ein Flipchartblatt aufschlug, auf dem Fußabdrücke zu sehen waren sowie die Aufschrift: »Schritte zum persönlichen Erfolg«. Er beendete die Präsentation damit, dass er erneut ein Flipchartblatt mit Fußabdrücken, allerdings ohne Titel, aufschlug und sagte: »Machen Sie sich auf den Weg, Ihre eigenen Fußabdrücke des Erfolgs zu gestalten.«

Die wichtigsten Elemente des Abschlussmoduls sind:

- Zusammenfassung,
- Empfehlung/Aufruf zur Aktion,
- die nächsten drei Schritte, die beispielsweise für die Umsetzung Ihrer Informationen in der Praxis notwendig sind.

Und jetzt Sie: Überlegen Sie sich anhand der oben genannten Kriterien einen Schluss, der zu Ihrem Anfang passt. Testen Sie den Abschluss vor Ihrem Vortrag vor Kollegen oder Ihrer Familie.

Bereiten Sie gute Argumente vor

Schritt 18: Richtig argumentieren

Das Mittelmodul Ihres Vortrags ist der Kernpunkt Ihrer Präsentation. Die Aufmerksamkeit und Spannung, die Sie im Startmodul geschaffen haben, gilt es nun weiterzuführen.

Kern des Mittelmoduls ist Ihre Argumentation. Entwickeln Sie diese folgerichtig; von Beginn an muss die Argumentation logisch zum Ziel Ihrer Präsentation führen. Das bedeutet, jeder Schritt muss sich auf den vorhergehenden beziehen. Die Schlussfolgerungen müssen sich zwingend ergeben. Denken Sie dabei an die Konzeption Ihrer Muss-Informationen.

Die zentralen Aussagen Ihres Mittelmoduls geben Sie in Form von Zahlen, Daten, Fakten, Erfahrungen, Meinungen und Standpunkten.

Alle Aussagen haben zwei Bezugspunkte:

- einen internen Bezug, d. h., die Aussagen der Präsentation müssen sich aufeinander beziehen (Folgerichtigkeit, logischer Zusammenhang, aufeinander aufbauend), sowie
- einen externen Bezug, d. h. die Aussagen sind in einer Weise darzustellen, dass sie für Ihre Teilnehmer verständlich sind.

Durch Beispiele, Referenzen und Beweise schaffen Sie den externen Bezug Ihrer Aussagen. Die Reihenfolge der einzelnen Elemente ist beliebig. Damit wird das Hauptanliegen des Mittelmoduls, die Vermittlung von Informationen, stärker zur Geltung gebracht.

Achten Sie darauf, dass der Inhalt adressatengerecht ausgearbeitet ist. Den Teilnehmern fällt die Aufnahme des präsentierten Inhalts leichter, wenn er mit Erfahrungen, Meinungen und Erlebnissen aus ihrer täglichen Umgebung übereinstimmt. Wenn Sie dies berücksichtigen, können Sie sicher sein, dass die Teilnehmer Ihrer Präsentation wesentlich leichter und engagierter folgen, denn sie werden vom Thema persönlich angesprochen und sind deshalb auch persönlich betroffen.

1. Ausformulieren der Argumente

Formulieren Sie Ihre Argumente anhand der oben aufgeführten Regeln aus.

2. Überprüfung der Argumentation

Prüfen Sie Ihre Argumentation anhand der folgenden Fragen:

Checkliste: Prüfung der Argumentation

| | |
|---|---|
| | ✓ |
| Ist die Argumentation logisch und folgerichtig aufgebaut? | |
| Sind es wirklich die wichtigsten Argumente? | |
| Habe ich zu viele/zu wenige Argumente? | |

| | ✓ |
|--|---|
| Sind die Argumente mit Beispielen, Beweisen, Referenzen versehen? | |
| Stammen die Argumente aus dem Erlebnishorizont des Publikums? Ist die Argumentation adressatengerecht? | |
| Stimmen die Argumente mit der Zielsetzung überein? | |

Fragen und Einwände – was könnte kommen?

Schritt 19: Sich auf Fragen des Publikums vorbereiten

Eine gründliche Vorbereitung auf alle Fragen befähigt Sie, auch mit den unerwünschten Fragen gut umzugehen. Sie haben sie erwartet und können darauf reagieren. Auch wenn Sie nur eine umschreibende Antwort geben können, ist dies in Ordnung. Um sich auf mögliche Fragen von Seiten des Publikums vorzubereiten, stellen Sie sich am besten selbst Fragen, und zwar die folgenden:

- Mit welchen Fragen muss ich rechnen?
- Von welchen Fragen hoffe ich, dass sie nicht gestellt werden?
- Welche Fragen könnten mich verwirren?
- Von welcher Frage weiß ich, dass ich keine Antwort darauf habe?

- Welche Frage trifft meinen schwächsten Punkt in der Präsentation?
- Welche Frage könnte einen Fehler oder eine Unterlassung zu Tage bringen?

Diese Fragen treffen nur die negative Seite. Fragen haben aber auch eine positive Seite, auf die Sie sich vorbereiten sollten:

Welche Fragen

- würde ich gerne hören?
- zeigen mich von meiner besten Seite?
- beziehen sich auf den stärksten Punkt?
- würde ich mir selbst stellen, wenn ich meiner Präsentation zugehört hätte?
- beziehen sich auf den Nutzen, den ich mit meiner Präsentation zum Ausdruck vermitteln möchte?

Gehen Sie diesen Fragenkatalog vor jeder Präsentation durch, sammeln Sie die Fragen, die gestellt werden könnten, und schreiben Sie sich zu jeder Frage Ihre entsprechende Antwort auf.

Schritt 20:Selbst Fragen ins Spiel bringen

Anstatt darauf zu warten, dass Ihnen im Anschluss an Ihre Präsentation Fragen gestellt werden, können Sie diese auch gleich

zum Bestandteil Ihres Inhalts machen. Sie nehmen die Fragen vorweg und können so selbst die Richtung der Antwort bestimmen.

Wie funktioniert das? Gehen Sie wie folgt vor:

Sie haben sich auf die möglichen Fragen exzellent vorbereitet (siehe Schritt 19) und fügen an den Stellen, wo Sie gerne ein bestimmtes Thema besprechen möchten, die entsprechende Frage in Ihren Vortrag ein. Wählen Sie dabei eine der nachstehenden Formulierungen:

- »An dieser Stelle wird häufig folgende Frage gestellt ...«
- »In meiner letzten Präsentation stellte hier eine Person aus dem Publikum die Frage ...«
- »Sie fragen sich jetzt, warum ...«
- »Könnte es sein, dass Sie sich insgeheim die Frage stellen, ob ...?«
- »Manchmal stelle ich mir zu diesem Teil meiner Präsentation die Frage ...«

Schritt 21: Gegen Einwände wappnen

Generell sind Einwände Chancen,

- um auf unser Publikum besser einzugehen,
- um Unverstandenes zu verdeutlichen und
- um Zweifel und Befürchtungen aus dem Weg zu räumen.

Listen Sie in der Vorbereitung Ihrer Präsentation alle aus Ihrer Sicht zu erwartenden Einwände auf und notieren Sie sich alle Ihre Antworten und Entgegnungen.

Stellen Sie sich die Fragen:

- Mit welchen Einwänden muss ich rechnen?
- Wie gehe ich mit den Einwänden um?

Arbeiten Sie hier sehr sorgfältig, ähnlich wie bei der Vorbereitung möglicher Fragen aus dem Publikum (siehe Schritt 20). Je besser Sie vorbereitet sind, desto leichter fällt es Ihnen, mit den Einwänden zurecht zu kommen.

Präsentationsmedien und Visualisierung

Flipchart, Pinnwand oder Beamer – oder alles zusammen? Die Wahl des richtigen Präsentationsmediums ist erfolgsrelevant, ebenso wie eine professionelle Visualisierung.

Im folgenden Kapitel erfahren Sie,

- nach welchen Kriterien Sie Ihre Medien auswählen,
- was Sie bei der Visualisierung von Inhalten generell beachten sollten und
- was gute PowerPoint-Folien ausmacht.

Die richtigen Medien auswählen

Schritt 22: Welches Medium?

Ein Beispiel: Ein Präsentator hat seine Präsentation über die Einführung einer neuen Systemsoftware für die Buchhaltungsabteilung so weit vorbereitet, dass ihm sowohl die Inhalte als auch die Erwartung des Publikums klar sind. Um die Veranstaltung für die 15 Mitarbeiter aus der Buchhaltungsabteilung so interessant und abwechslungsreich wie möglich zu machen, will er nicht die ganze Zeit reden. Er will sein Publikum auch visuell ansprechen. Welches Medium eignet sich für seine Zwecke am besten?

Ganz klar: Er sollte seinen Vortrag mithilfe einer Präsentationssoftware, z. B. PowerPoint, visualisieren. Die Buchhaltungsabteilung hat höchstwahrscheinlich schlichtweg die Erwartung, dass eine neue Software z. B. mittels PowerPoint und Beamer präsentiert wird.

Praxistipps

Es gibt eine Reihe von Einflussfaktoren zum Einsatz der verschiedenen Medien. Die wichtigsten sind

- die Größe des Publikums,
- die Erwartungen des Publikums und
- welche Aktivitäten mit dem Medium und dem Inhalt Sie planen.

Einflussfaktoren

| | |
|-------------------------------------|---|
| Größe des Publikums | <p>Wie viele Personen teil?</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bestimmte Medien wie Pinnwand und Flipchart sind nur bei einer Teilnehmerzahl von max. 20 Personen sinnvoll einsetzbar. - Der Beamer kann bei wesentlich größeren Gruppen eingesetzt werden. <p>So bestimmt die Anzahl der Personen im Publikum die Art des einzusetzenden Mediums.</p> |
| Größe des Raumes | <p>Auch die Raumgröße spielt eine wesentliche Rolle. Ein Flipchart benötigt deutlich weniger Platz und Standfläche als eine Videowand. Richten Sie den zu bestellenden Raum nach den einzusetzenden Medien ein.</p> |
| Aktionsradius der Medien | <p>Beachten Sie auch den Aktionsradius der Medien. Wenn Sie beispielsweise zwei Pinnwände nebeneinander stellen wollen, brauchen Sie ca. 3,5 Meter Platz in der Breite; und Sie selbst können dabei nur ganz außen stehen, sonst verdecken Sie die Inhalte. Außerdem benötigen Sie ausreichend Raumfläche, um die Pinnwände zu bewegen, sowie Abstellfläche für nicht mehr benötigte Pinnwände.</p> |
| Position des Mediums im Raum | <p>Beachten Sie die Position des Mediums im Raum: So ist beispielsweise in manchen Präsentationsräumen die Leinwand fest installiert – häufig genau im Zentrum der Wand, manchmal allerdings auch asymmetrisch. Empfinden Sie diese Positionierung im Bezug auf die Größe Ihres Publikums als ungünstig, sollten Sie lieber ein anderes Medium wählen. Ein weiterer Aspekt: Mehr Freiheit (z. B. um sich im Raum zu bewegen) haben Sie manchmal, wenn Sie das Flipchart oder die Pinnwand benutzen.</p> |
| Erwartung der Teilnehmer | <p>Manche Teilnehmer erwarten, dass Sie bestimmte Medien einsetzen. Viele Menschen sind ganz einfach Folien gewöhnt und möchten diese auch gerne sehen. Experimente mit anderen Medien lenken sie zu stark vom Inhalt ab. Manchmal ist es sinnvoll, einen Medienmix zu wählen: Setzen Sie ein gewohntes Medium ein und wechseln Sie dann kurzzeitig auf ein anderes.</p> |

Jedes Medium hat einen sehr sensiblen Bereich: die Tabuzone. Sie umfasst den Bereich der Präsentationsfläche, in dem der Präsentator einigen Personen aus dem Publikum im Blickfeld zum Medium steht. Das bedeutet, dass diese Zuschauer die Inhalte nicht oder nur teilweise erkennen können. Beim Beamer ist die Tabuzone ein viel spitzerer Winkel als bei Flipchart und Pinnwand, die einen erheblich flacheren Winkel haben (siehe hierzu auch Schritt 36).

Gerade wenn Sie den Beamer als Präsentationsmedium einsetzen, ist es notwendig, dass Sie sich Gedanken über die Fensteranordnung und den Lichteinfall machen. Bei direkter Sonneneinstrahlung ist die Sichtbarkeit der Projektion stark eingeschränkt. Prüfen Sie im Vorfeld, wie die Fenster ausgerichtet sind. Berücksichtigen Sie dabei Himmelsrichtung, Jahres- und Tageszeit und die damit verbundenen unterschiedlichen Sonnenstände.

Schritt 23: Veranstaltungs-Check

Pinnwand, Flip-Chart, Beamer oder nichts davon? Wählen Sie für Ihren Vortrag nun das richtige Medium aus. Die folgende Checkliste bietet Ihnen einen Überblick über alle Kriterien, die dabei eine Rolle spielen. Gehen Sie die Checkliste nun anhand der Gegebenheiten bei Ihrem Vortrag durch.

Checkliste: Kriterien des Medieneinsatzes

| | ja | noch in Erfahrung bringen |
|---|----|---------------------------|
| Kenne ich die Erwartungen der Teilnehmer? | | |
| Ist mir die Anzahl der Teilnehmer bekannt? | | |
| Kenne ich die Raummaße? | | |
| Ist mir der Aktionsradius des Mediums bekannt? | | |
| Habe ich mir die genaue Positionierung der Medien im Raum überlegt? | | |
| Habe ich die Tabuzone beachtet? | | |
| Habe ich die möglichen Ablenkungen von außen geprüft? | | |
| Habe ich den Lichteinfall von außen beachtet? | | |
| Sind Verdunkelungsmöglichkeiten vorhanden? | | |

Was Sie bei Visualisierungen beachten sollten

Schritt 24: Nutzen der Visualisierung

Visualisierung ist nicht nur einfach »Bildchen malen«, sondern die Gestaltung von Informationen, sei es durch Bilder, Zeichen, Symbole, Schrift oder Schriftgrößen, Raumaufteilung u. a. Der Einsatz von Visualisierung resultiert aus den Tatsachen, dass Bilder oft aussagekräftiger sind als viele Worte und zum an-

deren, dass mit der Visualisierung neben dem Gehör auch der Gesichtssinn angesprochen wird – und damit zwei Wahrnehmungskanäle des Menschen. Der Effekt: Die Präsentation bleibt besser in Erinnerung. Die Vorteile von Visualisierung für Sie und Ihr Publikum lauten im Detail:

Zwang zur Strukturierung

Genauso, wie Sie Ihre Informationen in eine innere Logik strukturiert haben, müssen Sie Ihre Visualisierungen sauber und aussagefähig strukturieren. Die Visualisierung soll Ihre Aussagen unterstützen und nicht davon ablenken.

Verständlichkeit

Komplexe Sachverhalte können einfacher und verständlicher dargestellt werden. Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte. Das bedeutet nicht, dass Ihre Visualisierung selbsterklärend sein muss: sie kann es sein (Cartoons sind Paradebeispiele für sich selbst erklärende Visualisierungen). Wort und Bild sind jedoch immer inhaltlich aufeinander abzustimmen.

Ein Bild ist länger präsent

Der Mensch ist ein bildhaftes Wesen. Bilder und Grafiken erinnert er in der Regel wesentlich besser und länger als das gesprochene Wort.

Steigerung der Intensität von Aussagen

Durch die Konzentration und Fokussierung der Informationen auf eine oder mehrere Visualisierungen steigt die Intensität der

Aussagen. Die Phantasie der Teilnehmer wird angeregt, es bestehen Möglichkeiten des Vergleichens.

Erhöhung der Konzentration

In Verbindung mit der Intensitätssteigerung wird durch die Visualisierung auch die Konzentration der Teilnehmer erhöht. Abschweifende Gedanken können leichter unterdrückt werden.

Teilnehmer kann zwischendurch »aussteigen«

Auch der beste Präsentator kann es nicht verhindern, dass Teilnehmer durch die Informationsflut manchmal gedanklich aussteigen und sich mit vorher präsentierten Inhalten beschäftigen. Der Wiedereinstieg wird durch die Visualisierung erleichtert.

Längere Verweildauer an einem Punkt

Durch die Visualisierung hat der Teilnehmer die Zeit und Möglichkeit, sich länger an einem für ihn interessanten Punkt z. B. einer Grafik aufzuhalten, um so den Inhalt mit seiner persönlichen Situation, persönlichen Kenntnissen und Erfahrungen zu vergleichen.

Schritt 25: Regeln der Visualisierung

Jede Visualisierung soll dazu beitragen, Ihre Präsentation inhaltlich und optisch zu strukturieren und dem Publikum Orientierung zu geben. Deshalb empfiehlt es sich, alle Flipcharts, Pinnwände und Slides nach bestimmten Kriterien zu erstellen. Die Visualisierungen sollten Ihre inhaltlichen Aussagen unterstützen. Es

gilt, einige ganz einfache Regeln der Visualisierung einzuhalten. Diese Regeln sind für alle Präsentationsmedien gleich:

Ablauf und Reihenfolge der Visualisierung

Wir lesen von links nach rechts und von oben nach unten. Unsere Leserichtung verläuft also von links oben nach rechts unten. Wenn Sie bei der Visualisierung links oben anfangen und rechts unten aufhören, gestalten Sie sie nach unseren Seh- und Lesegewohnheiten. Weitere Abläufe bzw. Reihenfolgen, welche die Gewohnheiten des Publikums aufnehmen, sind:

- von unten nach oben,
- im Uhrzeigersinn oder
- gegen den Uhrzeigersinn.

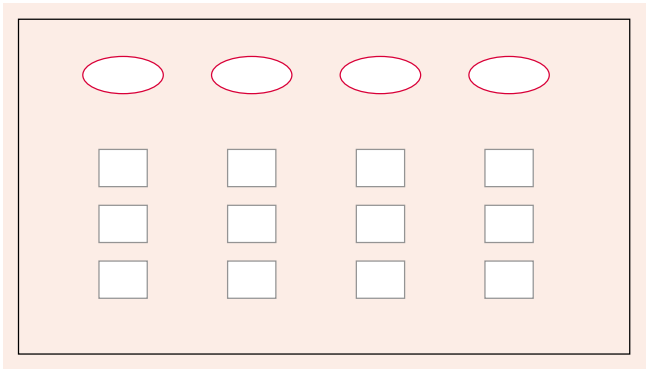
Wichtig ist, dass Sie Ihre gewählte Richtung konsequent nicht nur auf der einzusehenden Folie, sondern auch auf allen weiteren Folien durchhalten.

Gleiche Aussagen mit gleichen Formen und Farben verbinden

Verwenden Sie nach Möglichkeit nicht mehr als drei verschiedene Formen innerhalb der gesamten Visualisierung. Mehr würde die gesamte Struktur aufblähen bzw. die Zuschauer durch die Vielfalt eher verwirren als leiten.

Ein Beispiel: In der unten stehenden Abbildung sind die Überschriften mit ovalen Formen versehen und die nachfolgenden

Stichpunkte mit rechteckigen Formen. Somit ergibt sich eine eindeutige Zuordnung und Unterscheidung der einzelnen Gruppen. Gleichzeitig erreichen Sie so eine saubere und übersichtliche Struktur der Visualisierung.



Visualisierung mittels zwei Formen

Analog gilt das für Farben. Gleiche Dinge sollten Sie auch mit gleichen Farben strukturieren. So ist es in obigem Beispiel denkbar, die Überschriften auf rotem Hintergrund zu schreiben und den laufenden Text auf blauem Hintergrund. In der Kombination erzielen gleiche Dinge mit gleichen Farben und Formen sehr schöne Effekte.

Farben werden immer als Strukturelement erkannt. Deshalb ist es so wichtig, die Strukturen vorher festzulegen und sich dann für die einzelnen Farben zu entscheiden. Wenn Sie dies getan haben, müssen Sie in der gesamten Präsentation dabei bleiben

und dürfen die gleiche Farbe beispielsweise nicht mehr anders einsetzen.

Maximal sieben kontrastreiche Farben

Setzen Sie Farben zur Unterscheidung der Inhalte und Schriften ein. Dabei sollen nicht mehr als sieben Farben zum Einsatz kommen. In der Visualisierung sind Schwarz (als Schriftfarbe) und Weiß (als Hintergrundfarbe) schon zwei verwendete Farben. Diese Regel bezieht sich nur auf die Verwendung von Schrift- und Füllfarben (wenn Sie beispielsweise Flächen ausfüllen möchten), nicht jedoch auf Grafiken und Fotos.

Verwenden Sie in Ihrer Visualisierung starke und kontrastreiche Farben, z. B. Schwarz, Blau, Grün, Rot, ein kräftiges Orange (muss sich deutlich von Rot unterscheiden), Braun (muss sich deutlich von Schwarz unterscheiden).

Vermeiden Sie Pastellfarben oder kontrastschwache Farben (z. B. Hellgrün, Gelb). Abhängig von dem verwendeten Medium sind diese Farben nicht oder nur sehr schwer zu erkennen.

60:40-Regel für die Platzeinteilung beachten

Nutzen Sie nur maximal 60 Prozent der Ihnen zur Verfügung stehenden Fläche des Mediums; lassen Sie den Rest frei (60:40-Regel). So schaffen Sie klar gegliederte, übersichtlich gestaltete Inhalte, die auch aus der Entfernung gut erkennbar sind. Diese Regel gilt besonders für Folien, vorbereitete Charts oder Pinnwände.

Die richtige Schrifttype

Überlegen Sie genau, welche Schrifttype Sie für Ihre Visualisierung benutzen.

- Serifenschriften (d.h. Schrifttypen mit »Füßchen« wie z.B. Times New Roman) sind gut lesbar, werden aber eher im Printbereich verwendet.
- Glatte, serifenlose Schriften, z.B. Arial, geben ein klares und strukturiertes Bild Ihrer Visualisierung. Außerdem wirken die meisten glatten Schriften bei gleicher Schriftgröße etwas größer als die Serifenschriften.

Höchstens zwei verschiedene Schrifttypen

Beachten Sie bitte, nicht mehr als zwei unterschiedliche Schrifttypen zu verwenden. Ausgenommen von dieser Regel sind Schriften, die in einem Logo eingearbeitet sind, sowie Schriften in Fotos.

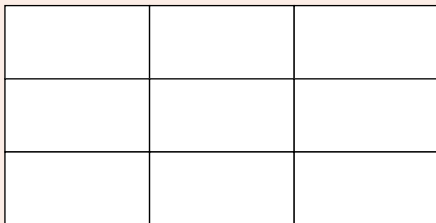
Die richtige Schriftgröße

Gerade für Folien ist die Wahl der Schriftgröße ein entscheidendes Merkmal. Achten Sie auf eine genügend große Schriftgröße. Die normale Schriftgröße eines Textverarbeitungssystems mit zwölf Punkt (12 pt) ist für Folien vollkommen ungeeignet. Verwenden Sie für Überschriften eine Schriftgröße von 36 Punkt und für den laufenden Text eine Größe von 30 Punkt (zugrunde gelegt wurde hier die Windows-Schrift Arial; andere Schriften erfordern eventuell andere Schriftgrößen).

Somit gewährleisten Sie eine gute Lesbarkeit der Folie auch aus größerer Entfernung. Denken Sie daran, dass auch der am weitesten von Ihnen sitzende Teilnehmer die Inhalte Ihrer Folie lesen können muss. Halten Sie dabei auch die 60:40-Regel ein, denn mit einer größeren Schriftgröße bekommen Sie nicht mehr so viele Informationen auf die Folie. Auch hier gibt es einige Ausnahmen, beispielsweise die Achsenbezeichnung von Koordinatensystemen oder Tabellen. Hier ist es oft nicht möglich, die gewünschten Schriftgrößen einzuhalten. Wählen Sie dann die vom Platz her größtmögliche Schrift.

Das Neunerraster als Raum

Müssen Sie sehr viele Elemente auf einer Folie, einem Flipchartblatt oder der Pinnwand unterbringen, teilen Sie das jeweilige Blatt in ein Neunerraster auf. So erhalten Sie eine übersichtliche Struktur, in der Sie dann Ihre Grafiken, Texte und andere Visualisierungselemente positionieren können. Legen Sie das Raster für Ihre Zuschauer unsichtbar an. Es ist nur eine Positionierungshilfe bei der Erstellung Ihrer Inhalte.



Neunerraster

Hintergründe gestalten

Wenn Sie beispielsweise Folien als Präsentationsmedien einsetzen, müssen Sie sich Gedanken über die Gestaltung der Hintergründe machen. PowerPoint – wie auch alle anderen Präsentationsprogramme – lädt schön zum Spielen und Probieren mit unterschiedlichen Hintergründen ein. Dabei sollten Sie aber zwei wichtige Regeln beachten:

Gestalten Sie alle Hintergründe gleich. Die erste und die letzte Seite Ihrer Präsentation müssen den gleichen Hintergrund haben. Wechselt ein Hintergrund (beispielsweise ein Wasserzeichenmotiv als Hintergrundfoto), beschäftigt sich das Publikum mehr damit, warum es jetzt einen neuen Hintergrund gibt, als dass es den Inhalten Ihrer Ausführungen folgt. Das Gleiche geschieht, wenn die Farbe der Hintergründe wechselt.

Verwenden Sie einfarbige Hintergründe. Am besten ist es, wenn Sie einen weißen Hintergrund benutzen. Wir lesen normalerweise Schwarz auf Weiß. Mit einem weißen Hintergrund kommen Sie dieser Lesegewohnheit Ihres Publikums entgegen. Andere – beispielsweise dunkle – Hintergründe verlangen danach, die Schriftfarbe hell, meistens weiß oder gelb zu gestalten. Das kann zwar gut aussehen – für Ihr Publikum ist das Geschriebene dann jedoch in aller Regel viel schlechter lesbar, selbst bei entsprechender Schriftgröße.

Texte links, Grafiken rechts

Für den Fall, dass Sie Grafiken und Text nebeneinander positionieren müssen, gilt folgende Regel: Text in die linke Hälfte der Seite, Grafik in die rechte. Auch dies entspricht unseren Sehgewohnheiten – und diesen sollten Sie mit Ihrer Visualisierung entsprechen.

Konsequent bleiben

Wenn Sie Symbole, Schriftgrößen und Farben vergeben haben, dann halten Sie diese Definition bzw. Vereinbarung durch. Verwenden Sie keine vergebene Farbe anders, als Sie sie vorher definiert haben. Wenn Sie beispielsweise Rot in der Überschrift verwendet haben und es dann an anderer Stelle als Signalfarbe einsetzen, um Wichtiges herauszustreichen, haben Sie die erforderliche Konsequenz nicht eingehalten. Sie haben einen sogenannten Bedeutungswechsel der Farbe durchgeführt, der Ihr Publikum nur verwirrt. Farbe ist immer auch ein Strukturelement. Dort, wo immer die gleiche Farbe vorhanden ist, sind wir der Meinung, dass es auch Zusammenhänge gibt. Ist dies so, dann wurde die Farbe gut eingesetzt. Ist dies nicht so, gibt es Verständnisprobleme.

Schritt 26: Videoclips einbinden

Videoclips haben den Vorteil, einen komplexen Sachverhalt anschaulich, schnell und präzise darzustellen. Wenn es um das Zeigen von Abläufen oder den Einsatz eines Produktes im tägli-

chen Leben geht, ist die Darstellung per Videoclip ideal. Beachten Sie hier Folgendes:

- Der Videoclip muss von einem Profiteam erstellt werden, damit Sie Ihre Hauptbotschaft vermitteln können. Nehmen Sie bitte nicht selbst die Videokamera in die Hand. Auch wenn es vordergründig teuer ist: Die Produzenten von Videoclips wissen, wie sie Ihr Produkt am besten in Szene setzen.
- Überlegen Sie sich im Vorfeld Ihrer Präsentation genau, ob Sie einen Videoclip einsetzen möchten und wo: Der Clip muss an der Stelle innerhalb Ihrer Präsentation eingesetzt werden, wo er die größte Wirkung entfaltet.
- Deshalb erarbeiten Sie sich zuerst den roten Faden Ihrer Präsentation und definieren die Stelle, wo der Clip integriert werden soll. Erst danach setzen Sie sich mit dem Team zusammen, das den Clip erstellen soll. So können die Beteiligten den Clip genau auf Ihre Inhalte abstimmen.

Denken Sie daran: Weniger ist mehr. Je weniger Effekte Sie einsetzen, diese allerdings gezielt und an der dramaturgisch richtigen Stelle, desto einprägsamer!

Schritt 27: Präsentation prüfen

Im Schritt 25 haben Sie die Regeln der Visualisierung in der Theorie kennengelernt. Gehen Sie jetzt Ihre Präsentation anhand der folgenden Checkliste durch und prüfen Sie, ob Sie alle Regeln der Visualisierung eingehalten haben.

Checkliste: Grundregeln der Visualisierung

| | eingehalten | verbessern |
|---|-------------|------------|
| Ablauf und Reihenfolge beachtet? | | |
| Gleiche Dinge mit gleichen Formen verbunden? | | |
| Farben richtig verwendet? | | |
| 60:40-Regel eingehalten? | | |
| Die richtigen Schrifttypen benutzt? | | |
| Die richtigen Schriftgrößen eingehalten? | | |
| Die Raumaufteilung mit Hilfe des Neunerrasters bearbeitet? | | |
| Einheitliche Hintergründe geschaffen? | | |
| Text links und Grafik rechts positioniert? | | |
| Alle Kriterien konsequent vom ersten bis zum letzten Slide eingehalten? | | |

Wie Sie PowerPoint optimal einsetzen

Schritt 28: Gestaltungsregeln für PowerPoint

Die meisten Präsentationen mit einer Präsentationssoftware wie z. B. PowerPoint leiden darunter, dass die Folien viel zu voll sind und dass zu viele Animationen den inhaltlichen Aspekt überdecken. Zu oft sind die Präsentationen eine wilde Zusammenstellung aller möglichen Features von PowerPoint, allerdings nur wenig aussagekräftig und äußerst ablenkend.

Auch wenn PowerPoint viele Möglichkeiten bietet (z. B. Animationen): Reizen Sie bitte nicht alle Möglichkeiten aus, sondern

setzen Sie mit den Animationseffekten Schwerpunkte für besonders hervorhebenswerte Inhalte Ihrer Präsentation. Hier ein paar Regeln, die Sie für Ihre PowerPoint-Präsentationen verinnerlichen sollten.

Folienübergänge gleich gestalten

Gestalten Sie alle Folienübergänge gleichartig, unabhängig davon, welchen Effekt Sie dafür auswählen. Durch die Gleichartigkeit der Folienübergänge entsteht ein positiver Gewöhnungseffekt für das Publikum. Es muss sich neben den neuen Folieninhalten nicht noch zusätzlich mit anderen Folienübergängen beschäftigen. Zu viele verschiedene Übergänge schaffen nur Verwirrung.

Allerdings dürfen Sie innerhalb einer PowerPoint-Präsentation einmal einen anderen Folienübergang benutzen. Nehmen Sie von dieser Möglichkeit Gebrauch, wenn auf der nachfolgenden Folie besonders wichtige Zahlen, Daten oder Fakten zu sehen sind. Durch die einmalige Änderung des Folienübergangs erzeugen Sie eine erhöhte Aufmerksamkeit beim Publikum. Nach der Präsentation dieser Folie kehren Sie zum normalen Folienübergang zurück.

Schrift einheitlich animieren

Sollten Sie sich dazu entschlossen haben, Ihre Schrift in das Bild hineinlaufen zu lassen, tun Sie auch dies immer in der gleichen Art und Weise. Gehen Sie jedoch sehr, sehr sparsam mit diesem Feature um, denn reihen- und seitenweise einlaufende

Schriften und Buchstaben sind schon nach kürzester Zeit tödlich langweilig.

Keine Zeitsteuerung des Folienwechsels

Es gibt immer noch Präsentatoren, die den Folienwechsel per Zeitsteuerung versuchen – und kläglich dabei scheitern. Es klappt einfach nicht, die absolut saubere Abstimmung zwischen zu präsentierendem Inhalt und der Zeitsteuerung der Slides hinzubekommen. Entweder redet der Präsentator zu schnell, dann muss er die – wenn auch kurze – Zwischenzeit irgendwie überbrücken. Oder das Slide wechselt zu schnell, weil er mit seinen Inhalten noch nicht fertig wurde oder durch eine Zwischenfrage aus dem Zeitrhythmus gebracht wurde. Deshalb hier der dringende Rat: Tätigen Sie den Folienwechsel manuell per Mausklick. Und denken Sie bei jedem Folienwechsel daran, die neuen Inhalte ca. fünf Sekunden ohne Kommentar auf das Publikum wirken zu lassen.

So wenig Sound wie möglich

Sicherlich ist es schön, Geräusche und Sounds in die Präsentation einzubinden. Da, wo es sinnvoll ist, werden Sie großen Erfolg damit haben. Häufig missbrauchen Präsentatoren diese Funktion jedoch und lassen einzelne Buchstaben mit Schreibmaschinegehämmer reihenweise einlaufen oder jeden Folienwechsel von anderen ominösen Geräuschen begleiten. Was Ihnen vielleicht gefällt, kann für das Publikum äußerst nervend sein. Gehen Sie deshalb ganz sparsam mit Geräuschen und Sounds in Ihrer Präsentation um.

Slides sichtbar nummerieren

Am besten ist es, wenn Sie z. B. folgende Nummerierung wählen:

- 5/24 oder
- 5 von 24 oder
- Seite 5 von 24 Seiten.

Der Vorteil dieser Nummerierung ist, dass Ihr Publikum sieht, wie weit Sie bisher gekommen sind und wie viel noch vor Ihnen und dem Publikum liegt. Außerdem erleichtern Sie sich selbst das direkte Ansteuern von bestimmten Seiten. Sie wissen immer, auf welcher Seite Sie sich befinden, und vermeiden lange Suchzeiten.

Schritt 29: PowerPoint-Präsentation prüfen

Prüfen Sie jede Ihrer Präsentationen anhand der folgenden Checkliste. Haben Sie alle Regeln für PowerPoint beachtet?

Checkliste: Grundregeln für Folieng

| | eingehalten | verbessern |
|---|-------------|------------|
| Gehe ich sparsam mit Animationseffekten um? | | |
| Habe ich auf einheitliche Übergänge zwischen den Folien geachtet? | | |
| Läuft die Schrift einheitlich ein? | | |
| Läuft die Animation einheitlich? | | |

| | eingehalten | verbessern |
|--|-------------|------------|
| Habe ich die Zeitsteuerung der Folien ausgeschaltet? | | |
| Habe ich die Geräusche und Sounds sparsam eingesetzt? | | |
| Habe ich die Slides im sichtbaren Bereich durchnummeriert? | | |

Schritt 30: Fehler erkennen

Im Folgenden finden Sie einige Negativbeispiele, in denen nicht alle Visualisierungsregeln aus Schritt 25 eingehalten sind. Welche Fehler finden Sie?

Beispiel 1:

Präsentation der Jahresbilanz

Liebe Leserin, lieber Leser,

in den folgenden Beispielen wurden die Regeln der Visualisierung nicht immer beachtet. Sie dienen Ihnen als Beispiel, wie eine Präsentation nicht gestaltet sein sollte. Achten Sie besonders auf:

- Schriftgrößen
- Schriftarten
- die Platzausnutzung



Cycle AG



Beispiel 2:

Geschäftsbereich Motorräder

- exklusive Maschinen
- Oldtimer
- Sonderbauten
- Motorräder für Behinderte

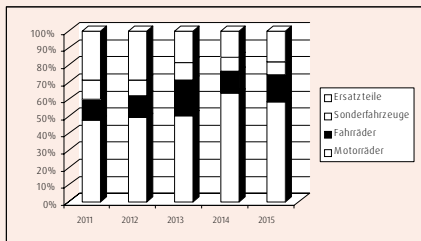


Cycle AG



Beispiel 3:

Umsatzanteile der 4 Geschäftsbereiche



Cycle AG



Lösungen

- In Beispiel 1 wurden drei verschiedene Schriftgrößen verwendet. Maximal sollten zwei verschiedene Schriftgrößen eingesetzt werden, da die Folie sonst unübersichtlich wirkt.
- In Beispiel 2 wurden zu viele unterschiedliche Schrifttypen eingesetzt. Zudem wurden zwei sehr schlecht lesbare Schrifttypen verwendet (in der Überschrift und für »Oldtimer«).
- In Beispiel 3 wurde gegen die 60:40-Regel verstoßen. Das Diagramm ist zudem ungeeignet, um die Umsatzanteile der vier Bereiche miteinander zu vergleichen, da sie sehr unübersichtlich ist.

So proben Sie Ihre Präsentation

Die meisten Präsentatoren machen sich nicht die Mühe, ihren Vortrag zu proben, vermutlich scheuen viele den Zeitaufwand. Neben der täglichen Arbeit die Präsentation vorzubereiten, bedeutet allein schon eine Menge Arbeit. Jetzt auch noch eine Probe machen – wozu? Es wird schon schief gehen. Und das tut es dann meistens auch! In diesem Kapitel zeigen wir Ihnen unterschiedliche Möglichkeiten für Proben. Wählen Sie aus, je nachdem wie viel Zeit Sie im Vorfeld haben und welche Schwachpunkte Sie verbessern möchten.

Schritt 31: Die komplette Probe

Die volle Präsentationsprobe können Sie entweder

- am Originalschauplatz oder
- an einer anderen Lokalität

durchführen. Grundsätzlich gilt hier, dass die Präsentation vollständig geprobt wird. Alle eingesetzten Medien sowie die gesamte Länge der Präsentation werden einem Test unterzogen, um zu prüfen, ob alle Inhalte und Abläufe stimmig sind. Testen Sie in Ihrer Präsentationsprobe wirklich alles. Lassen Sie aus falscher Bescheidenheit oder persönlicher Überschätzung nichts aus und seien Sie selbstkritisch. Achten Sie in Ihrer Präsentationsprobe besonders auf folgende Punkte:

- Überprüfung der Struktur (Gliederung)
- Überprüfung der Folgerichtigkeit (Argumentation)
- Überprüfung des Inhalts (Beispiele)
- Handhabung der Medien
- Fragebehandlung
- Einwandbehandlung
- Abschätzen des Zeitbedarfs
- Alle nur erdenklichen Schwierigkeiten und deren Behebung wie z.B. Präsentation kürzen (weil durch Zwischenfragen o.Ä. die Zeit zu knapp wurde), Präsentation abbrechen, Präsentation verlängern.

Eine solche Präsentationsprobe ist wie die Generalprobe im Theater. Um die Wirksamkeit Ihrer Präsentation selbst bewerten zu können, lassen Sie sich am besten auf Video aufnehmen. Bitten Sie zwei oder drei Ihnen vertraute Kollegen, sich die Präsentation anzusehen, um Ihnen anschließend ein ehrliches Feedback zu geben. Nehmen Sie sich für das Gespräch mit Ihren Kollegen nach der Präsentationsprobe genügend Zeit. Wenn Sie die Probe aufgezeichnet haben, betrachten Sie gemeinsam das Video. Das Feedback Ihrer Kollegen dient dazu, Schwachstellen in Ihrer Präsentation zu erkennen und auszubessern. Setzen Sie unter Umständen einen zweiten Probetermin an, um Ihre veränderte Präsentation erneut durchzuspielen, bis sie schließlich endgültig steht.

Die Probe am Originalschauplatz

Die Präsentation am Originalschauplatz zu proben, hat viele Vorteile:

- Sie können sich mit den örtlichen Gegebenheiten (Räumlichkeiten, Wege, Sitzordnung, Präsentationsfläche, Medien usw.) voll vertraut machen.
- Sie können den optimalen Einsatz der Medien sowie Ihre persönliche Wirkung und Argumentation testen.
- Darüber hinaus hat die Probe am Originalschauplatz einen psychologischen Effekt. Sie trägt wesentlich dazu bei, das Lampenfieber zu reduzieren. Vor allem Präsentationsneulinge bestätigen dies.

Natürlich ist es einfacher, die Präsentationsprobe am Originalschauplatz durchzuführen, wenn sich die Räumlichkeiten im Unternehmen oder in unmittelbarer Umgebung befinden. Wenn Sie in München arbeiten und in Hamburg präsentieren sollen, wird Ihnen Ihr Vorgesetzter wahrscheinlich nicht die Reise zu einer Präsentationsprobe bezahlen.

Wenn Sie auf andere Orte ausweichen müssen

Ist der Originalschauplatz tatsächlich zu weit entfernt, dann führen Sie die Probe in einem Raum Ihres Unternehmens durch. Manchmal müssen Sie dies sogar im eigenen Wohnzimmer tun. Egal, welche Örtlichkeiten Ihnen zur Verfügung stehen, führen Sie auf jeden Fall eine Probe durch. Gerade Präsentationsneulinge sollten viel proben. Sie erlangen damit mehr Sicherheit und Routine. Dies überträgt sich auf die Live-Situation, in der sie dann professioneller wirken.

Schritt 32: Anfang und Schluss proben

Oft entscheidet ein guter Anfang über den Erfolg der gesamten Präsentation. Üben Sie deshalb, wenn Sie wenig Zeit haben, zumindest Ihren Einstieg und – häufig genauso wichtig – den Abschluss Ihrer Präsentation. Üben Sie beide Teile in voller Länge, d. h., proben Sie Ihr Start- und Abschlussmodul durch, sei es am Originalschauplatz mit entsprechendem Medieneinsatz oder zu Hause im Wohnzimmer. Gerade wenn Sie einen neuen und mitreißenden Einstieg ausgearbeitet haben, sollten Sie ihn

einem Testpublikum vorstellen, um die Wirkung zu erleben. Beachten Sie bei diesem Probeteil:

- Ist die Eröffnung mitreißend? (Ist Aufmerksamkeit da?)
- Wie reagieren die Teilnehmer? (Lachen oder Betroffenheit?)
- Ist die Einleitung nicht zu lang?
- Habe ich alle an der Präsentation Beteiligten vorgestellt? (sofern Sie mit einem Präsentationsteam arbeiten)
- Ist die Zusammenfassung vollständig?
- Sind die wichtigsten Argumente enthalten?
- Wie sehen die nächsten Schritte aus?
- Habe ich mich bedankt?

Schritt 33: Medieneinsatz proben

Vor allem wenn Sie Ihnen noch nicht oder nicht mehr vertraute Medien einsetzen, sollten Sie dies proben. Sie bekommen dann ein Gefühl für die Handhabung und Wirkung.

Achten Sie besonders auf Ihr Verhalten an und bei den Medien, z. B. Ihren Umgang mit PC, Beamer oder dem Laserpointer sowie Ihr Verhalten beim Schreiben am Flipchart. Stellen Sie sich die folgenden Fragen:

Im Zusammenhang mit den Medien können Sie auch Ihre Visualisierung proben. Am besten tun Sie dies mit einem oder zwei Arbeitskollegen, die Ihnen ein effizientes Feedback über die Wirkung der Visualisierung geben können. Testen und proben Sie hier, ob die von Ihnen beabsichtigten Aussagen entsprechend ankommen oder ob noch Veränderungen notwendig sind.

Schritt 34: Sprache und Timing proben

Auch wie Sie sprechen, ist wichtig. Versuchen Sie sich in die jeweilige Situation hineinzusetzen und führen Sie die Präsentation in voller Länge durch. Lassen Sie dabei ein Aufnahmegerät oder eine Kamera mitlaufen.

Somit können Sie sowohl Ihre Vorgehensweise (Argumentation, Sprache, Sprachstil) überprüfen als auch das Timing realistisch einschätzen.

Probieren Sie alternative Sprach- und Sprechstile aus. Gerade mit der menschlichen Stimme lässt sich in einer Präsentation sehr viel Stimmung vermitteln – setzen Sie Ihre Stimme als Mittel der Dramaturgie ein (siehe dazu die Schritte [57](#) und [58](#)).

Beachten Sie bei der Auswertung Ihrer Probe die folgenden Punkte:

- Spreche ich laut und deutlich?
- Benutze ich viele Fremdwörter? Wenn ja, kann ich sicher sein, dass das Publikum meine Fremdwörter versteht?
- Liege ich in der vorgesehenen Präsentationszeit?
- Bei welchem Themenabschnitt kann ich inhaltliche Kürzungen vornehmen?

Medien und Geräte richtig einsetzen

Wenn Sie in Ihrer Präsentation Medien einsetzen, steigen die Verarbeitung und der Behaltenswert Ihrer Informationen beim Publikum. Doch die schönste Visualisierung hilft nichts, wenn der Vortragende das Medium nicht richtig bedienen kann.

Im folgenden Abschnitt finden Sie einfache Anleitungen,

- die Ihnen den Umgang mit Karteikarten, Flipchart und Pinnwand erleichtern und
- die zeigen, wie Sie Ihre Folien kompetent mit dem Beamer präsentieren.

Darum geht es in der Praxis

Ihre Präsentation steht. Sie wissen, welches Medium Sie bei Ihrem Vortrag einsetzen wollen. Sie haben Ihre Präsentation fertig als Datei auf dem Laptop oder auf Folie vor sich liegen. Sie haben bereits mehrmals geprobt. An sich sind Sie also bestens vorbereitet auf Ihren großen Auftritt.

Wie sieht es aber aus mit dem Einsatz des von Ihnen gewählten Mediums? Gerade wenn Sie kein Präsentationsprofi sind, sollten Sie sich folgende Fragen stellen: Beherrschen Sie den Umgang mit der Software und dem Beamer aus dem Effeff – und damit auch im Ernstfall? Haben Sie Erfahrung mit dem Laserpointer oder Presenter? Sind Sie sicher, dass Sie Informationen auf Flipchart oder Karteikarten auch deutlich schreiben können, wenn Sie nervös sind? Wissen Sie, wie Sie sich aus der Tabuzone eines Mediums heraushalten?

Wenn Sie eine dieser Fragen unsicher macht, dann hilft Ihnen dieses Kapitel. Auf den folgenden Seiten lernen Sie wichtige Dinge, die Sie im Umgang mit den einzelnen Medien beachten sollten. Einfache Techniken unterstützen Sie dabei, Routine beim Medieneinsatz zu entwickeln, damit Sie bei Ihrem großen Auftritt nicht an der Technik scheitern.

Wo Sie am besten sitzen, stehen oder gehen

Schritt 35: Nicht zum Medium sprechen

Für Pinnwand und Flipchart gilt, dass Sie nicht sprechen sollten, während Sie den Rücken zum Publikum gewandt haben (z. B. weil Sie gerade etwas aufschreiben oder aufhängen). In der entstehenden Sprechpause hat ihr Publikum Gelegenheit, die bisherigen Informationen zu verarbeiten. Sie selbst können währenddessen gedanklich den nächsten Textabschnitt vorbereiten.

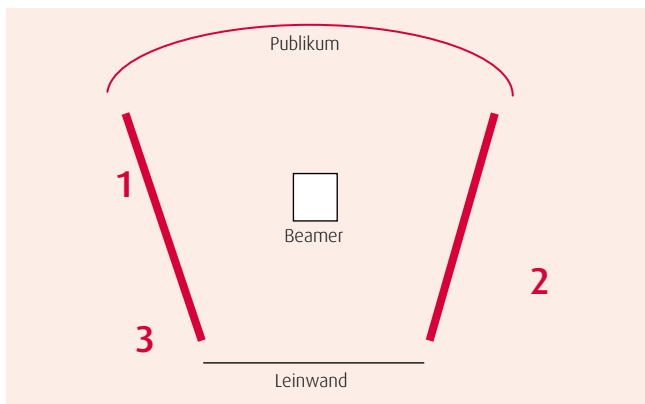
Machen Sie sich keine Gedanken über die Länge der Pause. Arbeiten Sie zügig, nehmen Sie dann wieder Blickkontakt zum Publikum auf und präsentieren Sie weiter. Erfahrungsgemäß dauern diese Pausen zwischen 10 und 30 Sekunden. Diese Länge wird vom Publikum als angenehm empfunden. Üben Sie dies einmal:

- Nehmen Sie eine Stoppuhr und lassen Sie 10 Sekunden verstreichen, ohne dass Sie irgendetwas tun. So bekommen Sie ein Gefühl dafür, dass dieser Zeitraum, in dem nichts passiert, auch bei Präsentationen für Zuhörer OK ist.
- Wiederholen Sie diese Übung mit dem Stoppen von 30 Sekunden.

Schritt 36: Sich außerhalb der Tabuzone bewegen

Jedes Medium hat einen sehr sensiblen Bereich: die Tabuzone. Sie umfasst den Bereich der Präsentationsfläche, in dem der Präsentator einigen Personen aus dem den Blick zum Medium verdeckt. Das bedeutet, dass diese Zuschauer die Inhalte des Mediums nicht oder nur teilweise erkennen können.

Beim Beamer ist die Tabuzone ein viel spitzerer Winkel als bei Flipchart und Pinnwand. Die folgende Skizze zeigt Ihnen am Beispiel des Beamers, wie die Tabuzone einzuschätzen ist und wie Sie es schaffen, Ihre Inhalte dem gesamten Publikum vollständig zu zeigen.



Tabuzone beim Beamer

Die beiden fett gezogenen Linien links und rechts markieren den Blickkorridor der außen sitzenden Teilnehmer und damit die Tabuzone: Wenn Sie innerhalb dieses Bereichs stehen, verdecken Sie manchem Zuschauer den Blick auf die Projektionsfläche.

Nur wenn Sie außerhalb dieser Tabuzone stehen, können Sie sicher sein, dass Ihr Publikum die Folieninhalte vollständig sehen kann. Punkt 1 und 2 sind gute Präsentationspunkte. Punkt 3 ist als Präsentationsstandort am besten, weil Sie von hier aus selbst Ihr gesamtes Publikum im Blickfeld haben. Optimal ist diese Position, wenn Sie den Computer mit an dieser Stelle stehen haben. Sie können Ihre Stichworte vom Display ablesen, ohne sich zur Projektionsfläche drehen zu müssen.

Praxistipp

Sollten Sie in der Beherrschung der Tabuzone noch nicht sicher sein, hilft Ihnen diese Vorbereitung bei Ihrer Präsentation: Kleben Sie Ihre Tabuzone mit Tesakrepp ab. Dazu müssen Sie nicht meterlange Streifen auf dem Boden anbringen. Kleine Abschnitte reichen vollkommen aus. Innerhalb dieser Zone sollten Sie sich nicht bewegen.

Flipchart & Co. – so benutzen Sie die Medien effizient

Schritt 37: Mit dem Flipchart umgehen

Wenn Sie zum ersten Mal für Ihre Präsentation ein Flipchart einsetzen wollen, so sollten Sie den Umgang mit diesem Präsentationsmedium losgelöst von Ihrem Vortrag üben. Nehmen Sie sich dazu die von Ihnen erstellten Flipchartblätter und üben Sie die Umsetzung der folgenden Regeln – am besten vor einem Testpublikum:

- Sprechen Sie nicht zum Medium, sondern immer zum Publikum.
- Schweigen Sie beim Umblättern. Das Umblättern des Flipchartpapiers ist äußerst geräuschvoll. Wenn Sie während des Blätterns weitersprechen, sind Sie nicht zu verstehen.
- Stehen Sie seitlich neben dem Flipchart. Vergewissern Sie sich, dass jeder aus dem Publikum uneingeschränkt auf das Flipchart sehen kann.

Schritt 38: Mit der Pinnwand umgehen

Die Pinnwand hat den großen Vorteil, dass Sie sehr interaktiv mit ihr arbeiten können. Voraussetzung dafür ist, dass Sie Moderationskarten nutzen.

Wenn Sie die Inhalte schon im Vorfeld vorbereiten möchten, nutzen Sie die Abziehtechnik:

- Schreiben Sie auf jede Karte immer nur eine Information, ein Stichwort, maximal drei Worte.
- Strukturieren Sie Ihre Pinnwand vor (z. B. mit dem Neunerraster, siehe »[Das Neunerraster als Raum](#)«).
- Hängen Sie Ihre Karten gemäß den Regeln der Visualisierung (siehe Schritt 25) mittels Pinnwandnadeln auf.
- Alternative: Kleben Sie die Karten mit Hilfe eines Klebestifts fest auf das Packpapier.
- Anschließend nehmen Sie die gleiche Anzahl neuer Karten: Dort notieren Sie Stichworte für sich selbst, die Sie für Ihren Vortrag brauchen. Dann pinnen Sie diese neuen Karten auf Ihre eigentlichen Moderationskarten – und zwar mit der unbeschriebenen Seite nach oben. Nun sind Ihre Informationen verschwunden.
- Während Ihres Vortrags decken Sie nun eine Karte nach der anderen auf, indem Sie die darüber liegende Karte abziehen – und dabei ganz unauffällig die mit Ihren »persönlichen« Infos beschriebene Innenseite als Stichwortgeber nutzen.

Schritt 39: Der Bleistifttrick

Es gibt wenige Menschen, die begnadete Zeichner sind. Wenn Sie nicht dazu gehören, greifen Sie zum Bleistifttrick:

- Zeichnen Sie mit dem Bleistift eine Figur, Grafik oder ein Bild sorgfältig auf das Flipchart oder die Pinnwand vor. Vielleicht kennen Sie auch jemanden, der Ihnen dabei helfen kann.
- Drücken Sie die Bleistiftzeichnung nicht zu stark auf das Papier. Sie sollte aus einem Meter Entfernung nicht zu erkennen sein.

Während der Präsentation zeichnen Sie nun mit einem Filzstift Ihre Vorzeichnung nach. Verblüffung und Überraschung des Publikums sind Ihnen gewiss.

Schritt 40: Der Tesakrepp-Trick

Tesakrepp lässt sich in Präsentationen vielfältig verwenden. Besonders bei Pinnwand und Flipchart gibt es eine sehr praktische Einsatzmöglichkeit, um Moderationskarten schnell und sicher am jeweiligen Medium zu befestigen, ohne dabei einen zu großen Aufwand zu betreiben:

- Trennen Sie einen etwa 6 cm langen (= fingerlang) Tesakreppstreifen von der Rolle ab.
- Drehen Sie diesen Streifen zu einem Ring, mit der Klebefläche nach außen.
- Kleben Sie diesen auf die Rückseite der Moderationskarte, die Sie nun an der Pinnwand oder dem Flipchart anbringen möchten.
- Anschließend kleben Sie die Karte an die gewünschte Stelle der Pinnwand oder des Flipcharts.

Großer Vorteil dieser einfachen Technik: Wenn Sie mit dieser Karte einen Bewegungsablauf darstellen möchten, ist sie schnell umgehängt.

Kompetent an Beamer und PC

Inzwischen ist die Technologie der Beamer so weit fortgeschritten, dass die Geräte von den Ausmaßen nur noch ca. DIN-A5-Format messen. Damit ist der Beamer leicht zu transportieren und ideal an fast allen Präsentationsplätzen einsetzbar. Der Beamer ist sowohl für kleineres als auch für größeres Publikum einsetzbar. Er überträgt Ihre Präsentation aus dem Computer auf eine Projektionsfläche, die dadurch zum externen Bildschirm Ihres Computers wird.

Es gibt zwei technische Aspekte zu berücksichtigen, um einen optimalen Einsatz zu gewährleisten:

- die Auflösung und
- die Lichtstärke.

Um eine Präsentation mit dem Beamer durchzuführen, benötigen Sie folgende Komponenten:

- Beamer mit Stromkabel
- Notebook mit Netzteil
- Monitorverbindungskabel
- Maus (infrarot, funkgesteuert oder kabelgebunden)

- Präsentationssoftware (auf dem Notebook installiert)
- Laserpointer bzw. Fernsteuerung des Beamers
- Presenter

Schritt 41: Beamer – die richtige Auflösung

Bei der Wahl Ihres Beamers sollten Sie auf die Auflösung achten, die er bietet, also die Darstellung der Projektion in Bildpunkten. Je nach Art Ihrer Präsentation benötigen Sie eine andere Auflösung. Benutzen Sie nicht Ihren eigenen Beamer, sollten Sie vor der Präsentation in Erfahrung bringen, wie hoch die Auflösung des Geräts ist. Als Faustregel gilt:

- eine Auflösung von 800×600 Punkten reicht für eine normale Textpräsentation aus. In der Fachsprache wird dies SVGA (Super Video Graphics Array) genannt;
- eine Auflösung von 1.024×768 Punkten reicht für eine Präsentation mit einem hohen Grafikanteil. Der Fachbegriff hierzu lautet XGA (Extended Graphics Array);
- eine Auflösung von 1.280×1.024 Punkten ist ideal für den Multimediaeinsatz, also für animierte Grafiken oder 3D-Elemente. Hier lautet der Fachbegriff SXGA (Super Extended Graphics Array);
- eine Auflösung von 1.600×1.200 Punkten (UXGA = Ultra Extended Graphics Array) wird für komplexe Animationen und Video benötigt.

Generell gilt: Je höher die Auflösung, desto besser wirkt die Präsentation. Entscheiden Sie sich im Zweifelsfall – z. B. beim Kauf eines Beamers – immer für eine höhere Auflösung, um allen eventuellen Anforderungen gerecht zu werden. Üblicherweise stehen die genannten Fachbezeichnungen im Handbuch oder sogar direkt auf den Beamern. So erleichtern Sie sich die Orientierung.

Testen Sie im Vorfeld die für Ihre Präsentation optimale Auflösung:

- Checken Sie im Gerätemanager des Betriebssystems, ob die für Ihre Präsentation gewünschte Auflösung geleistet werden kann.
- Beachten Sie, dass sich möglicherweise durch die Veränderung der Auflösung auch der Farbmodus verändert. Testen Sie, ob Sie bei der gewünschten Auflösung den bisherigen Farbmodus Ihres PCs verwenden können oder ob Sie ihn nach oben (z. B. 32-Bit-Farbmodus) oder nach unten (16-Bit-Farbmodus) abändern müssen. Die Veränderung des Farbmodus nach unten kann bedeuten, dass sich manche Grafiken, Animationen oder Fotos nicht mehr so gut darstellen lassen wie gewünscht. Auswege aus dieser Situation sind entweder die Überarbeitung der Präsentation bezüglich der bildhaften Elemente oder die Beschaffung einer entsprechenden Grafikkarte für Ihren Computer.

Schritt 42: Die richtige Lichtstärke

Neben der Auflösung ist die Lichtstärke des Beamer ein wichtiges Kriterium für die Qualität Ihrer Visualisierung. Ähnlich wie bei der Auflösung gilt: Je höher die Lichtstärke, desto besser der Beamer. Die Lichtstärke ist dafür verantwortlich, dass Ihre Präsentation gut gesehen werden kann. Sie benötigen

- 1.500 Ansi Lumen Lichtstärke für ein kleines und mittleres Publikum (ca. 20–100 Personen),
- mehr als 1.500 Ansi Lumen für Großveranstaltungen (ab 100 Personen).

Deshalb:

- Wählen Sie hier immer die größtmögliche Lichtstärke. Inzwischen sind auch die kleinen Beamer mit den entsprechenden Lichtstärken verfügbar, sodass Sie hier theoretisch keine Probleme bekommen werden.
- Testen Sie im Vorfeld, ob die Lichtstärke für Ihre Präsentation ausreicht.

Schritt 43: Den Beamer positionieren

Der Beamer muss relativ weit von der Projektionsfläche entfernt stehen. Dies kann in kleinen Räumen zu Problemen bezüglich der Positionierung und des Handlings des Beamer führen.

So positionieren Sie den Beamer richtig:

- Versuchen Sie auf jeden Fall, die größtmögliche Projektionsfläche zu erreichen, indem Sie den Beamer weit genug von dieser Fläche entfernt positionieren.
- Achten Sie auch darauf, dass der Beamer so positioniert ist, dass Sie dem Publikum nicht im Blickfeld stehen müssen, wenn Sie beispielsweise an Ihrem PC/Laptop eine neue Folie anklicken. Überlegen Sie, ob Sie den PC an einer anderen Stelle unterbringen und die Entfernung zum Beamer mittels eines Monitorverlängerungskabels variieren können.
- Sollte das nicht möglich sein, weil PC und Beamer direkt nebeneinander stehen müssen, verwenden Sie eine Infrarot- bzw. Funkmaus.

Schritt 44: In den Folien navigieren

Variante 1:

Mit den Bildlauf-tasten (Page up ↑, Page down ↓) können Sie ganz einfach in Ihren Slides blättern. Wenn Sie ein Slide zurückblättern möchten, drücken sie die Page-up-Taste. Vorwärts zur nächsten Seite geht es mit der »Page-down«-Taste, der »Return«-Taste (↵) oder mit einem Mausklick.

Üben Sie diese Technik vor Ihrer Präsentation anhand der erstellten Präsentationsdatei, damit sie sicher sitzt.

Variante 2:

Es gibt Situationen, da ist es notwendig, auf ein bereits gezeigtes Slide zurückzukehren. PowerPoint bietet hier die komfortable Funktion der direkten Seitenadressierung. Geben Sie über den Zahlenblock die Seitenzahl ein, auf die Sie zurückgehen möchten. Mit dem Druck auf die »Return«-Taste geht PowerPoint direkt auf diese Seite. Lästiges Zurückblättern, vor allem wenn das Publikum dabei zuschaut, entfällt.

Üben Sie diese Techniken vor Ihrer Präsentation anhand der erstellten Präsentationsdatei.

Variante 3:

Mit dem Presenter (siehe Schritt 47).

Praxistipps

Mit Klick auf die rechte Maustaste gelangen Sie in den neueren Windows-Versionen in ein Menü, das Ihnen die Option »Zuletzt angesehene Seite« zur Verfügung stellt. So gelangen Sie ebenfalls zurück zur zuletzt aufgerufenen Seite.

Wenn Sie oft zwischen Folien hin- und herspringen müssen, empfiehlt es sich, im Vorfeld sicherzustellen, dass Sie sich schnell in Ihrer Präsentation zurechtfinden:

- Nummerieren Sie die Seiten Ihrer PowerPoint-Präsentation.
- Erstellen Sie dann im Vorfeld der Präsentation mit Hilfe der Foliensortierung (Ansicht/Foliensortierung) eine Übersicht über Ihre Slides.

- Diese Übersicht drucken Sie sich aus und nehmen sie zur Präsentation mit. Auf den Ausdrucken erkennen Sie Ihre Überschriften sowie die Seitennummerierung ganz deutlich. Dies erleichtert Ihnen – wenn es mal hektisch ist oder Sie den Überblick verloren haben – die exakte Auswahl der jeweils gesuchten Seite.

Schritt 45: Bildschirm auf Schwarz-Weiß schalten

Mit der Tastenkombination »Umschalt« und »W« schalten Sie den Bildschirm weiß, mit der Tastenkombination »Umschalt« und »B« schalten Sie ihn schwarz. Es empfiehlt sich, den Bildschirm schwarz zu schalten, wenn Sie während Ihrer Präsentation zwischen verschiedenen Dateien hin- und herwechseln müssen. Das Publikum bekommt so Ihre Suchzeit nicht mit.

Nutzen Sie die B-Funktion (Schwarzscharfen des Bildschirms) auch dann, wenn Sie dramaturgische Akzente setzen möchten. Das Schwarzscharfen des Beamers bedeutet ja, dass Sie in den Lichtkegel des Beamers eintreten können ohne selbst im Licht zu stehen. Wenn Sie nun einen entsprechenden dramaturgischen Effekt erzielen wollen, dann schalten Sie den Bildschirm schwarz, treten in die Mitte, präsentieren Sie Ihre Inhalte. Sie können sicher sein, dass die Aufmerksamkeit des Publikums zu 100 % bei Ihnen ist. Sobald Sie mit damit fertig sind, treten Sie wieder aus der Mitte heraus, schalten den Beamer wieder ein und präsentieren weiter. Benutzen Sie die Dunkelschaltung

des Beamers nicht zu häufig, weil sonst ein Abnutzungseffekt eintritt.

Üben Sie diese Technik vor Ihrer Präsentation anhand Ihrer Präsentationsdatei.

Schritt 46: Den Laserpointer einsetzen

Der Laserpointer ist die technische Verbesserung des Zeigestabs. Gerade bei PowerPoint-Präsentationen mit dem Beamer kommt er häufig zum Einsatz. Seine Benutzung ist jedoch häufig kritisch, viele wenden sich dabei vom Publikum ab, sprechen aber trotzdem weiter usw. So machen Sie es richtig:

Wenn Sie etwas zeigen möchten,

- unterbrechen Sie Ihren Redefluss,
- wenden sich der Leinwand zu,
- kreisen den zu zeigenden Sachverhalte zwei bis drei Mal ein,
- wenden sich dem Publikum wieder zu und
- sprechen dann erst weiter.

So geben Sie den Zuhörern die Chance, den eingekreisten Sachverhalt zu identifizieren und mit den sich anschließenden Erklärungen in Zusammenhang zu bringen. Zeigen Sie nie genau auf den Punkt, auf den das Publikum die Aufmerksamkeit richten soll. Das ist und wirkt immer zittrig.

Üben Sie diese Technik vor Ihrem Vortrag – am besten mit Publikum.

Schritt 47: Den Presenter bedienen

Ein Klick aus dem Handgelenk, und schon kommt die nächste Präsentationsfolie. Was der Präsentator in solchen Fällen in der Hand hält, ist ein Presenter. Damit er Ihnen das Präsentationsleben erleichtert, gibt es allerdings ein paar Aspekte vor dem ersten Einsatz dieses Geräts zu berücksichtigen.

- Vergewissern Sie sich, dass die Batterien geladen sind. Nehmen Sie am besten immer ein paar volle Ersatzbatterien mit.
- Führen Sie im Vorfeld Ihrer Präsentation unbedingt einen Funktionstest durch. Vergewissern Sie sich, dass die von Ihnen gewünschten und benötigten Features auch einwandfrei funktionieren. In diesem Fall macht es sich bezahlt, schon etwas früher am Präsentationsort zu sein und ohne Publikum diesen Funktionstest durchzuführen.
- Halten Sie den Presenter ganz normal. Sobald Präsentatoren etwas in die Hand nehmen, bewegen sich die Hände in aller Regel etwa zwischen Bauchnabel und Gürtel. Dies ist auch eine ideale Handhaltung für den Presenter während der gesamten Präsentation.

Schritt 48: Was tun, wenn die Technik versagt?

Kennen Sie so eine Situation? Sie haben alles perfekt vorbereitet. Doch als Sie kurz vor dem Vortrag Ihren Laptop anschalten, lässt sich die Datei, in der die Präsentation gespeichert ist, nicht mehr öffnen. Ihnen bleibt jetzt nichts anderes übrig, als den Vortrag ohne die Visualisierung zu halten. Das ist fatal, weil Ihre Präsentation auf der Unterstützung durch die Tabellen und Grafiken in den Folien basierte. Was können Sie tun, damit Ihnen so eine Katastrophe nicht passiert?

Bei der Präsentation mit einem Beamer arbeiten Sie mit störanfälliger Technik. Das Notebook kann kaputtgehen, die Software nicht mehr funktionieren und der Beamer den Geist aufgeben.

Der Präsentationsprofi sichert sich in diesem Fall ab:

- Auf jeden Fall nehmen Sie die Präsentation auf einem USB-Stick als Sicherheit mit.
- Sie nehmen ein Netbook als Backup mit; zusätzlich zum USB-Stick.
- Sorgen Sie für ein Flipchart im Raum. Wenn alle Stricke reißen, präsentieren Sie Ihre Inhalte mit Hilfe des Flipcharts.

Bereiten Sie sich auf Pannen vor. Sobald die Panne eintreten sollte und Sie diese souverän meistern, steigen Ihre Sympathiewerte ins Unendliche.

Ihr überzeugender Auftritt

Wer vor Publikum vorträgt, steht unweigerlich im Rampenlicht. Bei Präsentationen kommt noch hinzu, dass der Redner das Auditorium von seiner Sache und von seiner Person überzeugen muss. Für viele ist das ein Alptraum, der jedoch mit ein bisschen Routine zunehmend an Schrecken verliert.

In diesem Kapitel lernen Sie,

- wie Sie mit einfachen Übungen Ihr Lampenfieber in den Griff bekommen,
- wie Sie Ihr Publikum mit Ihrer Körpersprache begeistern können.

Darum geht es in der Praxis

Lampenfieber ist ein Ergebnis von Angst – und zwar davor, dass

- Sie die Inhalte nicht richtig präsentieren,
- Sie Ihr Manuskript verlieren,
- technische Pannen passieren

und was sonst noch alles schief gehen kann vor und während einer Präsentation. Ein großer Teil des Lampenfiebers lässt sich durch eine gründliche Vorbereitung in den Griff bekommen. Wie Sie sich inhaltlich am besten vorbereiten, haben Sie bereits in den vorigen Kapiteln geübt. Der folgende Abschnitt beschäftigt sich mit Methoden, die Ihnen helfen, Ihr Lampenfieber unmittelbar vor dem Vortrag einzudämmen.

Er zeigt Ihnen auch, wie Sie Ihre Teilnehmer von Ihrer Idee, Ihrem Produkt oder Projekt überzeugen. Nur wenn Sie selbst Begeisterung verspüren, können Sie auch andere begeistern. Durch Ihre Sprache und Körpersprache sowie den intensiven Wunsch, Ihr Publikum mitzureißen, werden Sie dieses Ziel erreichen.

Wie Sie Ihr Lampenfieber in den Griff bekommen

Schritt 49: Einfach entspannen

Es gibt eine ganz einfache Entspannungsübung: Machen Sie zehn tiefe Atemzüge. Wenn das nicht funktioniert, dann tun Sie Folgendes:

- Ziehen Sie sich zurück, am besten so, dass Sie niemand beobachten kann.
- Stellen Sie sich mit leicht gespreizten Beinen hin.
- Atmen Sie mit geschlossenen Augen tief ein und ziehen Sie dabei Ihre Schultern hoch.
- Wenn Sie ausatmen, lassen Sie die Schultern fallen.
- Wiederholen Sie diese Übung drei- bis fünfmal.
- Am Ende der Übung öffnen Sie die Augen, springen kurz in die Luft und klatschen laut in die Hände. Denken Sie daran, dass Sie sich nach der Präsentation etwas Gutes gönnen.
- Dann beginnen Sie mit Ihrer Präsentation.

Schritt 50: Den Adrenalinspiegel senken

Da Lampenfieber mit einer hohen Ausschüttung des Stresshormons Adrenalin einhergeht, ist es absolut Erfolg versprechend, das Lampenfieber durch körperliche Aktivität abzubauen. Ad-

renalin stellt dem Körper viel Energie zur Verfügung, die im Grunde genommen sofort abgebaut werden muss.

- Machen Sie Kniebeugen, Liegestütze oder steigen Sie schnell einige Etagen im Treppenhaus rauf und runter. So »vernichten« Sie dem Körper zur Verfügung gestellte Energie und bekämpfen das Lampenfieber.
- Ruhen Sie sich danach einen Moment aus und starten Sie dann mit Ihrer Präsentation.

Schritt 51: Sicherheit durch eine Checkliste

Eine weitere gute Vorbereitung gegen Lampenfieber ist, sich eine Checkliste zu erstellen, mit der Sie alle Punkte durchgehen können, die aus Ihrer Sicht für den Vortrag wichtig sind.

Die Abarbeitung dieser Punkte vor der Präsentation gibt Ihnen zusätzliche Sicherheit.

Checkliste: Wichtige Punkte

| | ✓ |
|--|---|
| Habe ich alle Medien auf ihre Funktionsfähigkeit getestet? | |
| Sind alle Stolperfallen (lose Kabel) beseitigt? | |
| Ist die PowerPoint-Präsentation im richtigen Ordner gespeichert? | |
| Habe ich die Präsentation auf einem USB-Stick gespeichert und den Stick dabei? | |
| Funktioniert der Laserpointer? | |
| Funktioniert der Presenter? | |

| | ✓ |
|--|---|
| Sind alle Teile, die mit Batterien funktionieren (kabellose Maus, Laserpointer, Presenter, drahtloses Mikrofon), mit frischen Batterien versorgt worden? | |
| Schreiben alle Stifte, die ich benötige? | |
| Lassen sich alle Stifte, die ich benutzen möchte, problemlos öffnen? | |
| Ist die Sitzordnung so gestaltet, dass jeder aus dem Publikum sehen kann? | |

Schritt 52: Die Buddy-Übung

Um das Lampenfieber in der Startphase der Präsentation in den Griff zu bekommen, greifen Sie zu folgendem Trick:

- Beobachten Sie Ihr Publikum in der Anfangsphase. Es gibt in jedem Publikum mindestens eine Person, die Ihren Aussagen sofort zustimmen wird. Sie erkennen diese Person, weil sie leicht mit dem Kopf nickt, Ihnen zulächelt oder andere Sympathiesignale zeigt.
- Holen Sie sich von dieser Person (oder diesen Personen) Ihr Feedback und Ihre Motivation ab, indem Sie ab und zu Blickkontakt mit ihr herstellen.
- Wenn Sie dadurch etwas Sicherheit gewonnen haben, konzentrieren Sie sich auf das gesamte Publikum und fixieren Sie diese Person(en) nicht mehr.

Hinweis: Mehr Tipps gegen Lampenfieber bietet der Taschen-Guide *Lampenfieber und Prüfungsangst besiegen*.

Wichtig: Körpersprache und Kleidung

Schritt 53: Der Kleidungs-Check

Wenn Sie vor ein Publikum treten und eine Präsentation durchführen, verkaufen Sie in gewisser Weise immer auch sich selbst als Person. Wenn Sie zur Bühne gehen und noch kein Wort gesagt haben, hat sich Ihr Publikum schon einen Eindruck von Ihnen verschafft. Eine nicht unerhebliche Rolle spielt dabei, welche Kleidung Sie tragen. Ratsam ist daher ein Kleidungs-Check vor der Präsentation.

Variante für Frauen

Gehen Sie rechtzeitig vor der Präsentation auf die Toilette und kontrollieren Sie dort, ob

- alles richtig sitzt,
- alle Knöpfe und Reißverschlüsse geschlossen sind,
- störender Schmuck oder behindernde Tücher abgelegt wurden und
- die Strumpfhose keine Laufmaschen hat. (Nehmen Sie stets eine Ersatzstrumpfhose mit).

Variante für Männer

Gehen Sie rechtzeitig vor der Präsentation auf die Toilette und kontrollieren Sie dort, ob

- die Schuhe zugebunden sind,
- die Krawatte richtig sitzt,
- alle Taschen geleert sind,
- die Schultern schuppenfrei sind und
- die Hose geschlossen ist.

Schritt 54: Blickkontakt aufbauen

Wenn es eine goldene Regel bei Präsentationen gibt, dann diese: Halten Sie immer Blickkontakt zu Ihrem Publikum. Vermeiden Sie es, Ihren Zuhörern den Rücken zuzuwenden (es gibt Ausnahmen; wenn Sie z. B. am Flipchart schreiben).

Sie können den Blickkontakt sehr einfach steuern:

- Dort, wo Ihre beiden Schultern hinzeigen, dort wird Ihr Blickkontakt sein. Richten Sie Ihre Schultern entsprechend aus und Sie werden automatisch Blickkontakt haben.
- Drehen Sie Ihre Schultern so weit, dass Sie Ihr Publikum gut sehen können, und präsentieren Sie.
- Immer dann, wenn Sie sich zum Medium drehen müssen, schweigen Sie.

Üben Sie diese Technik am besten vor Publikum, z. B. vor Arbeitskollegen oder Ihrer Familie.

Schritt 55: Nervöses Auf- und Abgehen vermeiden

Manche Referenten meinen, dass sie für ihren Vortrag auch Kilometergeld bekommen, und laufen wie ein Tiger im Käfig. Hinter solch einem Verhalten steht oft ein unbewusster Grund: Nervosität stellt dem Körper viel Energie zur Verfügung, die verbraucht werden muss. Das intensive Laufen oder Bewegen während einer Präsentation ist ein Zeichen dafür, dass der Körper diese übermäßige Energie abzubauen versucht.

Sie bekommen das in den Griff, wenn Sie sich eine Startposition ausgesucht haben und während des Vortrags immer wieder auf diese Position zurückkehren. Bewusste Pausen – sowohl beim Sprechen als auch beim Gehen – unterstützen Sie, ruhiger zu werden.

Üben Sie diese Technik vor einem Testpublikum.

Schritt 56: Haltung bewahren

Viele Präsentatoren zeigen ihre Nervosität, indem sie sich z. B. ständig durch die Haare fahren, an ihrem Jackenärmel nesteln oder sich ans Ohr fassen.

Sie verhindern dies, indem Sie vor Ihrer Präsentation eine Haltung einstudieren:

- Stellen Sie sich bequem auf beide Füße. Die Beine sind etwa schulterbreit auseinander, Blickkontakt zur Mitte des Publikums.
- Nehmen Sie Ihr Konzeptpapier oder einen Stift in die Hand. So ist gewährleistet, dass Sie Ihre Arme hochnehmen und Unterarm zu Oberarm etwa um 90 Grad anwinkeln.

Üben Sie diese Haltung vor Publikum oder vor dem Spiegel und sprechen Sie ein paar Sätze aus Ihrer Präsentation.

So optimieren Sie Ihre Stimme und Sprechweise

Schritt 57: Stimme justieren

Versuchen Sie, für alle im Raum verständlich zu sein. In einer Präsentation müssen Sie lauter sprechen als normal. Die während Ihrer Präsentation am weitesten entfernte Person muss Sie ohne Schwierigkeiten verstehen können. Die Herausforderung hier ist, dass Sie diese Lautstärke für die gesamte Dauer Ihrer Präsentation durchhalten müssen.

Probieren Sie vor Ihrer Präsentation Ihre Lautstärke aus, indem Sie jemanden bitten, sich an den entferntesten Platz im Raum

zu setzen und Ihnen ein Zeichen zu geben, wann Sie verständlich sind und wann zu leise.

Praxistipp

Ab ca. 35 bis 40 Personen im Publikum empfiehlt es sich, ein Mikrofon einzusetzen. Viele Präsentatoren, die ohne Mikrofon vor einem größeren Publikum sprechen, klagen nach der Präsentation über Hals- und Kopfschmerzen. Mit dem Einsatz des Mikrofons verhindern Sie das.

Schritt 58: Zu schnelles Sprechen verhindern

Zu schnelles Sprechen ist ein ganz typisches Symptom, wenn der Präsentator nervös und aufgeregt ist. Sie bekommen es in den Griff, wenn Sie bewusst Pausen setzen oder ganz langsam im Raum spazieren gehen. Schnelles Sprechen und langsames Laufen vertragen sich nicht.

Achten Sie aber darauf, dass Sie Ihre Laufgeschwindigkeit nicht der Redegeschwindigkeit anpassen.

Üben Sie diese Technik am besten vor einem Testpublikum.

Gelassen bleiben in schwierigen Situationen

Wenn das Publikum mit unangenehmen Fragen, heiklen Einwänden oder sogar mit Aggressivität auf die Präsentation reagiert, verlieren viele Redner zuerst ihre Fassung und dann den roten Faden.

Die Anregungen des folgenden Kapitels zeigen Ihnen, wie Sie

- mit solchen Fragen und Einwänden richtig und angemessen umgehen,
- im Notfall den roten Faden wiederfinden können.

Darum geht es in der Praxis

Wer hat das nicht schon bei Vorträgen insbesondere zu kontroversen Themen erlebt: Bereits während der Präsentation gibt es zahlreiche Fragen zum Inhalt, manchmal sogar etwas Unmut seitens des Publikums. Der Redner ist nicht auf die kritischen Fragen vorbereitet, gerät zunächst ins Schwimmen und verliert dann den roten Faden. Einige Personen aus dem Publikum nutzen diese vorübergehende Schwäche und bringen den Redner schließlich ganz aus dem Konzept.

Situationen wie diese können passieren. Nicht immer stößt ein Präsentationsthema auf Akzeptanz beim Publikum. Es kommt dann zu unangenehmen Fragen, kritischen Einwänden und manchmal sogar zu handfesten Störungen des Vortrags. Oberstes Prinzip in solchen Fällen: Ruhe bewahren und gut vorbereitet sein.

Mit den Anleitungen im folgenden Kapitel werden Sie sattelfest im Krisenmanagement bei Präsentationen. Sie lernen mit Einwänden und unbequemen Fragen umzugehen und üben, sich von Störern nicht die Zügel aus der Hand nehmen zu lassen.

Mit Fragen richtig umgehen

Schritt 59: Die grundsätzliche Haltung zu Fragen

1. Erkennen: Fragen sind positiv

Fragen bei einer Präsentation sind immer ein gutes Zeichen. Sie signalisieren, dass die Zuhörer sich mit den Inhalten Ihrer Präsentation auseinandersetzen. Allerdings sind anscheinend einige Dinge nicht so klar oder tief angekommen, wie Sie es sich gewünscht haben. Deshalb besteht für die Frager ein Klärungsbedarf. Aus diesem Grund schaffen Fragen einen direkten Kontakt zwischen Ihnen und Ihrem Publikum.

Führen Sie sich also zunächst vor Augen, dass Fragen grundsätzlich etwas Positives sind.

2. Regeln festlegen

Verinnerlichen Sie dann für Ihre Präsentation folgende Regeln:

- Klären Sie in Ihrer Einleitung ab, dass Fragen gestellt werden können; entweder während der Präsentation («Bitte stellen Sie Ihre Fragen während der Präsentation») oder danach («Fragen beantworte ich Ihnen gerne am Ende der Präsentation. Ich bitte Sie, sich die Fragen zu notieren.»)
- Geben Sie Ihren Zuhörern eine Chance, Fragen zu stellen. Motivieren Sie sie zu Fragen («Gibt es von Ihnen noch Anregungen, Anmerkungen oder Fragen?»).

- Gehen Sie mit den Fragen Ihres Publikums sorgsam um. Jeder, der eine Frage stellt, möchte auch eine ausreichende Antwort. Denken Sie daran: Es gibt keine dummen Fragen, nur dumme Antworten. Beantworten Sie jede Frage offen und ehrlich. Wenn Sie mal keine Antwort auf eine Frage haben, dann geben Sie es ruhig zu. Sie können ja nicht alles wissen.
- Danken Sie dem Fragesteller. Viele Zuhörer haben Angst, vor großen Gruppen zu reden oder auch nur Fragen zu stellen. Durch das Loben des Fragestellers werden andere Zuhörer zum Fragen animiert.
- Wenn Sie während der Präsentation Fragen zurückgestellt haben, jetzt aber der richtige Zeitpunkt gekommen ist, dann rufen Sie die entsprechende Person auf und bitten Sie sie, die Frage zu wiederholen. »Es gab eine zurückgestellte Frage. Ich bitte den Fragenden, seine Frage jetzt erneut zu stellen, falls sie durch die Präsentation noch nicht beantwortet wurde.«
- Geben Sie am Ende der Befragung den Hinweis, dass Sie noch für weitere Informationen ansprechbar sind. Viele Zuhörer haben Fragen, die sich nur teilweise auf die Präsentation beziehen. Geben Sie diesen Personen die Chance zu einem individuellen Gespräch. »Für den Fall, dass Sie weitere Fragen haben oder Informationen benötigen, stehe ich Ihnen jetzt gerne zur Verfügung.«

Schritt 60: Aggressive Fragen

Unsachliche Fragen sind sehr unangenehm für den Vortragenden. Um nach der ersten Überraschung auch auf solche Fragen souveräne Antworten geben zu können, sollten Sie folgende Regeln einstudieren:

Regel 1: Gewinnen Sie Zeit und entschärfen Sie die Frage

- Wenn nötig, wiederholen Sie die Frage laut und deutlich. Damit können alle Zuhörer die Frage aufnehmen. Wenn Sie eine Frage wiederholen, dann richten Sie Ihre Aufmerksamkeit auf das gesamte Publikum und nicht nur auf den Fragenden. Durch die Wiederholung der Frage können Sie aggressive Töne entschärfen. Entstellen Sie aber nicht den Sinn der Frage.
- Lassen Sie unverständliche oder aggressive Fragen vom Fragenden wiederholen. Meistens werden sie verständlicher und auch weniger aggressiv. Formulieren Sie es folgendermaßen: »Ich habe Ihre Frage vielleicht nicht ganz richtig verstanden. Deshalb bitte ich Sie, diese zu wiederholen.«

Regel 2: Ruhig bleiben und richtig zuhören

Bleiben Sie bei allen Fragen, auch bei aggressiven, ruhig. Hören Sie aktiv zu und konzentrieren Sie sich auf den Inhalt der Frage. Lassen Sie den Fragenden ausreden. Fallen Sie ihm nicht ins Wort, nur weil Sie schon die Antwort zu wissen glauben.

Regel 3: Kurz und wohlüberlegt antworten

- Beantworten Sie die Frage kurz und bündig, aber vollständig. Weitschweifige Antworten führen zu nichts.
- Lassen Sie sich mit der Beantwortung der Frage etwas, aber nicht zu viel Zeit. Zählen Sie in Gedanken bis sieben. Nutzen Sie diese Pause, um Ihre Gedanken zu sammeln und Ihre Antwort zu suchen.

Regel 4: Nicht streiten

Streiten Sie sich nie mit dem Fragesteller. Meistens schlägt sich das Publikum auf die Seite des Fragenden. Damit wird Ihre Präsentation unter Umständen ein Misserfolg.

Einwände kompetent behandeln

Schritt 61: Einwänden mit Ruhe begegnen

Rechnen Sie in Ihrer Präsentation mit Einwänden. Sie sind ein Zeichen, dass sich Ihre Teilnehmer mit Ihrem Präsentationsinhalt kritisch auseinander setzen. Einwände können

- Interesse aufzeigen,
- (Kauf-)Bereitschaft signalisieren,
- eine Bitte nach besserer Erklärung des Inhalts oder Nutzens oder auch
- Scheineinwände sein.

Die Erfahrung zeigt, dass hinter Einwänden oft nur eine Bestätigung Ihres Präsentationsinhalts steht (Scheineinwände). Der Kern einer solchen Aussage ist positiv, allerdings in Form eines Einwands formuliert.

Einwände entstehen, wenn das Publikum

- Zweifel und Bedenken,
- schlechte Erfahrungen,
- Vorurteile,
- falsche Informationen,
- andere Bedürfnisse oder Erwartungen hat.

Verinnerlichen Sie folgende Grundregeln zur Einwandbehandlung, damit Sie bei der Präsentation auf Einwände vorbereitet sind:

- Nehmen Sie dem Einwand den negativen Charakter. Führen Sie beispielsweise Beweise oder Referenzen an, um nachzuweisen, dass der Einwand nicht berechtigt ist.
- Bei schlechten Erfahrungen antworten Sie mit eigenen, positiven Erfahrungen (entweder persönlichen oder firmenbezogenen): »Ich verstehe, dass Sie da schlechte Erfahrungen gemacht haben. Nach meiner Erfahrung war es bei folgenden Situationen sehr positiv, ...«
- Falsche Informationen räumen Sie mit Statistiken, Expertenaussagen und Zeugen aus: »Es könnte sein, dass Sie da eine

falsche Information haben. Folgende Information möchte ich Ihnen dazu geben: ...«

- Liegen andere Bedürfnisse oder Erwartungen vor, so versuchen Sie, diese herauszubekommen und Ihre Argumentation entsprechend darauf abzustimmen: »Ich habe den Eindruck, dass Sie mit anderen Bedürfnissen und Erwartungen hierhergekommen sind und diese jetzt nicht erfüllt sehen ...«

Gehen Sie den Einwänden genau nach. Versuchen Sie, sich in die Lage der Person zu versetzen: Welche Erwartungen könnte er oder sie an Ihre Antwort stellen? Gehen Sie nicht nur fachlich, sondern auch psychologisch orientiert an die Beantwortung der Einwände heran. Und nehmen Sie vor allem jeden Einwand ernst.

Schritt 62: Sechs Methoden zur Einwandbehandlung

Probieren Sie verschiedene Methoden zur Einwandbehandlung aus. Holen Sie sich dazu ein paar Freunde, machen Sie sie mit der Thematik Ihres Vortrags vertraut und lassen Sie sie dann Einwände formulieren, an denen Sie die folgenden unterschiedlichen Methoden üben.

1. Bedingte Zustimmung

Eine bedingte Zustimmung bedeutet, den Kern eines Einwands zu respektieren, gleichzeitig aber auch eine Richtigstellung zu erreichen. Formulieren Sie für sich eine mögliche bedingte Zu-

stimmung. Zum Beispiel: »Sie haben Recht mit dem, was Sie gerade sagten. Wir haben uns vor allem mit dieser Situation besonders intensiv auseinander gesetzt und ...«

2. Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen

Begegnen Sie dem Einwand mit der Gegenüberstellung von Vor- und Nachteilen. Achten Sie darauf, dass die Vorteile dabei überwiegen. Zum Beispiel: »Folgende Vorteile gibt es zu berücksichtigen ... Allerdings ist auch richtig, dass ... Doch wenn Sie sich auf das Wesentliche konzentrieren, dann ...«

3. Umwandlung des Einwands in ein Argument

Hier nehmen Sie demjenigen, der einen Einwand äußert, durch Entgegnungen den Wind aus den Segeln (Bumerang-Methode). Wie könnten Sie einen Einwand in ein Argument umwandeln? Formulieren Sie einen möglichen Beispielsatz. Zum Beispiel: »Gerade weil das so ist, haben wir unseren Service verstärkt.«

4. Durch Fragen dem Einwand begegnen

Sie können dem Einwand mit offenen Fragen oder mit qualifizierten und sachlichen Gegenfragen begegnen. Zum Beispiel: »Können Sie Ihre Anmerkung noch präzisieren?« oder »Welche Begleitumstände lagen bei der von Ihnen geschilderten Situation vor?«

5. Einwände übergehen oder ignorieren

Hören Sie bei allen Einwänden genau hin und entscheiden Sie dann, ob der Einwand berechtigt ist oder ob er Sie nur pro-

voziehen soll. Manchmal kann es sinnvoll sein, einen Einwand einfach zu ignorieren. Beachten Sie jedoch die emotionale Seite des Einwenders. Und wenn Sie berechnete Einwände übergehen oder ignorieren, kann dies zu Aggressionen führen – beim Einwender und beim Publikum.

6. Einwände vorwegnehmen

Ähnlich wie bei den Fragen können Sie auch Einwände vorwegnehmen. Dazu müssen Sie sich auf die Einwände vorbereiten und die Stellen in der Präsentation ermittelt haben, wo potenzielle Einwände vorkommen können (siehe Schritt 21). Zum Beispiel mit dem Satz: »An dieser Stelle könnten Sie jetzt vielleicht einwenden ... Meine Antwort dazu wäre ...«

Schritt 63: Auf Nörgler reagieren

Manchmal haben Einwände keinen konkreten inhaltlichen Hintergrund, sondern die Person, die den Einwand hervorbringt, möchte einfach nur nörgeln. Vor dieser Situation haben die meisten Präsentatoren große Angst, weil sie nicht wissen, wie sie auf diese emotionalen Angriffe reagieren sollen. Dabei ist es mit der folgenden Technik ganz einfach.

Sobald Sie mit einem solchen Einwand konfrontiert werden, reagieren Sie folgendermaßen:

Nehmen Sie an, eine Person aus dem Publikum sagte den Satz: »Das ist der größte Schwachsinn, den ich je gehört habe!« Ihre

Reaktion: »Stimmt!« Zählen Sie jetzt bis fünf! Nun sagen Sie: »Bitte helfen Sie mir zu verstehen, was Sie genau meinen.«

Probieren Sie diese Methode mit einem Testpublikum aus.

Übrigens: Mancher Leser mag gegen diese Methode einwenden, dass durch das »Stimmt!« eine Zustimmung zur Aussage des Einwenders geäußert wird. Dem ist nicht so. Es ist eine psychologische Reaktion, die darauf abzielt, dem Einwender den Wind aus den Segeln zu nehmen und ihn zu verblüffen, weil er nicht mit einer solchen Reaktion rechnet. Mit der weiteren Reaktion geben Sie dem Einwender einen Rahmen, innerhalb dessen er nun seine Antwort geben muss.

Wenn Sie den roten Faden verloren haben

Schritt 64: Den roten Faden wiederfinden

Eine gute Vorbereitung und ein erstklassiges Stichwortkonzept garantieren zwar nicht, dass Sie den roten Faden behalten, sie sind aber ein guter Strohalm (Sie kennen die Spickzettel bestimmt noch aus der Schule. Sie waren oft dabei, wurden aber selten benutzt – je nach Vorbereitung). Wenn der Faden trotzdem weg ist, haben Sie folgende Möglichkeiten:

1. Spickzettel benutzen

Benutzen Sie Ihren Spickzettel. Machen Sie eine Pause und holen Sie ihn hervor, falls Sie ihn nicht schon in der Hand haben.

Lesen Sie Ihr Stichwort ab und fahren Sie mit der Präsentation fort.

2. Zugeben

Geben Sie ehrlich zu, dass Sie den Faden verloren haben. Das Publikum hilft Ihnen, wieder in den Text zu kommen.

3. Von vorne anfangen

Fangen Sie den Satz einfach noch einmal an. Meistens fällt Ihnen dann der Inhalt wieder ein.

Methode 4: Bewegen

Oft hilft es auch, sich einfach im Raum zu bewegen und den »Black-out« als dramaturgische Pause zu nutzen. Durch die Bewegung fangen die Gedanken wieder an zu fließen.

Methode 5: Lassen Sie sich vom Publikum helfen

Frank Sinatra ist es bei einem Auftritt einmal passiert, dass er die Anfangszeile des Liedes »New York, New York« nicht mehr wusste. Er brach ab, schaute ins Publikum und sagte: »Seit 40 Jahren warte ich auf diesen Moment. Jetzt ist er da. Ich habe den Text vergessen. Bitte helfen Sie mir.« Natürlich hat das Publikum ihm geholfen. Wenn Sie so viel Routine und Kaltblütigkeit bzw. Schlagfertigkeit in einem solchen Moment haben, dann handeln Sie genauso. Zwar weiß Ihr Publikum nicht Ihren »Text« – es wird sich aber sicher eine Anregung ergeben, an die Sie anknüpfen können. Den roten Faden zu verlieren ist eine ganz normale menschliche Sache. Ihr Publikum wird Ihnen

immer helfen, aus dieser Situation herauszukommen, wenn Sie es darum bitten.

Methode 6: Einfach weitermachen

Machen Sie einfach weiter. Sprechen Sie über Ihren nächsten Punkt. Wenn Sie das tun, wird Ihnen später das einfallen, was Sie vergessen haben. Sie können es nachliefern.

Proben Sie die jeweiligen Methoden vor einem Testpublikum, z. B. Ihrem Partner oder vor Kollegen, und entscheiden Sie für sich, welche Variante Ihnen im Ernstfall die größte Sicherheit geben könnte.

Stichwortverzeichnis

- Adressatenanalyse 132
 Alliteration 49
 Alternativ-Frage 120
 Angriffsfrage 102
 Argumentation 20, 159 f.
 Atemübung 56
 Ausformulieren 27
 Aussehen 88 f.
 Ausstrahlung 43, 118
 Auswendiglernen 32
- Beamer 73, 201 ff.
 Begrüßung 24
 Bild 67
 Bleistifttrick 199
 Blickkontakt 47
 Blickkontakt 217
 Buddy-Übung 215
- Copyright 70
- Diagramm 63, 65
 Diskussionsrunde 95 f.
 Dramaturgie 21
 Drehbuch 77
- Effekt, Multimedia 75
 Einstieg 22, 135, 151, 153
 Einwand 163, 226, 228
 Emotionalität 25
- Fachinformation 17
 Fachwort 51
 Fangfrage 101
 Farbe 61, 174
 Film 69
 Flipchart 70, 198
 Foto 67
 Frage 98 f., 100, 161 f., 223 ff.
- Fremdeinschätzung 107
 Fremdvorstellung 86
- Geräusch 79, 182
 Gestaltung von Visualisierungen 60, 62
 Geste 47
 Gliederung 21, 39, 149 ff.
- Hand 46
 Hardware 76
 Hauptteil 25
 Hochachtung 89
 Humor 51
- Ideensammlung 140 ff.
- Karteikarte 31, 33, 140 f.
 Kaufsignal 123
 Kleidung 45, 89, 117, 216 f.
 Kompetenz 84
 Körperhaltung 46, 218
 Körpersprache 45 f., 216 f.
 Kundenbesuch 113
 Kundentyp 114 f.
- Lampenfieber 55 ff., 213 f.
 Laserpointer 208
 Lautstärke 51, 192
 Layout 62
 Logik 25
- Manuskript 31, 33
 Material 16, 140 ff.
 Medium 79, 166 ff., 195
 Metapher 49
 Mimik 45
 Mind Map 143 f.
 Modell 68 f.

- Moderator 96 f.
 Multimedia 75, 77
 Muss-Information 147
- Nachbereitung 105
 Neunerraster 176
 Nörgler 230
- Offene Frage 120
- Pause 49
 Persönlichkeit 83 f.
 Pinnwand 198
 PowerPoint 71, 180 ff.
 Präsentationskiller 7
 Präsenz 87
 Presenter 209
 Probe 186, 188 f.
 Produkt 68 f.
 Publikum 14, 91 f., 131
- Rahmenbedingung 13
 Redeanlass 12
 Redezeit 8, 18
 Redeziel 14
 Rednerpult 38
 Regieanweisung 34
 Rhetorische Frage 24, 49
- Scanner 76
 Schaubilder 62
 Schluss 30, 153, 157
 Schlüsselsatz-Methode 40
 Schrift 62, 175 f.
 Selbsteinschätzung 109
 Selbstvorstellung 86, 154
 Signalwort-Methode 40
- Software 76
 Sortieren 145
 Sound 182
 Spielregel 156
 Startsignal 23
 Stichwort 39 f.
 Stimme 219
 Störenfried 92, 93
 Strukturieren 149 ff.
 Sympathie 119
- Tabelle 66
 Tabuzone 196
 Tesakrepp-Trick 200
 Timing 147, 191
 Titel 21
- Übergang 151
 Überschrift 61
 Überzeugen 28
- Verkauf 111 ff.
 Verkaufsgespräch, Phasen 118
 Vertragsabschluss 125
 Video 69, 178
 Visualisierung 60 ff., 169, 171
- Werbemittel 116
 Werbespruch 54
 Witz 24
- Zeichnung 62, 67
 Ziel 14, 18, 25, 136 ff.
 Zielgruppe 18, 116, 131
 Zitat 24, 42, 50, 52
 Zwischenruf 94

Impressum

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

Print: ISBN: 978-3-648-09037-4 Bestell-Nr.: 00360-0003
ePub: ISBN: 978-3-648-09039-8 Bestell-Nr.: 00360-0100
ePDF: ISBN: 978-3-648-09038-1 Bestell-Nr.: 00360-0151

Claudia Nöllke, Michael Schmettkamp

Präsentieren

3. Auflage 2016

© 2016, Haufe-Lexware GmbH & Co. KG, Munzinger Straße 9, 79111 Freiburg
Redaktionsanschrift: Fraunhoferstraße 5, 82152 Planegg/München
Internet: www.haufe.de
E-Mail: online@haufe.de

Redaktion: Jürgen Fischer
Redaktionsassistentin: Christine Rüber

Umschlaggestaltung: Simone Kienle, Stuttgart
Umschlagentwurf: RED GmbH, Krailling
Satz und Druck: Beltz Bad Langensalza GmbH, Bad Langensalza

Alle Angaben/Daten nach bestem Wissen, jedoch ohne Gewähr für Vollständigkeit und Richtigkeit.

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

Die Autoren

Claudia Nöllke

vom Textbüro Nöllke in München ist Werbetexterin und Journalistin. Sie arbeitet für die Fach- und Wirtschaftspresse sowie für zahlreiche Agenturen, Verlage und Unternehmen.

Von Claudia Nöllke stammt der erste Teil dieses Buches ([Teil 1: Praxiswissen Präsentieren](#)).

Michael Schmettkamp

ist selbstständiger Trainer und Coach. Er schult und berät seit über 20 Jahren Führungskräfte und Mitarbeiter für Präsentationen, Vorträge und Verkauf. Er ist Experte für Online-Seminare und -vorträge.

Von Michael Schmettkamp stammt der zweite Teil dieses Buches ([Teil 2: Training Präsentieren](#)).

Weitere Literatur

»Lampenfieber und Prüfungsangst besiegen«,

von Jörg Abromeit, 128 Seiten, EUR 6,95.

ISBN 978-3-648-05656-1, Bestell-Nr. 10700

»Mind Mapping«, von Horst Müller, 128 Seiten, EUR 6,95.

ISBN 978-3-648-04684-5, Bestell-Nr. 00866

»Verkaufen«, von Rolf Leicher, 128 Seiten, EUR 7,95.

ISBN 978-3-648-06931-8, Bestell-Nr. 00674