

# Die Präsentation, die ankommt

**Wer selbstbewusst, umfassend informiert und perfekt vorbereitet seine Informationen vorträgt, verankert sich selbst und seine Botschaft dauerhaft beim Publikum.**

Von Iris Seeholzer

## AUTORIN

Iris Seeholzer, Wirtschaftsinformatikerin und eidgenössisch diplomierte Verkaufsleiterin, konzipiert in ihrem Unternehmen BTA bedarfsgerechte Mitarbeiterschulungen.

Im Bereich Kommunikation und Führung arbeitet BTA mit Jacqueline Steffen Oberholzer, Betriebsökonomin HWV, aus Erlenbach (ZH), zusammen.

## ONLINE

[www.btacademy.ch](http://www.btacademy.ch)

Drei Aspekte sind die Schlüssel zur erfolgreichen Präsentation: Gründliche Vorbereitung, eine zielgruppengerechte Präsentation und der sympathisch-menschliche Auftritt. Ausserdem wichtig sind Pünktlichkeit, Reduktion aufs Wesentliche und genau zu wissen, was man denn wirklich sagen will.

## Kernbotschaft

Wer seine Kernbotschaft kennt, hat schon einen Grossteil der Vorbereitung geleistet. Am besten, man wiederholt die Message mehrmals im Laufe des Vortrags und spricht bereits in der Einleitung an, was man mit der Präsentation erreichen

will, erklärt die Kernaussagen während der Präsentation und fasst am Ende alles nochmals prägnant zusammen. Selbst wenn die Gedanken der Zuhörer zwischendurch einmal abschweifen: Diese Aussagen bleibt haften. Und noch etwas: Eine gute Präsentation ist mehr als die Vermittlung von Information. Sie informiert, unterhält und überzeugt.

## Struktur ist wichtig

**1.** Wer die Präsentationsziele gleich zu Beginn erwähnt, erleichtert den Zuhörern das Mitdenken, lenkt den Blick auf das Wesentliche und fördert die Aufmerksamkeit.



**2.** Anfang und Ende sind die wichtigsten Phasen einer Präsentation, denn sie bleiben besonders in Erinnerung. Das stärkste Argument wiederholt man daher zum Schluss noch einmal, damit es ganz sicher behalten wird.

**3.** Ideal: Die Zuhörer zu einer anschließenden Diskussion auffordern, so können Missverständnisse schnell ausgeräumt und Einwände widerlegt werden.

**4.** Im Vorfeld muss festgelegt werden, welche Bereiche unbedingt ausführlich besprochen werden sollen, aber auch, was man bei Zeitknappheit überspringen kann. Ausweich- und Vertiefungsthemen zeugen bei Bedarf von Kompetenz und guter Vorbereitung.

**5.** Bezüge zum Erfahrungsbereich der Zuhörer sind zentral – wer die Zuhörer um Beispiele bittet oder nach ihrer Meinung fragt, schafft positive Verbindungen.

## Medien sinnvoll integrieren

**1.** 80% der Information nehmen wir mit den Augen auf, 15% mit dem Ohr und nur 5% mit den anderen Sinnesorganen.

## DIE SECHS W-FRAGEN

Wer?	Zielgruppe, Wissensstand, Erwartungen
Was?	Botschaft, Kernaussage, Inhalt, Schwerpunkte, Detaillierungsgrad
Wie?	Sprach- und Präsentationsstil, Hilfsmittel: (Beamer, Dias, Unterlagen etc.)
Wann?	Idealer Zeitpunkt, welche Vorbereitungen sind nötig?
Wo?	Geeigneter Raum, Infrastruktur, Hilfsmittel
Wie lange?	Wie viel Zeit steht zur Verfügung, wie knapp kann ich mich fassen?



**Bild:** Eine lebendige Präsentation bleibt haften

3. Auch sprachliche Bilder verstärken den guten Eindruck. Vergleiche regen die Phantasie an, praktische Beispiele oder (rhetorische) Fragen sorgen für mehr Beteiligung des Publikums.

### Überzeugt auftreten

1. Wer selbst von seinem Thema überzeugt ist, dem werden auch die Zuhörer glauben. «Ich werde eine hervorragende Präsentation halten, die rundum stimmt», ist die innere Haltung des Referenten. Dafür braucht es eine intensive Vorbereitung und mehrmaliges Üben des Vortrags – vor Publikum.
2. Blickkontakt zum Publikum (aber nicht nur zu einem Zuhörer) wirkt persönlich und souverän zugleich.
3. Bei Lampenfieber hilft üben, üben, üben – man kann zum Beispiel die ersten Sätze auswendig lernen oder den Vortrag mit einem Gespräch beginnen, das gibt Sicherheit.

### Kurz fassen

1. Kurzvorträge von 5 bis 15 Minuten sind am effektivsten, denn die Aufmerksamkeits- und Behaltensleistung ist dabei am höchsten. Zwei Kurzvorträge, unterbrochen durch eine Pause oder eine Diskussion, sind besser als ein langer Vortrag.
2. Es gilt immer noch die alte Schulregel: So ausführlich wie nötig, aber so knapp wie möglich. Respekt vor der Zeitknappheit der Zuhörer und ein ehrliches Dankeschön für die Aufmerksamkeit gehören zum guten Ton.
3. Das Publikum darf am Ende entscheiden, welche Wissenslücken es noch hat: Das spart Zeit, fördert das Involvement und garantiert gezielte Information. ••

### BÜCHER

Birkenbihl, Vera F.: «Rhetorik. Redetraining für jeden Anlass.»

Pöhm, Matthias: «Vergessen Sie alles über Rhetorik.»

Pöhm, Matthias: «Nicht auf den Mund gefallen!»

Rebel, Günther: «Mehr Ausstrahlung durch Körpersprache.»

Thiele, Albert: «Argumentieren unter Stress.»

Also lohnt es sich, das Thema ersichtlich zu machen: Der Einsatz von Skizzen, Grafiken, Bildern, Musik, Filmen oder Mustern fördert das Behalten, weil das Gedächtnis über mehrere Sinne angesprochen wird. Abwechslung lautet aber auch hier das Zauberwort.

2. Pannen gehören zum Präsentationsalltag. Falls der Beamer ausfällt, ist ein Satz Overhead-Folien Gold wert.
3. Quiz-Fragen, Zahlenspiele oder ein humorvoller Cartoon zum Thema holen die Zuhörer aus einem Aufmerksamkeitstief.
4. Exzellente Lesbarkeit ist das A und O einer erfolgreichen Präsentation. Die richtige Schriftgröße, eine gute Überschaubarkeit der Textmenge pro Folie und eine klare Farbgestaltung gehören zum professionellen Auftritt. (Interessant: 8% der Männer sind rot-grün-blind.)

### Lieber einfach statt kompliziert

1. Grundsätzlich gilt: Lieber deutsch statt englisch und lieber einfach statt kompliziert. Kurze Sätze können von

den Zuhörern leichter aufgenommen werden. Positive Formulierungen sind zielorientiert. Aktive Formulierungen sind kräftiger als Passivformen. Daher: Möglichst häufig Verben anstelle von Substantiven verwenden, das wirkt lebendiger.

2. Wer vorbereitete Texte abliest, schläfert ein. Deshalb ist es immer besser, frei zu reden, auch wenn es nicht ganz perfekt klingt. Man wirkt dadurch sympathischer, kompetenter und findet leichter Kontakt zum Publikum. Stichworte genügen als Gedankenstütze.

### DIE KERNAUSSAGE IST DER ROTE FADEN

<i>Einstieg</i>	<i>Mein Anliegen Ihr Nutzen</i>	<i>Ich sage, was ich sagen will.</i>
<i>Kernstück</i>	<i>Argument 1 Argument 2 Argument 3 ... Aktionsvorschlag</i>	<i>Ich sage, was ich zu sagen habe.</i>
<i>Schluss</i>	<i>Verstärkung</i>	<i>Ich sage, was ich gesagt habe.</i>