

Wirksam präsentieren

Kernbotschaft mit Fakten und klaren Argumenten unterstreichen



Dies setzt zudem voraus, dass Sie wissen: Wer sind meine Zuhörer und über welches »Ohr« erreiche ich sie? Ist es zum Beispiel die Geschäftsleitung, die primär in wirtschaftlichen Kategorien denkt? Oder Techniker, die ich vor allem von der Machbarkeit überzeugen muss? Oder ältere Mitarbeiter, die Angst vor Veränderungen haben?

Denn nur, wenn Sie das Ziel Ihrer Präsentation kennen und wissen, wer Ihre »Kommunikationspartner« sind, können Sie entscheiden: Was ist meine Kernbotschaft? Und: Welche drei, vier Argumente unterstützen sie, weil sie den Zuhörern aus ihrer Warte den größten Nutzen bieten?

Kernbotschaften können sein: „Mit dem von mir präsentierten Vorschlag...

- | gewinnen/bindet wir neue Kunden/Gäste,
- | erhöht sich unsere/Ihre Rendite um zehn Prozent,
- | steigt die Datensicherheit.“

Die Kernbotschaft sollte im Zentrum Ihrer Präsentation stehen. Und die präsentierten Daten, Fakten und Argumente? Sie dienen primär dazu, Ihre Kernbotschaft zu unterstreichen.

Präsentationen im Business-Kontext sollen bei den Zuhörern meist ein bestimmtes Verhalten auslösen. Entsprechend überzeugend sollte der Auftritt der präsentierenden Person sein.

Präsentationen im beruflichen Kontext sollen in der Regel bei den Zuhörern ein bestimmtes Verhalten auslösen - also diese zum Beispiel zum Kauf eines Produkts bewegen. Oder sie für eine Problemlösung begeistern. Oder sie als Mitstreiter für ein Projekt gewinnen. Dieses Ziel erreicht die präsentierende Person nicht, indem sie die Zuhörer mit allen möglichen Informationen überhäuft. Vielmehr gilt es, die Präsentation strategisch und psychologisch klug zu planen und auf die sogenannten Bullet-Points zu fokussieren - also die Infos und Argumente, die bei den Zuhörern bewirken, dass sie

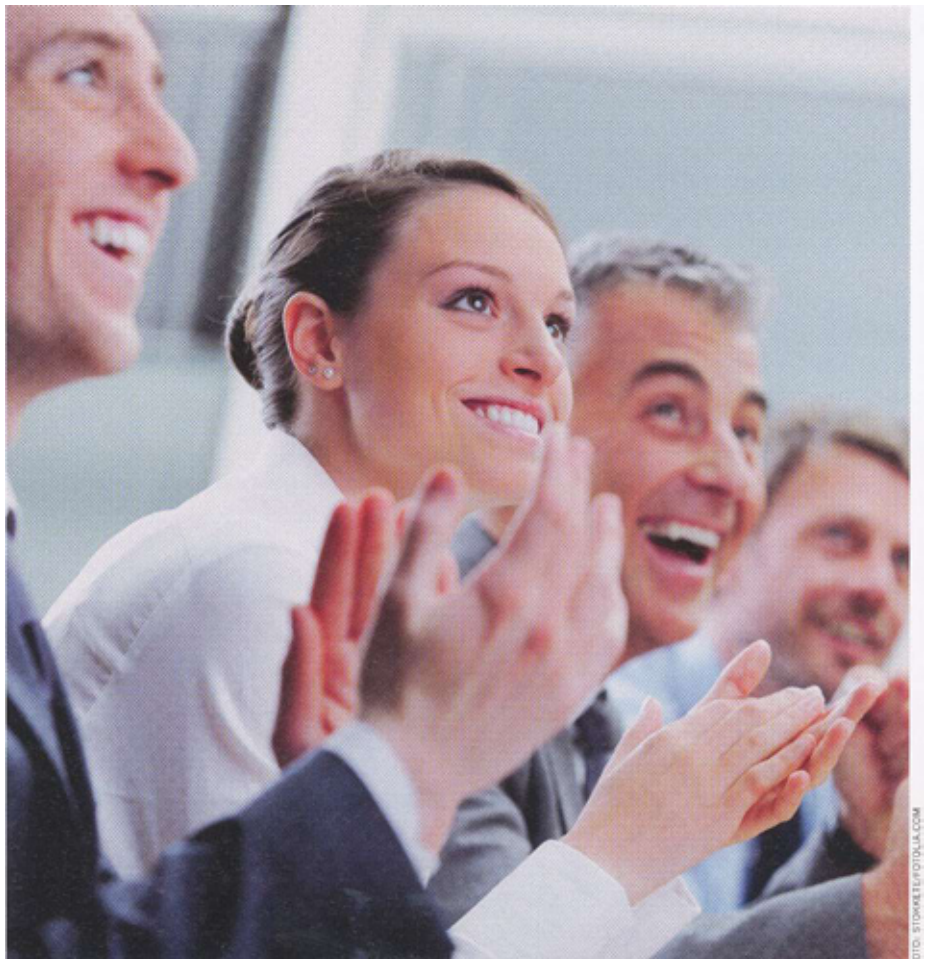
- | die gewünschte Entscheidung treffen oder
- | das gewünschte Verhalten zeigen.

Klares Ziel formulieren

Das setzt voraus, dass Sie beim Planen wissen: Welches Ziel möchte ich mit der Präsentation erreichen? Und: Welches Verhalten sollen die Zuhörer danach zeigen?

Zum Beispiel:

- | Meinem Vorschlag zustimmen.
- | Das nötige Budget freigeben.
- | Das Produkt »...« kaufen.



Zuhörer auch emotional ansprechen

Wichtig für den Erfolg Ihrer Präsentation ist, dass Sie die Zuhörer auch emotional ansprechen: Bringen Sie Ihre Zuhörer zum Träumen. Denn so lösen Sie bei ihnen das Gefühl aus „Ja, das will ich haben“ oder „Ja, das möchte ich gern tun“.

Bedenken Sie beim Vorbereiten Ihrer Präsentation jedoch: Ihre Zuhörer haben aufgrund ihrer Vorerfahrung und Position im Unternehmen meist unterschiedliche Bedürfnisse und Erwartungen. Passen Sie Ihre Charts und Ihre Argumentation immer dem Publikum an. Versetzen Sie sich zudem mental in Ihr Publikum und fragen Sie sich: Wo drückt beim Zuhörer der Schuh? Was interessiert sie? Was erhoffen sie sich? Was befürchten sie? Was wollen sie »mitnehmen«?

Damit Ihre Zuhörer nach der Präsentation das gewünschte Verhalten zeigen, müssen Sie diese für sich und Ihre Botschaft gewinnen. Entsprechend sollten Sie sich und Ihre Kernbotschaft inszenieren. Achten Sie darauf, dass Sie beim Präsentieren mit Ihren Zuhörern kommunizieren und nicht nur referieren.

Tipp: Reduzieren Sie den Text auf Ihren Charts soweit wie möglich. Beschränken Sie sich weitgehend auf Schlagworte.

Denn je mehr Text auf den Charts steht, umso überflüssiger werden Sie als präsentierende Person, denn es steht ja fast alles auf den Charts.

Außerdem wendet sich bei zu viel Text die Aufmerksamkeit der Zuhörer regelmäßig von Ihnen ab und den Charts zu.

Denn sie müssen ja den Text lesen.

Die Zuhörer für sich gewinnen

Gestalten Sie die Charts, um die Aufmerksamkeit nicht von sich abzulenken, eher schlicht. Denn für das „In-die-richtige-Stimmung-versetzen« Ihres Publikums sind primär Sie zuständig. Am einfachsten gelingt Ihnen dies, indem Sie mit Ihrem Publikum kommunizieren.

! Stellen Sie den Zuhörern immer wieder (rhetorische) Fragen wie „Kennen Sie die Situation ..?“ oder „Träumen Sie davon ..?“.

! Holen Sie sich regelmäßig Zustimmung ein („Sind Sie auch der Meinung, dass ..?“, „Stimmen Sie mir zu, dass ..?“).

! Sprechen Sie Ihr Publikum und speziell die wichtigen Entscheider immer wieder persönlich an.

Eine gute Präsentation ist interaktiv. Der Präsentator kommuniziert also mit seinem Publikum - auch mit den Augen. Halten Sie Blick-

Geprüfter Küchenmeister ab August 2015

Am IST-Studieninstitut haben Köche mit Berufserfahrung die Möglichkeit, die klassische IHK-Aufstiegsfortbildung zum Küchenmeister zu absolvieren.

Die Weiterbildung startet erstmals als staatlich zugelassener Fernunterricht im August 2015 in Düsseldorf.

Die Vorteile der Weiterbildung »Geprüfter Küchenmeister (IHK)« sind vielfältig: Die Studierenden erhalten aktuelles Wissen zu den Themen »Allergen-Management« und »Ernährungsberatung«.

Außerdem lernen sie mit der S-Lizenz Ernährungsberatung die Grundlagen einer

gesunden und ausgewogenen Ernährung kennen und erfahren, wie professionelles Ernährungscoaching aussieht.

Gerade in Hotels, die sich auf den gesellschaftlichen Trend »Wellness und Gesundheit« spezialisieren, sind Küchenmeister mit Beratungskompetenz zum Thema »Ernährung« gefragt. Die Kurslänge ist auf 20 Monate beschränkt und mit nur wenigen Präsenzphasen angelegt.

Weitere Informationen auf www.ist.de oder unter Telefon 0211 86668-0.



kontakt mit den Zuhörern. Und kehren Sie ihnen nicht wie bei vielen Powerpoint-Präsentationen den Rücken zu.

Spannende Geschichten erzählen

Menschen lieben Geschichten aus dem wahren Leben. Verpacken Sie Ihre Kernbotschaft in eine Geschichte, die im Gedächtnis bleibt. Entwickeln Sie zudem eine spannende Dramaturgie für Ihre Präsentation - ähnlich wie ein Romanautor.

Dabei können Sie sich an folgendem Leitfaden orientieren:

! eine »knackige« Einleitung, die das Interesse und die Neugier des Publikums weckt,

! eine prägnante Beschreibung des »Problems« für die Zuhörer, die diese zu einer kopfnickenden Zustimmung veranlasst,

! eine bildhafte Beschreibung des (erträumten) Idealzustands aus Sicht der Zuhörer, die deren Neugier auf die Lösung weckt,

! eine Präsentation der Lösung, die den Zuhörern plastisch vor Augen führt, wie sie (mit Ihrer Hilfe) den Idealzustand erreichen,

! ein großes Finale, das die Zuhörer dazu motiviert, aktiv zu werden und den von Ihnen gewünschten nächsten Schritt zu tun.

Damit Sie dieses Ziel sicher erreichen, müssen Sie Ihre Präsentation zielorientiert planen und gestalten. Achten Sie zum Beispiel bei einer 15-minütigen Präsentation darauf, dass diese nicht mehr als sechs bis acht Charts umfasst.

Bringen Sie nur Infos und Charts, die mindestens eines der folgenden Kriterien erfüllen:

! Ihre Kernbotschaft wird unterstrichen.

! Ihr Anliegen wird veranschaulicht.

! Die gewünschten Emotionen werden erzeugt.

Für das Erstellen Ihrer Charts können Sie PowerPoint nutzen. Beim Präsentieren selbst sollten jedoch Sie im Zentrum stehen - und nicht die Technik. Denn die Charts selbst hätten Sie den Zuhörern auch per Mail senden können. Wer überzeugen muss, sind Sie.

Dr. Gudrun Fey
www.study-train.de