

Vorhang auf!

Überzeugend und wirksam präsentieren

Im Business-Kontext sollen Präsentationen bei den Zuhörern meist ein bestimmtes Verhalten auslösen oder sie zu einer Entscheidung führen. Wie eine Präsentation psychologisch und taktisch klug aufgebaut wird und wie der Präsentierende überzeugend auftritt, erklärt Dr. Gudrun Fey.

Präsentationen sollen beispielsweise zum Kauf eines Produkts bewegen, für eine Problemlösung begeistern oder Mitarbeiter für ein Projekt gewinnen. Diese Ziele erreicht die präsentierende Person nicht, indem sie die Zuhörer mit allen möglichen Infos überhäuft. Vielmehr gilt es, den Vortrag strategisch und psychologisch klug zu planen und auf die sogenannten Bulletpoints zu fokussieren - also die Infos und Argumente, die bei den Zuhörern bewirken, dass sie

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

Klare Ziele 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. Oder:

- das nötige Budget freigeben. Oder:
- das Produkt kaufen.

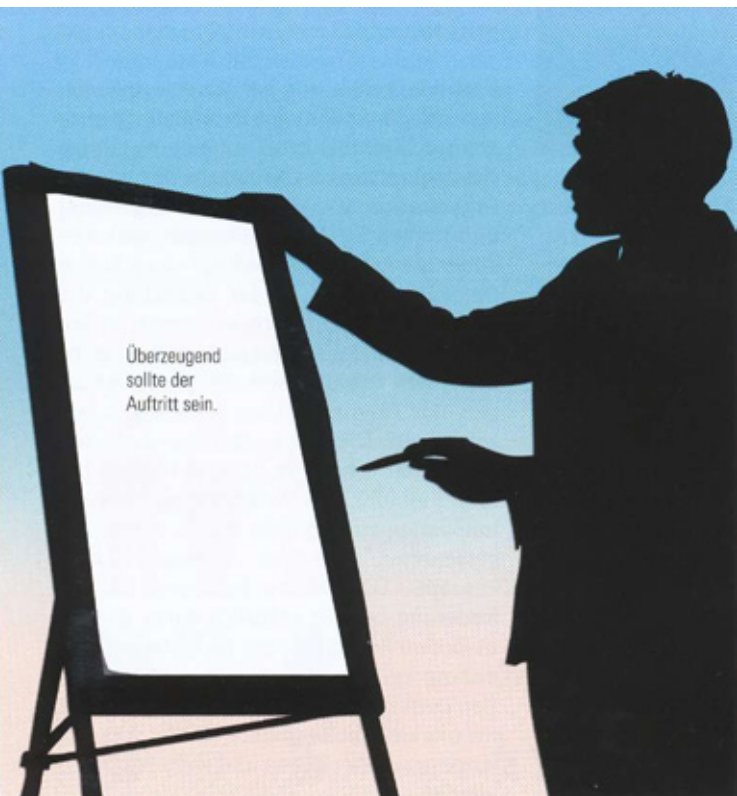
Hierfür müssen Sie jedoch wissen: Wer sind meine Zuhörer und wie erreiche ich sie? Sind es zum Beispiel mehrheitlich Betriebswirte, die primär in wirtschaftlichen Kategorien denken? Oder Techniker, die ich vor allem von der Machbarkeit überzeugen muss? Denn nur wenn Sie das Ziel Ihrer Präsentation kennen und wissen, wer Ihre Kommunikationspartner sind, können Sie entscheiden: Was ist meine Kernbotschaft? Und: Welche drei, vier Argumente unterstützen diese, weil sie den Zuhörern aus deren Warte den größten Nutzen bieten? Solche Kernbotschaften können sein: „Mit dem von mir präsentierten Vorschlag gewinnen Sie/wir viele neue Kunden.“ Oder: „Mit dem von mir präsentierten Vorschlag erhöht sich Ihre/unserer Rendite um zehn Prozent.“ Die Kernbotschaft sollte im Zentrum Ihrer Präsentation stehen. Die präsentierten Daten, Fakten und Argumente dienen primär dazu, Ihre Kernbotschaft zu unterstreichen.

Emotionale Ansprache

Wichtig für den Erfolg Ihrer Präsentation ist, dass Sie die Zuhörer auch emotional ansprechen. Denn so lösen Sie bei ihnen das Gefühl aus „Ja, das will ich haben“ oder „Ja, das möchte ich gerne tun“. Bedenken Sie bei der Vorbereitung jedoch: Ihre Zuhörer haben aufgrund ihrer Erfahrung und Position im Unternehmen meist unterschiedliche Bedürfnisse und Erwartungen. Benutzen Sie deshalb, soweit möglich, keine Standardcharts. Passen Sie Ihre Charts und Ihre Argumentation immer dem Publikum an. Fragen Sie sich im Vorfeld etwa: Was will beziehungsweise erwartet der Vorstand des Unternehmens, der Einkäufer, der Produktionsleiter etc.? Versetzen Sie sich zudem mental in Ihr Publikum und fragen Sie sich: Wo drückt die Zuhörer der Schuh? Was interessiert sie? Was erhoffen sie sich? Was befürchten sie?

Kernbotschaften inszenieren

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. 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 Folien. 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 der Präsentation eher schlicht, um die Aufmerksamkeit nicht von sich abzulenken. 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 Blickkontakt mit den Zuhörern und kehren Sie ihnen nicht den Rücken zu.

Spannende Geschichten

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. Dabei können Sie sich an folgendem Leitfaden orientieren:

1. eine knackige Einleitung, die das Interesse und die Neugier des Publikums weckt,
2. eine prägnante Beschreibung des Problems der Zuhörer, die diese zu einer kopfnickenden Zustimmung veranlasst,
3. eine bildhafte Beschreibung des (erträumten) Idealzustands aus

Sicht der Zuhörer, die deren Neugier auf die Lösung weckt,

4. eine Präsentation der Lösung, die den Zuhörern plastisch vor Augen führt, wie sie (mit Ihrer Hilfe) den Idealzustand erreichen,
5. 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 E-Mail senden können. Wer überzeugen muss, sind Sie.



Dr. Gudrun Fey,
geschäftsführende Gesellschafterin,
Trainings- und Beratungsunternehmen study & train.

www.study-train.de