

Gudrun Fey

Sicher und überzeugend präsentieren

Motivieren – Strukturieren – Aktivieren
Präsentation, Kurzvortrag, Referat



WALHALLA FACHVERLAG

Schnellübersicht

Gut präsentiert ist halb gewonnen	7
1 Faszinieren statt informieren	9
2 Spannung erzeugen	27
3 Drei Erfolgskriterien für Ihre Präsentation .	31
4 Achten Sie auf Ihre Sprache	51
5 Theorie hilft!	63
6 Die klassische Grundgliederung für Vorträge und Präsentationen	69
7 Der richtige Einstieg beim Fünfschritt	87
8 Medien richtig und gezielt einsetzen	103
9 Tipps zum perfekten Vortrag	133
Checkliste: Haben Sie an alles gedacht?	151
Literaturhinweise	155
Stichwortverzeichnis	158

Die drei Grundprinzipien

Weitere Überlegungen, Ihre Präsentation attraktiv zu gestalten, sind die drei Grundprinzipien:

- Motivieren
- Strukturieren
- Aktivieren

Diese Grundprinzipien eignen sich auch, wenn Sie mit der Vorbereitung Ihrer Präsentation fast fertig sind, um noch einmal zu prüfen, ob und wie Sie diese Regeln umgesetzt haben.

Motivieren

Um die Hörer zu motivieren, ist es wichtig, Ihren Stoff mit den Augen der Hörer zu sehen. Dazu dient die Analyse der Hörer. Zugleich fragen Sie bei der Vorbereitung auf Ihre Präsentation: „Was könnte denn mich motivieren?“ Auch Sie sind ein Mensch und von Ihren Hörern oft gar nicht so verschieden.

Dieses Motivieren ist somit nicht ein Teil des Vortrags gleich einer Einleitung oder Hinführung, sondern ein Grundprinzip, das den ganzen Vortrag von Anfang bis Ende in jeder Sekunde durchziehen sollte. Trotzdem sollte insbesondere der Einstieg motivieren.

Doch nicht immer haben Sie konkretes Anschauungsmaterial zur Verfügung. Deshalb folgt eine Auflistung interessanter Einstiegsmöglichkeiten, mit denen Sie das Interesse an Ihrem Thema wecken können. Generell gilt: Der erste Eindruck prägt, der letzte bleibt.

Der gelungene Einstieg

Ein beliebter Einstieg ist eine rhetorische Frage. Sie weckt bei den Hörern Neugierde: Wer wünscht sich nicht begeisterte Mitarbeiter? Hier nicken alle Führungskräfte im Geiste mit dem Kopf und wenn Sie nun im Vortrag gute Antworten liefern, ist Ihnen der Erfolg sicher.

Sie könnten zu Beginn Ihrer Präsentation auch eine nachdenklich stimmende Behauptung machen, etwa „Der Klimawandel lässt sich nicht aufhalten, nur verlangsamen“ oder eine provozierende These aufstellen: „Autofahrer sind potenzielle Mörder!“

Bewährt hat sich auch, die Hörer zu Beginn zu bitten, sich in ein bestimmtes Szenario hineinzusetzen: „Stellen Sie sich vor, es wäre eine kalte Winternacht. Der Schnee fällt leise zu Boden. Sie stehen frierend an der Bushaltestelle. ...“ Natürlich kann je nach Situation ein Einstieg mit einer Geschichte die Hörer zum Zuhören motivieren. In den USA ist es bei einer Rede fast ein Muss, mit einer Story – die meist selbst erlebt wurde –, anzufangen: „Als ich ein kleiner Junge war, fürchtete ich mich vor dem Alleinsein (...)“

Denkbar sind auch eine Anekdote oder ein Witz, mit dem Sie das Publikum überhaupt erst mal „abholen“. Schließlich sind viele Hörer gerade zu Beginn eines Vortrags erst einmal noch nicht so ganz bei der Sache. Vielleicht denken sie noch an Aufgaben, die sie noch erledigen müssen oder ärgern sich noch darüber, dass sie Probleme hatten, einen Parkplatz zu ergattern. Deshalb muss der Witz noch gar nichts mit Ihrem eigentlichen Thema zu tun haben. Er dient lediglich dazu, den Hörern zu signalisieren, dass Sie jetzt mit Ihrer Präsentation anfangen möchten. Optimal ist es natürlich, wenn er schon zu Ihrem Thema hinführt.

Beispiel:

Bei einem Vortrag zum Thema „Energieversorgung“ begann der Redner mit einem Ostfriesenwitz (ich wäre hiermit vorsichtig, denn es ist ein Witz auf Kosten anderer): „Wissen Sie, wie die Ostfriesen die Energieversorgung sicherstellen? Nun sie nehmen einen großen Eimer und holen 10 kg Watt oder auch 20 kg, so viel wie sie gerade benötigen. – Pause – Nun, so einfach können wir es uns in Süddeutschland nicht machen, wir brauchen ...“

Besser geeignet sind Witze, die keine bestimmte Personengruppe lächerlich machen. Noch sinnvoller ist ein aktuelles Ereignis, das alle Hörer bewegt und zum Thema passt.

Besonders gut lassen sich Ihre Hörer motivieren, wenn Sie Gemeinsamkeiten ansprechen und ihnen damit auch schmeicheln: „Ich freue mich, dass Sie zu meinem Vortrag gekommen sind. Denn das zeigt mir, dass Sie sich – genauso wie ich – Sorgen über den gewaltigen CO₂-Ausstoß von ... machen.“

Generell empfehle ich, dem Publikum zu Beginn etwas Freundliches zu sagen. Bereits in der Antike wurde empfohlen, mit einer

Drei Erfolgskriterien für Ihre Präsentation

„Captatio benevolentiae“ (Gewinnen des Wohlwollens) zu starten. So kann man die Hörer loben, wenn sie pünktlich gekommen sind oder dass sie sich trotz des schlechten Wetters zu Ihnen auf den Weg gemacht haben oder Sie sich freuen, vor Experten zu sprechen.

Schlecht ist zu beginnen mit: „Ich freue mich, dass Sie so zahlreich erschienen sind“. Denn zum einen kommen die Menschen einzeln und sie „erscheinen“ auch nicht, sie kommen einfach. Besser formulieren Sie: „Ich freue mich, dass Sie zu ... gekommen sind“ oder wenn es mehr als erwartet sind: „Ich freue mich, dass so viele zu ... gekommen sind.“

Demotivierend ist der Einstieg: „Ich bin zwar ein schlechter Redner, aber ...“ Da frage ich mich doch, was berechtigt diesen Menschen, mir meine Zeit zu stehlen?

Unpassend ist auch die Formulierung: „Ich will Ihnen etwas erzählen über ...“ – Sie erzählen doch keine Märchen, oder?

Doch wie motivieren Sie die Hörer zum Zuhören, wenn es eine „Pflichtveranstaltung“ ist, zu der sie kommen müssen und die die meisten als Zeitverschwendung betrachten? Hierzu zählen beispielsweise Themen wie Sicherheitsunterweisungen oder „Der Erste-Hilfe-Kurs“ beim Erwerb des Führerscheins. Ich meine jedoch, es gibt keine langweiligen Themen, sondern nur langweilige Vortragende. Deshalb ist es möglich, die Hörer auch bei Pflichtvorträgen für das Thema zu gewinnen.

Bewährt hat sich in solchen Fällen schon seit der Antike vorneweg eine sogenannte Prolepsis zu bringen, „eine Vorwegnahme gegnerischer Einwände“. Das heißt, Sie greifen auf, was die Hörer zu Beginn Ihres Vortrags denken: „Ich weiß, dass dies eine Pflichtveranstaltung ist und dass einige vielleicht denken ‚Bei dem schönen Wetter würde ich lieber in der Sonne auf einer Parkbank sitzen‘ oder andere ‚In der Zeit, in der ich den Vortrag höre, hätte ich schon wieder drei Bauanträge bearbeitet.‘ Doch ehe Sie sich noch lange darüber ärgern, was Sie in der Zeit alles hätten machen können, ist es doch besser – weil Sie nun schon einmal hier sind –, Acht zu geben, dass Sie von meiner Präsentation möglichst viel profitieren. Und ich verspreche Ihnen, dass vieles, was Sie heute von mir hören werden, für Sie nützlich ist, Sie vor Schaden bewahrt oder sogar Ihr Leben retten kann.“

Nun fühlen sich Ihre Hörer vermutlich verstanden und wenn Sie jetzt noch einen zündenden Einstieg finden, haben Sie das Publikum auf Ihrer Seite.

Vermeiden Sie dagegen unpassende Einstiege wie:

- Entschuldigung am Anfang, beispielsweise „Ich konnte mich leider nicht gründlich vorbereiten, weil ...“
- Salopper Einstieg: „Ich fang dann mal an!“
- Umständlicher, langatmiger Einstieg
- Untertänig und antiquiert wirkende Formulierungen, etwa „Ich darf Sie herzlich begrüßen“ oder „Ich darf mich kurz vorstellen“

Checkliste: Wie Sie mit einem gelungenen Einstieg die Hörer motivieren

- Rhetorische Frage
- Behauptung
- These
- Provokation
- Szenario entwickeln
- Anekdote/Story/Witz
- Gemeinsamkeit herausstellen
- Aktuelles Ereignis
- Captatio benevolentiae (Gewinnen des Wohlwollens)
- Prolepsis (Vorwegnahme gegnerischer Einwände)

Thema ansprechend formulieren

Genau wie bei einem Buch kann bei einem Vortrag die Formulierung Ihres Themas sehr stark zur Motivation beitragen.

Am besten kommen Themen an, die Neugierde wecken und ein Versprechen enthalten.

Drei Erfolgskriterien für Ihre Präsentation

Beispiel:

- Statt: „Verkehrsunfallreduzierung durch Tempo 30-Zonen“ motiviert es mehr, wenn Sie Neugierde wecken: „Wie man durch Tempo 30-Zonen Verkehrsunfälle reduziert“.
- Statt: „Die Zukunft des Energieverbrauchs“, klingt es interessanter, wenn Sie das Thema als Frage formulieren: „Was sichert in Zukunft unseren Energieverbrauch?“
- Statt: „Mitarbeitermotivation“ formulieren Sie: „Wie Sie Ihre Mitarbeiter noch stärker motivieren“.

Auch Zwischenüberschriften auf dem Flipchart oder auf Folien können motivierend formuliert werden.

Beispiel:

- Statt: „Umsatzentwicklung“ heißt es dann als Frage: „Wie können wir den Umsatz steigern?“
- Statt: „Kostensteigerung“ nennen Sie Ihr Thema: „Wie wir die Kosten ohne Personalabbau reduzieren können.“

Der gekonnte Schlusssatz

Dieser Satz ist wirklich der allerletzte Satz. Er sollte klar und eindeutig formuliert sein. Zuvor sollten Sie noch eine Zusammenfassung bringen, beispielsweise beim Thema Einführung einer Neuerung alle Vorteile für die Hörer auflistet. Eine bewährte Methode besteht auch darin, im Schlusssatz auf den Anfang zurückzukommen.

Angenommen Sie haben zu Beginn eine Geschichte erzählt, aber den Ausgang offen gelassen, dann könnten Sie jetzt am Ende den guten Ausgang der Geschichte schildern.

Bekräftigend wirkt es, wenn Sie abschließend noch einmal Ihre Überzeugung äußern: „Wenn Sie diese Maßnahmen ergreifen, bin ich sicher, dass Sie ...“ oder: „Ich bin davon überzeugt: Wenn Sie sich für die neue Software entscheiden, dann werden Sie ...“

Ein üblicher Schlusssatz lautet häufig: „Ich hoffe, Sie davon überzeugt zu haben, dass ...“ Diese Formulierung ist mir oftmals zu schwach. Besser ist es, die Anwesenden zum Handeln aufzufordern: