



### Erfolgreich Präsentieren

#### So erscheint Ihr Thema im besten Licht!

Hm. Ich muss eine Präsentation vorbereiten. Nur: Wie anfangen?! Erwin Thromm, 34, Vertriebsmitarbeiter bei einem international tätigen Automobilzulieferer hilft sich regelmässig, indem er in alten Unterlagen kramt und frühere Präsentationen auf den Bildschirm ruft. Er muss ein neues Produkt vorstellen, und da greift er auf Seiten zurück, die es früher auch schon mal getan haben. Wie schade! Denn Herr Thromm schaufelt sich mit dieser Strategie zwar effektiv seinen Schreibtisch leer, eines leistet er aber nicht: sein Thema im besten Licht erscheinen zu lassen. Um das zu meistern, müsste er etwas mehr investieren.

**Wie reagieren Sie?** Wir alle reagieren auf Ansprache. Lehnen Sie sich einen Moment zurück und lassen Sie auf Ihrem inneren Kino Situationen vorbeiziehen, in denen Sie von einer Sache, einem Thema voll angezogen waren. Da war die Sportschuh-Marke, die Sie deshalb so in ihren Bann gezogen hat, weil Sie bei der Präsentation gleich Lust bekamen, sich die Sportklamotten überzustreifen. Oder die Präsentation der neuen Organisationsstruktur in Ihrer Firma, bei der Sie zunächst zusammengezuckt sind, weil Sie das Schlimmste befürchteten, dann aber plötzlich die Überzeugung hatten: Ärmel hoch, angepackt!

Wie haben die Präsentatoren das gemacht? Ich war nicht dabei - aber ich vermute, dass sie geschafft haben, Sie zu «packen», Sie so anzusprechen, dass Sie es nicht überhören konnten. Herr Thromm könnte von ihnen lernen.

#### Gewinnen Sie durch gute Vorbereitung

Gleich, ob Sie ein Produkt oder ein Thema präsentieren - versäumen Sie nicht, sich inhaltlich und organisatorisch gut vorzubereiten.

Was wollen Sie sagen? Was wollen Sie mit Ihrer Präsentation erreichen? Mit einer Präsentation können Sie verschiedene Ziele verfolgen - passen Sie aber auf, dass Sie nicht gleichzeitig in verschiedene Richtungen marschieren.

- Ein Schwerpunkt kann sein, dass Sie über einen neuen Produktnutzen informieren (dann gilt es, zu «lehren» und mit Fakten zu überzeugen).
- Oder Sie möchten «Stimmen gewinnen» (dann sollten Sie den Nutzen Ihres Publikums herausstellen und Ihre Zuhörer möglichst erfreuen und unterhalten).
- Möglicherweise möchten Sie aber Ihre Zuhörer auch zu einer Änderung veranlassen (dann sollten Sie durch Ihre Darstellung rühren und durch Bilder bewegen).

Erlernen Sie das Handwerk, Kernbotschaften zu formulieren. Wichtig ist dabei, dass Ihre Schlagworte nicht austauschbar sind («neu» reicht nicht, «konkurrenzlos» reicht selten). Finden Sie die Vorteile und Besonderheiten Ihres Themas, auf die es Ihnen ankommt. Selten fallen einem diese Punkte spontan ein - setzen Sie deshalb etwas Zeit ein, und formulieren Sie diese Botschaften vor. Das sind die Hauptstücke Ihrer Präsentation. Von diesen müssen Sie Ihre Zuhörer begeistern.

Bei der Formulierung der Kernbotschaften Ihrer Präsentation, hilft Ihnen die Checkliste 1 - Präsentieren.

**Wem wollen Sie das sagen?** Freilich steht im Mittelpunkt jeder Präsentation nicht Ihr Thema, sondern Ihr Publikum. Nur wenn Ihnen klar ist, welchen Nutzen Ihr Thema für Ihr Publikum hat, können Sie mit Erfolg rechnen.

So ist es auch mit Herrn Thromm: Er will seinen Kunden überzeugen. Das kann ihm auch gelingen, sofern er nicht einem grossen Missverständnis aufsitzt: dass er das allein in der Hand hat. Wir überzeugen andere, wenn wir Gemeinsamkeiten herstellen. Nur wenn wir möglichst viel von unserem Zuhörer wissen, können wir auch einschätzen, ob es diese Gemeinsamkeiten überhaupt gibt bzw. an welchen Stellen wir sie herstellen können.

Fragen Sie sich: Was wissen Sie über Ihren Zuhörer, Ihren Kunden? Was ist sein Nutzen? Finden Sie das heraus, recherchieren Sie gründlich - Kundenorientierung ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für eine Präsentation.

Was heisst das für Herrn Thromm? Er sollte keineswegs eine Präsentation unverändert für verschiedene Zielgruppen verwenden. Wenn er zum Beispiel eine neue Produktlinie im Kollegenkreis vorstellt, muss er einen anderen Nutzen herausstellen, als wenn er bei einem neuen Kunden vorstellig wird.

### Autorin



#### Monika Radecki

Kommunikationsberatung,  
D-Heidelberg

Gelernte Kauffrau; Studium (Germanistik/Sprachwissenschaft, Soziologie, Psychologie), DAAD-Auslandsstipendium, Abschluss M. A.; Bertelsmann-Auslandsstipendium; Aus- und Weiterbildungen im Trainingsbereich. Als Lektorin/Produktmanagerin in der Verlagsgruppe Beltz und als freie Kommunikationsberaterin tätig.

Weitere Informationen erhalten Sie [hier](#).

[E-Mail an die Autorin.](#)

**Welches Material nutzen Sie?** Je besser Sie vorbereitet sind, umso mehr können Sie Ihrem Zuhörer überlassen, die Güte Ihrer Präsentation zu beurteilen. Das ist die einzig richtige Haltung - denn nur Ihr Zuhörer kann sagen,

- ob er Sie in Ihrer Art glaubwürdig fand,
- ob er findet, dass Ihre Argumente wahrscheinlich stimmen,
- ob er sich verstanden fühlt,
- ob Ihre Präsentation seinen Bedarf getroffen hat

**Ihr Manuskript.** Präsentationen werden heute technisch immer aufwendiger. Aber egal, ob Sie mit Hochglanzbroschüren oder Multimediaclips aufwarten, der Klassiker unter dem verwendeten Präsentationsmaterial sollte sitzen: Ihr Präsentationsmanuskript. (Lesen Sie dazu die Checkliste 2 - Präsentieren). Umfang und Aufbau werden von Ihrem Thema und dem gegebenen Rahmen abhängen. Achten Sie aber darauf, dass Ihr Manuskript Ihr Wanderstab ist, der Ihnen die Arbeit erleichtert - Ihr Manuskript darf kein Schutzschild sein, hinter dem Sie sich verschanzen. Da die Kundenorientierung zentral ist, sollte Ihr Manuskript allenfalls eine Gedankenstütze sein.

**Powerpoint.** Der richtige Umgang mit Präsentationsmedien ist ein eigenes Thema. Mittlerweile hat sich die Powerpoint-Präsentation durchgesetzt - und diese Form kann helfen, eine Gliederung sichtbar zu machen. Aber: Niemand möchte eine Präsentation von der Wand lesen. Eine gute Powerpoint-Datei rettet Sie nicht, wenn Ihre Themen- und Selbstpräsentation schlecht ist. Aber: Eine schlechte Powerpoint-Datei schadet Ihnen, sogar wenn Ihre Themenpräsentation gut ist. Weniger ist mehr.

**Übrigens.** Auch Ihre Stimme, Mimik, Gestik, Körperhaltung tragen zum Erfolg Ihrer Präsentation bei. Sie können all das trainieren - allerdings nicht anhand eines Buches oder Artikels. Wenn Sie merken, dass Sie an einem dieser Punkte unsicher sind, buchen Sie ein Seminar oder lassen Sie sich von einem Coach unterstützen. Ihre Wirkung jenseits Ihrer Worte ist von grosser Bedeutung - Sie können sie nur zum Teil kontrollieren, aber Sie können Ihren Beitrag zu dieser Wirkung trainieren. Der Vorteil guter Vorbereitung: Wenn Sie Ihr Thema gut vorbereitet haben, fällt es Ihnen leichter, sich auf diese Aspekte in der Situation zu besinnen und in vivo zu glänzen (oder zumindest besser zu werden).

#### **Achtung, fertig, los**

Das Gelingen Ihrer Präsentation hängt von vielen Faktoren ab, die in der Kürze dieses Beitrags nicht gebührend erörtert werden können. Deshalb hier eine kurze Übersicht, worauf es bei einer Präsentation ankommt.

**Steigen Sie stark ein.** Es mag formell klingen, aber alte Hasen wissen, dass eine angemessene Anrede des Zuhörers ein starker Türöffner ist. Machen Sie es kurz, aber öffnen Sie sich die Tür weit:

- Begrüssen Sie die Anwesenden, und bedanken Sie sich ggf. beim Einladenden.
- Verraten Sie Ihren Namen, den Ort Ihrer Tätigkeit, Institution, Ihre Qualifikation zum Thema (sofern angemessen).
- Nennen Sie das Thema,
- und stellen Sie kurz dar, wie Sie das Thema im Folgenden gliedern werden.
- Sollte das nicht bekannt sein, nennen Sie auch das Zeitfenster.

Mark Twain sagte nicht ohne Grund: «Eine gute Rede hat einen guten Anfang und ein gutes Ende - und beide sollten möglichst dicht beieinander liegen.»

**Machen Sie den Hauptteil unvergesslich.** Halten Sie sich jetzt an die Gliederung, die Sie selbst genannt haben. Und steuern Sie jede Ihrer Kernbotschaften an (siehe dazu Checkliste 1 - Präsentieren). Bauen Sie dabei alle Stilmittel ein, die Sie aus der Rhetorik kennen und mit denen Sie authentisch und souverän umzugehen vermögen - einige Beispiele:

- Stellen Sie eine Frage: «Warum ist das so?» Und geben Sie sich dann selbst die Antwort.
- Erzählen Sie eine Anekdote, die die Kunden zum Lachen bringt.
- Genehmigen Sie sich und anderen kurze Redepausen - damit Ihre Zuhörer das Gesagte verarbeiten können.
- Wecken Sie Assoziationen, und sprechen Sie in Bildern - das merkt man sich leichter.
- Setzen Sie in dem inhaltlichen Ablauf eine Interpunktion, indem Sie Ihr Thema mit Ihrer Körpersprache und Stimme untermalen - das fällt positiv auf Sie als Präsentator zurück.
- Bewahren Sie sich Ihr stärkstes Argument für den Schluss auf.

Ihr Publikum wird Ihnen allerdings Ihre ganzen schönen Teilthemen, Kernbotschaften, Argumente, rhetorischen Stilmittel nur dann von den Lippen lesen, wenn Sie zuvor den Kontakt hergestellt haben.

- Da Sie sich gut vorbereitet haben, kennen Sie Ihre Zuhörer so gut wie möglich.
- Jetzt müssen Sie herausfinden, ob Sie mit Ihren Hypothesen vom Zuhörer richtig liegen.
- Versuchen Sie zunächst, das Publikum auf Ihre Seite zu bringen. Stellen Sie Aufmerksamkeit sicher. Wie? Das müssen Sie beurteilen. Je nach Thema und Publikum tun das gut recherchierte Fakten, beeindruckende Neuigkeiten, amüsierende Geschichten.

- Halten Sie sich an Ihre Gliederung. Und halten Sie sich so kurz, dass Ihre Zuhörer Ihrer Gliederung folgen können. Sie sollten wissen, bei welchem Thema Sie sich gerade befinden.
- Achten Sie darauf, dass Sie den Stil Ihrer Zuhörer treffen. Arbeiten Sie eher mit Alltagssprache und einfachen Argumentationen? Oder möchten Sie durch gezielten Fachjargon Ihre Fachkenntnis zum Ausdruck bringen? Oder beeindrucken Sie ein gehobenes Publikum mit entsprechendem Detailgrad der Informationen?

**Feiern Sie das Ende.** Zum Ende zu kommen, ist eine Kunst für sich. Zelebrieren Sie das, indem Sie erst den Schluss ankündigen, ihn dann aber etwas hinauszögern. Was glauben Sie, wird von Ihrer Präsentation beim Zuhörer hängenbleiben? Steuern Sie, was beim Zuhörer hängen bleibt!

Nennen Sie in Ihrer Zusammenfassung noch einmal Ihre wichtigsten Argumente, Botschaften, Appelle. Sie wollten durch Ihre Präsentation Gemeinsames erreichen? Dann zeigen Sie am Schluss, dass Sie das erreicht haben, und nennen Sie die entsprechenden Punkte.

**Stopp - wir sind noch nicht am Ende.** Das Ende Ihrer Präsentation ist häufig noch nicht das Ende der Veranstaltung. Was zumeist folgt, ist die Möglichkeit der Zuhörer Fragen zu stellen. Freilich: Sie sind der Spezialist zu Ihrem Thema - das konnten Sie bereits zeigen; Ihr Thema hat bereits geleuchtet. Jetzt ist die Gelegenheit gekommen, Ihre Zuhörer in ihrem Glanz leuchten zu lassen. Belohnen Sie jede Frage und jeden Frager (die Hobbyreferenten und Besserwisser ausgenommen). Und verknüpfen Sie mit jeder Frage eine weitere Botschaft, die Ihr Auditorium mit nach Hause nehmen kann.

#### **Nachbereitung**

Besser werden wir nur, wenn wir den Mut und die Disziplin aufbringen, unsere Performance zu betrachten. Unzufriedene Zuhörer geben Ihnen selten Feedback. Deshalb fragen Sie sich selbst: Was kann ich beim nächsten Mal besser machen! Oftmals hören wir nach einer Präsentation von einem(!) Zuhörer: «Das war eine tolle Präsentation.» Freuen Sie sich darüber. Aber ruhen Sie sich darauf nicht aus.

#### **Produktetipp zum Thema**

- **Business Dossier PowerPoint 2003:**  
Beat D. Wyser, Dr. oec. HSG: So erstellen Sie im Handumdrehen erfolgreiche Präsentationen. Zürich, WEKA Verlag AG

## Checkliste 1:

### Die Kernbotschaften Ihrer Präsentation

#### Kernbotschaften

Mit einer Kernbotschaft bestimmen Sie selbst, was wichtig an Ihrem Thema ist. Bereiten Sie 3 bis 5 Vorteile und Besonderheiten Ihres Themas vor.

Achtung!

Weniger ist mehr: Sagen Sie so viel wie nötig und so wenig wie möglich.

**Was sind die 3 bis 5 wichtigsten Vorteile und Besonderheiten Ihres Themas?**

1. \_\_\_\_\_

2. \_\_\_\_\_

3. \_\_\_\_\_

4. \_\_\_\_\_

5. \_\_\_\_\_

Überspringen Sie diesen Punkt nicht. Legen Sie sich fest!

Welche Kernbotschaften lassen Ihr Thema im besten Licht leuchten?!

## Checkliste 2: Das Manuskript Ihrer Präsentation

Überzeugen können Sie mit Ihrer Präsentation nur, wenn Sie in Kontakt mit Ihrem Publikum sind.  
Ihre Zuhörer werden damit rechnen, dass Sie ein Manuskript vorliegen haben.  
Wichtig ist aber, dass Sie es nicht verlesen, sondern dass es Ihnen allenfalls als Gedächtnisstütze dient.

Folgende Punkte könnten hilfreich für die Erstellung Ihres Manuskripts sein.  
Prüfen Sie diese Liste, und übernehmen Sie nur die Punkte, die Ihnen wirklich hilfreich sind.

- Notieren Sie Ihre Punkte auf Karteikarten (DIN-A-6). Diese können Sie gut nutzen. Wenn Ihnen das nicht liegt, schreiben Sie ein entsprechendes Papier-Dokument, das aber pro Seite nur übersichtlich strukturierte Infos enthält.
- Nummerieren Sie die Karten/Seiten – falls Ihnen mal etwas durcheinander gerät, finden Sie sich schnell wieder zurecht.
- Beschreiben Sie die Karten/Seiten nur auf einer Seite – auch dann, wenn Sie umweltbewusst sind und ansonsten gern Papier sparen.
- Setzen Sie den Text in großer Schrift und nur in Stichworten.  
Sie sollten Ihren Gedankenstützen leicht folgen können.  
Man sagt: nicht mehr als 7 Informationseinheiten pro Seite (probieren Sie, ob das für Sie zutrifft).  
Vorformulierte Sätze bringen Sie garantiert aus dem Fluss Ihrer Präsentation.
- Aber: Sollten Sie bei Ihrer Vorbereitung merken, dass Ihnen Kernbotschaften (s. Checkliste 1: Die Kernbotschaften Ihrer Präsentation) nicht pointiert genug einfallen, so notieren Sie ausnahmsweise Kernsätze auch in voller Länge.
- Erinnern Sie sich selbst mit Unterstreichungen oder farbigen Markern. Mancher erinnert sich damit an eine pointierte Aussprache, jemand anders hilft sich mit Markierungen, einen bestimmten logischen Aufbau der Präsentation einzuhalten.
- ...