

COACH YOURSELF

# PRÄSENTIEREN MACHT SPASS

UND JEDER KANN ES LERNEN



MIT  
CHECKLISTE  
BRIEF  
YOURSELF!

[www.karinstiller.de](http://www.karinstiller.de)

**KARIN STILLER**  
HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT

COACH YOURSELF

# PRÄSENTIEREN MACHT SPASS

UND JEDER KANN ES LERNEN

[www.karinstiller.de](http://www.karinstiller.de)

KARIN STILLER

HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT

### **Impressum**

Autorin: Karin Stiller

[www.karinstiller.de](http://www.karinstiller.de)

1. Auflage Januar, 2014

ISBN 978-3-7322-9612-5

Copyright© 2014 Karin Stiller, Frankfurt am Main

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, in sozialen Portalen oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Autorin und deren Verlag reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Coverbild [www.istockphoto.com](http://www.istockphoto.com)

### **Grafik-Design, Satz und Typografie**

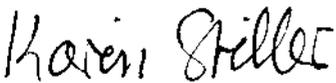
COMMTTOOLS! Design + Kommunikation

[www.commtools.de](http://www.commtools.de)

*Für Maxine und Julian*

## **DANKSAGUNG**

An diesem Buch haben indirekt viele mitgeschrieben, die das gar nicht wissen. Es ist die Essenz der Auswertung hunderter Präsentationen aus meinen Trainings wie aus Vorträgen versierter Redner, wobei die Trainingsteilnehmer, mit ihrer oft erfrischenden Kreativität und ihrem Mut Neues auszuprobieren, das meiste Material lieferten. Ich möchte ihnen, wie auch meinen Kollegen, die wertvolle Tipps zur Auswertung beisteuerten herzlich danken, allen voran Cora Weidner, deren Präsentationskompass® als Grundlage für die Gliederung des Buches ausschlaggebend war. Mein Dank geht auch an Silvia Moll und Susanne Dietzel, die durch ihre wertvollen Anregungen und Korrekturen dem Buch den letzten Schliff gaben.

A handwritten signature in black ink that reads "Karin Stiller". The script is fluid and cursive, with the first letters of "Karin" and "Stiller" being capitalized and prominent.

Karin Stiller

# INHALT

5 Danksagung

## **8 Einleitung**

8 Präsentationen sollen Spaß machen

## **12 Die Vorbereitung**

12 je kürzer die Präsentation, desto länger  
die Vorbereitung

12 Erster Schritt: Eigenes Ziel klären

13 Zweiter Schritt: Informieren über die Zielgruppe

14 Dritter Schritt: Zeitraum festlegen

15 Vierter Schritt: Präsentation strukturieren

15 Fünfter Schritt: Medien auswählen

15 Sechster Schritt: Räumlichkeiten vorbereiten

16 Siebter Schritt: Präsentieren üben

## **18 Das Thema**

18 Wie stehen Sie zum Thema?

20 Warum ist der Titel wichtig?

20 Wie wirkt man kompetent?

20 Durch klare Sprache macht man sich verständlich

21 Plausibel strukturieren mit der Fünf-Satz-Methode

22 Wie wende ich den Fünfsatz in meiner Präsentation an?

24 Die Cicero-Technik für das Gedächtnis – wie behalte ich alle  
wichtigen Punkte?

24 Die Magie der Worte – Visualisieren mit bildhafter Sprache

26 Prägnantes wird behalten

## **28 Die Medien**

28 Welche Medien passen wozu?

28 Der Raum als Bühne

29 Flipchart, Pinnwand, Tafel und Kreide

31 Laptop und Overhead

32 Neue Techniken

- 32 Der Assistent – zur Entlastung und Auflockerung
- 33 Weniger ist mehr! – Ein Bild in der Minute reicht.
- 36 Das haptische Medium ist das Stärkste

## **38 Die Zielgruppe**

- 38 Gelingen ist nur was ankommt
- 39 Die Begrüßung – warum ist sie so wichtig?
- 40 Wie macht man Zuhörer neugierig?
- 40 Positive Rückmeldung verleiht Anerkennung
- 41 Fragen sind genial!
- 42 Und wenn die Anderen fragen – Wie gehe ich mit kritischen Reaktionen um?
- 43 Mag jeder Humor?
- 44 Was ist Ihr Lieblingssinn?
- 46 Was brauchen die Zuhörer, um motiviert und aufnahmebereit zu sein?

## **52 Die Persönlichkeit**

- 52 Die persönliche Ausstrahlung – Kann man Charisma lernen?
- 55 Gründe gerne zu präsentieren
- 56 Freie Rede ist ein Muss
- 57 Die Person gehört in den Vordergrund!
- 58 Körpersprache
- 58 Die Stimme
- 59 Freundlicher Blickkontakt verbindet!
- 60 Was signalisiert sicheres Auftreten?
- 61 Kleider machen Leute und geben Sicherheit
- 61 Lampenfieber ist gut – bis zu einem gewissen Punkt
- 65 Störungen haben Vorrang und können gemeistert werden

## **68 Brief Yourself!**

- 74 Resümee
- 75 Literaturempfehlungen

# EINLEITUNG

## PRÄSENTATIONEN SOLLEN SPASS MACHEN

Gut präsentieren zu können ist eine Schlüsselqualifikation. Jeder kann es lernen und auch noch Spaß daran finden. Und was heißt gut? Gut heißt: Effektiv, überzeugend und aktivierend. Es ist eine Illusion zu glauben, die besten Argumente würden sich einfach so durchsetzen. Sie brauchen überzeugende Darstellung.

Die Anwendungsgebiete für Präsentationen sind vielfältig. Sie liegen im Management, im Vertrieb und in der Lehre. Führungskräfte, die als Projektleiter eine Arbeitsgruppe zum Erfolg führen oder Ziele vermitteln wollen, Mitarbeiter, die ihren Vorgesetzten eine Idee näher bringen möchten, Kundenberater, die für ein Produkt begeistern wollen, Prüflinge, die aufmerksame, zugewandte Zuhörer gewinnen möchten, Lehrkräfte aus Schule und Hochschule, die zum Mitdenken bei schwierigen Aufgaben animieren wollen – alle brauchen das Handwerkszeug für gelungene Präsentationen. Das Folgende basiert auf jahrzehntelanger Erfahrung in Präsentations- Führungs- und Kommunikationstrainings, Einzel- und Gruppencoachings. Das Teilnehmerspektrum reichte vom Abiturienten bis zum Bankvorstand. Die Analyse dieser Präsentationen und die neuesten Erkenntnisse zum Thema Ausstrahlung brachten mir brauchbare Antworten auf die Frage: Wie präsentiert man erfolgreich? Das Geheimnis guten Präsentierens liegt in bestimmten Verhaltensweisen und erlernbaren Fertigkeiten im Umgang mit passenden Medien. Der positive Effekt kleiner Gesten oder Worte kann überraschend groß sein, wie auch der Einsatz meist einfacher Mittel zum richtigen Zeitpunkt. Einiges erscheint auf den ersten Blick einleuchtend und ist sofort anwendbar. Anderes verfeinert sich erst beim häufigen Präsentieren. Wer präsentiert stellt sein Thema einer bestimmten Zielgruppe vor. Er arbeitet meist mit mindestens einem Medium und idealerweise in freier persönlicher Rede.

Thema, Zielgruppe, Medien und Persönlichkeit sind die Zauberwörter für gute Präsentationen. Die weitaus stärkste Wirkung auf die Zuhörer geht von der Person des Präsentierenden selbst aus. Unabhängig von Inhalt, Struktur und äußeren Bedingungen entscheidet die Ausstrahlung des Redners darüber, ob eine Präsentation wirklich überzeugen kann. Diese persönliche Wirkung ist natürlich auch „nur“ ein Produkt aus Verhaltensweisen. Die Verhaltenspsychologie hat allerdings herausgefunden, dass der persönliche Ausdruck auf sehr vielen oft in Sekundenbruchteilen gezeigten Verhaltensbausteinen beruht, sodass es schlichtweg unmöglich ist, diese alle bewusst verstandesgelenkt einzusetzen. Der Verstand ist zu langsam. Bevor man etwas in Worte fasst, hat man seine Meinung und seine innere Einstellung bereits über Gestik und Mimik kundgetan, ob man will oder nicht. Die Zuhörer haben feinste blitzschnell reagierende Sensoren dafür.

Wenn wir gerne präsentieren stellt sich positive Ausstrahlung wie von selbst ein. Unbewusst kreieren wir in kürzester Zeit ein überzeugendes, als angenehm empfundenen Mosaik aus positiv wirkenden Verhaltensweisen. In der Realität sieht das jedoch oft ganz anders aus. Wir erleben Präsentationen wie schwierige Prüfungen vor skeptischem Publikum und sind viel zu aufgeregt, um daran Spaß zu entwickeln. Im Gegenteil – man hat alle möglichen Befürchtungen, empfindet den Vortrag als lästige Pflicht und würde oft am liebsten einfach weglaufen. Die entsprechenden daraus resultierenden Verhaltensweisen sind alles andere als überzeugend.

Aus diesem Grund kann eine Präsentation, die keinen Spaß macht, nicht herausragend gut sein. Die ungünstige Geisteshaltung ist ansteckend und kann sich regelrecht auf die Zuhörer übertragen. Wir brauchen also eine positive innere Einstellung. Die beste Einstellung für exzellente Leistung lässt sich mit den Worten „wild entschlossen und spielerisch“ umschreiben. Bei guten Rednern kann man die Auswirkungen einer solchen inneren Haltung jedes Mal beobachten. Der Idealfall ist das glückliche Aufgehen im Tun, der „Flow“, der die Zuhörer mit einschließt und bereichert. Um diesen magischen Zustand zu erreichen, braucht man Wissen darüber, was Zuhörer wohlwollend stimmt und Tools, welche die innere Einstellung, am besten wie auf Knopfdruck, positiv polen. Verhaltenstipps, psychologisches Hintergrundwissen

insbesondere über die Zuhörer, mit deren Interesse letzten Endes alles steht und fällt.

Praktische Hinweise und mentale Übungen werden auf den nächsten Seiten Einsicht in die wesentlichen Bestandteile guter Präsentationen geben und Ihre Tool-Box komplettieren. Sie können alles von A bis Z durcharbeiten oder einzelne Stellen herausgreifen und sich mit dem Selbst-Briefing (auf den letzten Seiten des Buches) kurz vor wichtigen Präsentationen fit machen.



# DIE VORBEREITUNG

## JE KÜRZER DIE PRÄSENTATION, DESTO LÄNGER DIE VORBEREITUNG

Je weniger Zeit wir zur Darstellung eines Themas haben, desto passgenauer muss die Wahl der Unterthemen sein, desto prägnanter müssen die Begriffe sein und desto treffender die Beschreibungen. Um sozusagen die Essenz des Inhaltes heraus zu destillieren braucht man Zeit, wie bei einem guten Duft. Wir brauchen kein Rasierwasser, wir brauchen das Parfüm.

### **Erster Schritt: Eigenes Ziel klären**

Ein Bergsteiger plant seinen Aufstieg, indem er zuerst die letzte Etappe analysiert, dann die vorhergehende und so weiter. Genauso bereitet man sich auf eine Präsentation vor.

Wenn Sie ein vorgegebenes Thema erörtern sollen, informieren Sie sich genau über die Intention Ihres Auftraggebers. Sprechen Sie alles soweit ab, bis Sie das Gefühl haben wirklich zu wissen, worauf er hinaus will und versprechen Sie nicht zu viel. Missverständnisse können hier fatal sein. Das gilt für Prüfungen, wie im Arbeitsalltag. Mit Fragen kommt man zum Kern einer Präsentation.

### **Fragen Sie sich:**

- Was möchte ich erreichen?
- Was soll die Präsentation bei meinen Zuhörern auslösen – was sollen sie danach wissen, bedenken, fühlen oder tun?
- Worauf will ich hinaus?
- Was ist mein Resümee?
- Wie kann ich meine Botschaft in drei Sätzen zusammenfassen?

## Zweiter Schritt: Informieren über die Zielgruppe

„Ich habe ein fantastisches Konzept für meine Präsentation. Vor drei Wochen waren die Leute ganz begeistert. Und gestern haben sie nur gegähnt – ich verstehe das nicht.“ Ähnliche Aussagen bekommt man in Coachings immer wieder zu hören. Eine Präsentation, die bei einer Gruppe bestens ankommt, kann bei einer anderen völlig daneben gehen. Gleiche Argumente können völlig unterschiedlich aufgenommen werden, je nach Interesse. Oft wird außer Acht gelassen, dass letzten Endes die Zuhörer darüber entscheiden, wie überzeugend man ist und dass die Zuhörerschaft sehr unterschiedlich reagieren kann, je nach Interessen, Vorwissen und Lebenswelt. Es gilt sich vorher so gut wie möglich über eine Gruppe zu informieren.

### Fragen Sie sich:

- Was verbindet mich mit der Zielgruppe?
- Was unterscheidet mich vom Publikum?
- Was mag ich an den Zuhörern?
- Was sind die Erwartungen und Wünsche dieser Zielgruppe, was mögen sie – wie kann ich das erfahren?
- Wie alt sind sie?
- Wo und wie leben sie?

Natürlich kommt es auch oft vor, dass wir zum Beispiel als Kundenberater oder als Lehrende vorher so gut wie nichts über die Gruppe herausbekommen können. Dann gilt es am Anfang stärker auf das Publikum einzugehen mit Fragen zu den Erwartungen und Stimmungen. Nehmen Sie die Erwartungen der Zuhörer als wertvolle Hinweise ernst.

Für alle Zuhörer gilt, dass von unserem Denken und Meinen bis zur positiven und nachhaltigen Annahme des Gesagten auf der anderen Seite eine „Informationsverlusttreppe“ existiert. Von dem, was ich denke, geht meist einiges verloren, wenn ich es in Worte packe. Weiterhin wird das, was ich sage oft nicht in allen Einzelheiten gehört, zum Beispiel weil die Zuhörer gerade gedanklich abschweifen oder von anderen Dingen im Raum abgelenkt werden. Wenn Sie etwas gehört haben, dann ist es noch lange nicht von Jedem verstanden worden. Verstandenes wird obendrein nicht zwangsläufig akzeptiert. Wenn wir etwas

*„Es ist nicht die Stimme, die den Verlauf einer Geschichte bestimmt, sondern das Ohr.“*  
*Italo Calvino*