

## Präsentation und Rhetorik: Nichts Neues seit 2.500 Jahren?

Demosthenes, Cicero & Co hatten keine Datenprojektoren. Aber sonst? Schließlich sind die Menschen immer noch dieselben (leider), oder? Unverändert stehen die drei Säulen der Überzeugungskunst: Logik, Emotion und persönliche Glaubwürdigkeit. Richtige Inhalte mit entsprechendem Engagement präsentiert, das wirkt nach wie vor.

Tatsächlich hat sich aber doch einiges geändert: wir können nicht mehr nur zuhören, wir erwarten „Entertainment“, wir wollen was sehen - auch in der geschäftlichen Präsentation. „Klassische“ Rhetorik ist eine notwendige, aber keine hinreichende Voraussetzung. Dieser Forderung stellen wir uns - in Seminaren, in Coachings – und auch in dieser Präsentationspraxis.



### Mit TANGO zum (Überzeugungs-)Ziel – ganz harmonisch!

**Ein Paar beim Tango – ein faszinierendes Bild für das Kräftespiel im Überzeugungsprozess. Und wesentlich positiver, als das („männliche“) Gleichnis vom Kampf mit dem Gegner**

Claudyne Wilder ist eine der bekanntesten US-amerikanischen Präsentationsberaterinnen. Ihre TANGO-Prinzipien für den Überzeugungserfolg:

- Tension:** Die richtige Distanz zum Partner entscheidet. Spannung muss spürbar, darf aber nicht überwältigend sein
- Attitude:** Die eigene Einstellung, also die Zuversicht und der Wille, etwas zu verkaufen bzw. jemand zu überzeugen
- Near AND far:** der Wechsel zwischen Nähe und Entfernung. Konkret: Sehr intensiv hinterfragen oder auch argumentieren – aber sich dann bewusst zurücknehmen, dem Partner Raum lassen
- Generate Emotions:** Wir müssen begeistern. Aber wer andere bewegen will, muss sich auch selbst bewegen! Und für das eigene Engagement ist man schon selbst verantwortlich!
- Open:** Offen für die Reaktion des anderen ist nur, wer genau beobachtet, zuhört und nicht schon die Antwort formuliert. Daher: Beobachtungen ansprechen “Sie scheinen etwas nachdenklich – welche Informationen brauchen Sie noch?”

In diesem TANGO müssen zwar SIE die Führungsrolle übernehmen – ein wirklich harmonischer Erfolg wird das Ganze aber nur, wenn Sie auch die Energie des Partners wirken lassen!

Die Einbeziehung der Zuhörer ist in jeder Kommunikationssituation entscheidend – besonders intensiv behandeln wir das im „Der Sichere Weg zum JA!“ (Selling to Groups)



### Glasklar oder vollflächig-farbig? Beides geht – aber ...

**„Welchen Hintergrund wählen?“ Das ist eine der am häufigsten gestellten Fragen an uns Präsentationstrainer. Und es gibt keine eindeutige Antwort!**

- 1. Je dunkler der Raum, desto dunkler der Hintergrund:** in einem Kinosaal würde eine weiße Fläche zu stark blenden. Je mehr „Arbeitsatmosphäre“, desto einfacher.
- 2. Je mehr „Bilder“, desto klarer.** Eine Bullethead-Präsentation braucht manchmal schöne, satte Farben, um noch erträglich zu wirken. Wer aber Fotos, Diagramme, Cliparts ... einbaut, verliert bald die Freude am Hintergrund, weil man die Bilder ohnedies freistellen muss (mit weißen Rechtecken hinterlegen).
- 3. „Hintergrund“ bedeutet „GRUNDIERUNG“ daHINTER.** Wichtig ist, was davor bzw. darauf steht, nicht der Hintergrund selbst. Daraus ergeben sich zwei Warnungen:
  - Bildhafte Hintergründe (Fotos, Landkarten, Marmor ...) dürfen weder ablenken, noch die Lesbarkeit beeinträchtigen
  - Keine dominanten Bildelemente, die Platz wegnehmen
- 4. Testen!** Erstellen Sie in dem von Ihnen geplanten Design drei einfache Folien: Ein Textchart (z.B. die Inhaltsübersicht), ein Diagramm (z.B. Umsatzentwicklung) und ein Foto (z.B. ein Produkt). Diese drei Folien projizieren Sie unter realen Bedingungen. Und dann entscheiden Sie!

Die richtige Hintergrundgestaltung ist ein Thema unserer 1-tägigen Kurz-Workshops „Slides that win“ und „Die Hi-Tech-Präsentation meistern“.



## Flop-Garantie für Präsentatoren

**Absturz-bloß nicht!!!**

**Karriere-Stop dank Präsentations-Flop – mit Garantie! Überzeugende Präsentationen sind heute eine Erfolgsvoraussetzung. Aber vielleicht wollen Sie gar nicht aufsteigen, sondern deutlich zeigen, dass Sie auf Karriere keinen Wert legen?**

„Normale“ Todsünden für Präsentatoren bearbeiten wir in unserem Klassiker „Sicher präsentieren – wirksamer vortragen“. Individuelle Problemstellungen sind Thema der „Meisterklasse: Prägnanter präsentieren!“

Es ist verhältnismäßig einfach, durch eine geschickte Präsentationsstrategie alle Aufstiegschancen zu zerstören – insbesondere in internationalen Konzernen:

- 1. Reduzieren Sie die Vorbereitungszeit!** Dann können Sie auch kaum Fragen der Zuschauer beantworten. Damit haben Sie die Null-Wertung bei Glaubwürdigkeit und Kompetenz schon in der Tasche.
- 2. Machen Sie Ihre Präsentation verwechselbar!** Das ist heute, dank sei PowerPoint, wirklich ganz einfach.– Eine mutige Alternative ist der Einsatz von 16,8 Millionen Farben und möglichst vieler ClipArts unter gleichzeitigem Verzicht auf professionelles Design.
- 3. Quetschen Sie soviel wie möglich auf jede Folie!** Betrachten Sie leere Quadratzentimeter als vergeudete Chancen und versuchen Sie, den aktuellen Rekord von 200 Worten pro Folie zu brechen.
- 4. Verwenden Sie ALLE technischen Effekte!** Damit retten Sie auch gute Präsentationen in letzter Sekunde vor dem drohenden Erfolg. Zeigen Sie, dass Sie alle Animationsmöglichkeiten Ihrer Software wirklich beherrschen!

Präsentationserfolg ist also vermeidbar und eine tolle Chance, die eigene Karriere zielsicher abzubremsen!



## Kräftiges Finale – nicht einfach (ver-)enden!

**Präsentationen werden professioneller – man investiert in Vorbereitung. In zielgruppenorientierte, saubere Logik, in ein-leuchtende Hilfsmittel, in einen zügigen Start. Für die letzte Phase der Präsentation bleibt oft zu wenig Energie.**

Die persönliche Wirkung in kritischen Phasen ist nicht nur im Präsentations-training ein zentrales Thema, sondern auch in der „Rhetorischen Kraftkammer“ und in verkaufsorientierter Weise im „Der Sichere Weg zum JA!“ (Selling to Groups)

Ein kräftiges Finale zahlt sich aus – der letzte Eindruck bleibt!

- 1. Zusammenfassen – das “Fazit”:** Kündigen Sie klar und deutlich an, dass Sie jetzt „zusammenfassen“. Tun Sie es wirklich – also die wichtigsten Aussagen in drei, vier Sätzen wiederholen.
- 2. Kein “Danke für Ihre Aufmerksamkeit!”** Besser, „Ask for something!“ Das erste ist eine Floskel, die den Schlusspunkt signalisiert. Gewagter aber ungleich stärker sind Schlusspunkte der Zuversicht oder klare Aufforderungen: „Ich bitte Sie, das bei Ihrer Entscheidung zu berücksichtigen!“
- 3. Applaus aushalten – oder zur Fragerunde überleiten:** Bei Vorträgen oder größeren Präsentationen können Sie mit Applaus rechnen – Ihr Publikum will Ihnen danken, laufen Sie nicht davon! - Bei Präsentationen im kleinen Rahmen gehen Sie dagegen sofort „über die Brücke“ zur Diskussion: „Dazu haben Sie sicherlich einige Fragen. Wir haben dafür ... Minuten, was interessiert Sie besonders?“

All das ist nicht schwer – aber verlassen Sie sich auf eines: Im Stress (oder in der Erschöpfung oder Euphorie) der Abschlussphase fallen Ihnen die optimalen Sätze sicherlich nicht ein. Die müssen Sie schon vorher formulieren!

**Papier sparen  
Präsentationspraxis  
per email abonnieren!**

## Fragen, Ideen, Tipps .....

... schreiben, faxen oder mailen Sie uns bitte, Sie erhalten rasch Antwort!

**Eigentümer, Herausgeber und Verleger:** HPS GmbH.

**Verantwortlicher Redakteur:** Dr. Emil Hierhold

**Adresse:** HPS Hierhold Presentation Services GmbH, A-1070 Wien, Mariahilfer

Straße 32 **Tel:** 01-2162730-12, **Fax:** DW 33, **E-mail:** emil.hierhold@hps.co.at

Ihr persönliches Gratis-Abonnement bestellen Sie bitte bei headoffice@hps.co.at:

mit dem Betreff „Präsentationspraxis Post“ und Ihrer Anschrift im Text (falls Sie

Ihr Exemplar per Post erhalten wollen). Oder mit dem Betreff „Präsentationspraxis

email“ – dann senden wir Ihnen bei jeder neuen Ausgabe den link zum download.

Diese Ausgabe und alle bisherigen Tipps finden Sie auch auf [www.hps.co.at](http://www.hps.co.at)

