

Erfolgs-Wissen

**333 Tipps:
Wie Sie
großartige Ideen
großartig
präsentieren!**

von

Reiner Kreuzmann

... aus meiner Wissens-Datenbank

Wie Sie großartige Ideen großartig präsentieren!

Guten Tag,
sehr geehrter Schönherr-Kunde!

Sie halten unseren neuen Schönherr-Ratgeber für professionelles Präsentieren mit Flip-Charts in den Händen. Damit haben Sie den schnellen und direkten Zugriff auf das komprimierte Wissen rund um dieses Thema und können damit Ihre großartigen Ideen auch stets großartig präsentieren.

Auf über 80 Seiten haben wir für Sie aus der Fülle der täglichen Informationen sowie aus zahlreichen Seminaren, aus vielen Management-Büchern, Fachzeitschriften und natürlich aus unseren eigenen Erfahrungen die besten Tipps, Ideen und Anregungen herausgefiltert und in diesem Ratgeber zusammengetragen. Nutzen Sie jetzt die Vorteile dieser einmaligen Wissens-Datenbank für Ihre Präsentationen und Vorträge.

Ihre Vorteile des Schönherr-Ratgebers liegen auf der Hand ...

- Sie können den Ratgeber als Inspiration für Ihre Präsentationen nutzen,
- Sie profitieren von dem komprimierten Know-how des Spezialisten,
- Sie erhalten praktische Checklisten für Ihre Vorträge,
- Sie können den Ratgeber als Schulungs-Unterlage nutzen und
- natürlich noch vieles, vieles mehr ...!

Wir freuen uns, wenn Sie schon bald möglichst viele Tipps und Ideen aus diesem Ratgeber für Ihre Präsentationen umsetzen können.

Viel Erfolg beim Präsentieren!

*Herzliche Grüße aus Seevetal,
Ihr Schönherr-Team!*

Inhalts-Verzeichnis

A

AIDA-Formel.....	79
Argumentation	74

B

Begrüßung	35
-----------------	----

D

Die 100 unausgesprochenen Fragen eines Kunden	80
--	----

E

Einfach-Strategie	18
Eröffnung	33

F

Flip-Chart.....	1
Folge-Maßnahmen umsetzen	46
Formulierungen	47

G

Gehirn-gerechte Kommunikation.....	11
Glaubwürdigkeit	20
Gliederung	21

H

Handout.....	50
Haupt-Teil.....	37

L

Lampenfieber	52
Logik	75

M

Manuskript.....	48
Medien-Auswahl.....	32

N

Nachbereitung der Präsentation	56
--------------------------------------	----

P

Pannen	55
Pausen.....	39
Präsentationen.....	7
Präsentations-Aufbau.....	9
Präsentations-Kosten	51
Präsentations-Raum.....	29
Präsentations-Zeit.....	31
Pünktlichkeit.....	31

R

Rede-Training	59
Redner-Pult	60
Redner-Training-Check-Liste.....	61
Rhetorik	64

S

Schluss-Teil	43
--------------------	----

T

Tisch-Flip-Chart.....	5
Titel.....	36

Ü

Überleitungen.....	38
Überzeugen statt überreden.....	67

V

Verkaufen.....	76
Visualisierung	13
Vorbereitungs-Check-Liste.....	22
Vortrag	49

W

Wahrheit	19
Wiederholung.....	20
Worte	69

Z

Ziel-Gruppe.....	84
Zitate,Aphorismen & Witze.....	19
Zwischen-Fragen	40

- **Flip-Chart**

Das Flip-Chart ist das wichtigste Präsentations-Medium, das sich in idealer Weise zur Ergänzung von Präsentationen am Overhead-Projektor oder am Computer eignet. Diese Medium gehört zur Standard-Ausrüstung guter Präsentations- und Konferenz-Räume.

Die Vorteile des Flip-Charts:

- **Die Bilder können individuell auf die betreffende Situation abgestimmt werden.**
- **Der Zuhörer kann nachvollziehen, wie schwierige Zusammenhänge „live“ entwickelt werden.**
Am Flip-Chart entwickelte Hand-Skizzen prägen sich dem Zuhörer viel besser ein als vorgestanzte Hochglanz-Folien.
- **Bilder am Flip-Chart können ohne Mühe verändert oder ergänzt werden.**
- **Das Flip-Chart eignet sich hervorragend,** um einleitend die Gliederung der Präsentation zu erläutern. Die Gliederung kann dann während des Vortrags dauernd (*daher Dauer-Medium*) im Blickfeld der Teilnehmer bleiben. Die detaillierten Inhalte präsentieren Sie mithilfe Ihrer Haupt-Medien Overhead-Projektor oder Computer.
- **Die Blätter können abgerissen und aufbewahrt werden.**
- **Sie können vorbereitete oder teilweise vorbereitete Texte und Schaubilder präsentieren, verändern und ergänzen.**
- **Sie können vorbereitete oder beschriebene Flip-Chart-Bögen im Raum aufhängen und so einen komplexen Gedanken-Gang dokumentieren.**
- **Sie können Ideen eines Brainstormings oder Diskussions-Beiträge rasch festhalten.**
- **Eine Flip-Chart ist leicht zu transportieren und überall aufstellbar.**

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Flip-Chart**

Fortsetzung ...

- **Unterlagen können vorher vorbereitet oder** während der Präsentation entwickelt werden.
- **Nebeneinanderhängen mehrerer Charts** ermöglicht die Darstellung von Entwicklungs-Phasen.

Mögliche Nachteile des Flip-Charts:

- **Das Flip-Chart ist als Ergänzungs-Medium,** weniger als Haupt-Medium geeignet.
- **Bei größeren Gruppen von mehr als** 30 Teilnehmer ist das Medium nicht mehr geeignet.
- **Ungeübte Vortragende erleben die Arbeit am** Flip-Chart häufig als schwierig, weil die Persönlichkeit ungeschützt den kritischen Blicken ausgesetzt ist und die Anschriebe oft unangenehme Pausen mit sich bringen.
- **Das Format der Charts ist relativ klein,** daher bedarf die Einteilung des vorhandenen Schrift-Raums einiger Übung.
- **Das Löschen des geschriebenen ist gar nicht** möglich und Überschreiben/Korrigieren ist nur durch Überkleben möglich.

Tipps zur Gestaltung der Blätter:

- **Beschränken Sie sich maximal auf 7 Zeilen** pro Chart.
- **Jedes Chart benötigt eine Überschrift.**
- **Planen Sie Leer-Blätter zum Abdecken ein.**
- **Kariertes Papier erleichtert sauberes** Anschreiben: Klein-Buchstaben: mindestens ein Karo, Groß-Buchstaben: mindestens 2 Karos.
- **So einfach und verständlich wie es nur geht.**
- **Wählen Sie gute Kontrast-Farben** (*Schwarz als Grund-Farbe, Rot als Signal-Farbe*).
- **Schreiben Sie mit möglichst nur mit zwei** Schrift-Größen.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Flip-Chart**

Fortsetzung ...

- **Verwenden Sie während des Vortrags nur gute Filzstifte.**

Praxis-Tipps:

- **Heften Sie Ihre Gliederung an eine Pinnwand,** damit Ihre Flip-Chart für weitere Aufzeichnungen nicht „blockiert“ ist.
- **Stellen Sie die Flip-Chart so auf, dass jeder Teilnehmer Ihre Aufzeichnungen problemlos lesen kann.**
- **Sprechen Sie nur dann, wenn Sie Blick-Kontakt zum Publikum haben.**
- **Schreiben Sie nicht mir der Spitze, sondern mit der Breitseite der Filz-Stifte.** Sie erreichen so eine eindrucksvollere Schrift, wenn Sie den Stift mit der ganzen Filzkante gleichmäßig auf das Papier setzen und den Stift beim Schreiben dann nicht mehr drehen.
- **Halten Sie Ober- und Unter-Längen kurz.** So sparen Sie Platz, ohne die Lesbarkeit zu verringern. Ihr Schrift-Bild wirkt außerdem klarer.
- **Schreiben Sie in Klein- und Groß-Buchstaben.** Damit unterstützen Sie die typischen Lese-Gewohnheiten Ihres Publikums. Die Teilnehmer Ihrer Präsentation können sich leichter orientieren.
- **Symbole einsetzen. Jeder ehrgeizige Präsentator** sollte über ein Grund-Repertoire von Symbolen verfügen. Ein klares Symbol spart Ihnen viele Worte und prägt sich Ihrem Publikum viel besser ein.
- **Wenn ein Thema abgeschlossen ist, drehen Sie die betreffende Seite um.** Denken Sie an Leer-Blätter als Zwischen-Blätter wenn Sie verschiedene Charts bereits vorbereitet haben, damit nicht während der Überleitung schon am Thema gelesen wird und die Teilnehmer Ihnen nicht mehr zuhören.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Flip-Chart**

Fortsetzung ...

- **Stellen Sie sich beim Erklären der Seite neben das Flip-Chart.** Nehmen Sie möglichst keinen Zeigestock zur Hilfe, denn dieser wirkt hier „gestelzt“ und zugleich belehrend. Nutzen Sie Ihre dem Medium zugewandte Hand mit einem Kugelschreiber.
- **Stellen Sie das Flip-Chart so auf, dass es Ihnen nicht im Weg ist, aber dennoch problemlos benutzt und, wenn nötig, auch verschoben werden kann.**
- **Einleitung – Pause – Vorführung – Pause – Diskussion/Entgegennahme von Vorschlägen.**
- **Ein kleiner Moderatoren-Koffer mit Filzstiften, Kärtchen, Nadeln, Klebstoff usw.** erleichtert es Ihnen zu improvisieren, falls die vorhandene Ausstattung in dem Präsentations-Raum mangelhaft ist.
- **Verborgene Merkhilfen nutzen.**
Sie können Ihren Flip-Chart-Bogen mit dünnen Bleistift-Strichen präparieren, ohne dass die Zuhörer dies wahrnehmen. Es ist beispielsweise hilfreich, am Rand der Bögen Stichworte, Argumente, Überleitungen und andere Kern-Informationen zu notieren, damit Sie nichts vergessen.
Wenn Sie Struktur-Bilder oder technische Zeichnungen anfertigen wollen, können Sie diese ebenfalls in der Grund-Struktur vorbereiten.
- **Falls Sie ein beim Kunden oder im angemieteten Präsentations-Raum vorhandenes Flip-Chart einsetzen wollen, vergewissern Sie sich, ob genügend Papier vorrätig ist.** Es ist ziemlich wahrscheinlich, dass Ihr mitgebrachtes Papier nicht in die dortige Halterung passt.
(Es sei denn, Sie kaufen das Flip-Chart-Papier von Schönherr, denn dort bekommen Sie es mit einer Universal-Lochung !)
- **Spielen Sie nicht mit dem Stift herum,** sondern legen Sie ihn auf das Gestell zurück.

- **Tisch-Flip-Chart**

Der Star Ihrer Präsentationen

... handlich und leicht mitzunehmen,
... mit einem Griff aufgestellt –
... mit einem Griff umgeblättert !
... Hervorragend geeignet für Präsentationen bis
ca. fünf Personen.

So sind Sie jederzeit präsentationsbereit.

Tragbare Flip-Chart-Mappe gibt es im A4- und A3-

Format: ... so machen Sie Ihre Zuhörer zu aktiven
Teilnehmern !

Verkaufen Sie Ihre Informationen noch

eindrucksvoller: Denn mit diesem exklusiven
Informations-Träger beeindrucken Sie bei Kunden-
Gesprächen, auf Messen, Seminaren,
in Personal-Abteilungen, in Verkaufs-Räumen oder in
Meetings schon von der ersten Sekunde an.

Tisch-Flip-Charts sind sofort einsatzbereit:

einfach aufklappen, aufstellen und präsentieren.
Sicherer Stand bei Präsentationen und fester Halt beim
Transport durch einen praktischen Klett-Verschluss.

**Tisch-Flip-Charts gibt es auch mit einer großen
Sonder-Ausstattung:**

- Besonders edle Qualität (*hochwertiges Kunstleder mit Kalbsnarbung, von echtem Leder kaum zu unterscheiden*). Extrem strapazierfähig und langlebig!
- Rundum-Reißverschluss
- A4-Schreibblock
- 4-Ring-Mechanik
- Kugelschreiber-Schlaufe
- Einsteck-Fächer für Ihre Unterlagen und Visiten-Karten
- Trage-Griff
- Einschließlich 10 Klarsicht-Hüllen (*erweiterbar auf 100 Hüllen*)

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Tisch-Flip-Chart**

Fortsetzung ...

Tipps für den Einsatz von Tisch-Flip-Charts:

- **Entfernen Sie vor der Präsentation alle Blätter**, die Sie nicht brauchen. Überblättern Sie einige Seiten in Gegenwart des Publikums, erweckt das den Eindruck, Sie wollten etwas verbergen.
- **Bei Blättern in Klarsicht-Hüllen besteht die Gefahr** von Spiegelung auf den Folien, die Ihre Darstellungen unleserlich machen. Achten Sie in diesem Fall auf die Beleuchtung, und vergewissern Sie sich bei den Teilnehmern, dass alles lesbar ist.
- **Stellen Sie das Tisch-Flip-Chart am besten seitlich** von sich auf und benutzen Sie zum Zeigen nicht die Finger, sondern einen Kugelschreiber oder einen Zeigestab.

Extra-Service:

Um sich auf Präsentationen noch besser vorzubereiten, können Sie jetzt im Internet unter: www.schoernherr.de unter der Rubrik „*Tipps & News*“ den neuen und hochinteressanten 19seitigen Ratgeber: „*Die 7 Tipps für Ihren Präsentations-Erfolg*“ gratis downloaden.

Weitere Informationen über Tisch-Flip-Charts und Zubehör finden Sie im Internet unter www.schoernherr.de

- **Präsentationen**

Die meisten Präsentationen und Vorträge laufen nach dem Prinzip der Ein-Weg-Kommunikation ab: Sie senden Informationen an Ihre Zuhörer, die jedoch nicht direkt reagieren. Daher sollten Sie den Zuhörern, die in der „*passiven*“ Rolle sind, einiges bieten:

- klare Argumentation
- „*spannende*“ Inhalte (*Dramaturgie*)
- wertvolle Informationen (*Fakten*)
- und natürlich zugleich eine gute Unterhaltung

Es hängt also einzig und allein von Ihnen ab, ob Ihre Zuhörer „*dranbleiben*“ oder ob sie abschalten. Sie haben das Steuer in der Hand und sind derjenige, der Sicherheit vermittelt und Unsicherheit abbauen kann.

Präsentieren Sie nur 20% Ihres Wissens, und halten Sie 80% zurück.

Wenn Sie 100% von dem, was Sie wissen, präsentieren, dann werden Sie bei der ersten Frage verblüfft dastehen. Reservieren Sie sich die 80% für zusätzliche Erklärungen, sofern diese erforderlich sind.

Jeder Vortrag und jede Präsentation wird mit einer gebundenen Dokumentation gewichtiger und überlebt den meist kurzen Eindruck länger.

Die Schönherr-Binde-Mappen erfüllen ihren Zweck, schnell, praktisch und sehr repräsentativ. Besonders mit den edlen Buchbinde-Systemen schaffen Sie in kurzer Zeit eine sehr hochwertige Präsentation.

In Kombination mit PowerPoint bringen Sie die gleichen Grafiken Ihrer Beamer-, Overhead- oder (*Tisch-*) Flip-Chart-Präsentation wirkungsvoll und ohne viel Mehrarbeit zu Papier.

Professionell gestaltete Präsentationen

werden immer wichtiger zur Image- und Kompetenz-Darstellung im Wettbewerb.

Nicht wer die Leistung bringt, gewinnt, sondern nur der , der seine Leistung am besten präsentiert !

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Präsentationen**

Fortsetzung ...

Ein wesentlicher Teil jeder Spitzen-Leistung

ist die gekonnte Darstellung der überzeugenden speziellen Leistung. Das heißt im Klartext:

Speziell verträgt sich nicht mit allgemein !

Und das bedeutet wiederum,

dass eine professionelle Präsentation maßgenau auf die Aufgabe und Lösung zugeschnitten sein muss.

Ihre Chance liegt in der Lösung der zentralen Probleme

Ihrer Kunden, die Ihre Wettbewerber nicht lösen wollen

oder können. Und genau hier liegt für Sie die

entscheidende Chance.

- **Präsentations-Aufbau**

Jedes Thema hat seine eigene innere Logik, und unterschiedliche Zielsetzungen beeinflussen natürlich den Aufbau einer Präsentation. Es gibt Muster-Strukturen, an denen Sie sich orientieren können.

Hier finden Sie einige Gliederungs-Vorschläge für Ihre Praxis:

1. Produkt-Neuheit vorstellen

- Warum ich als Kunde das Produkt kaufen würde (*zentrale Botschaft !*) ?
- Was sind unsere Ziele bei der Entwicklung ?
- Wie sieht die derzeitige Markt-Situation aus ?
- Vorteile des Produkts / Innovationen
- Welche Grundbedürfnisse (*Motive*) werden hier angesprochen ?
- Kosten-Nutzen-Analyse
- Welche Verkaufs-Strategie verfolgen wir ?

2. Projekt-Zwischenbericht liefern

- Das ist das wesentliche Ergebnis (*zentrale Botschaft !*)
- Was war unsere Zielsetzung ?
- Wie waren unsere bisherigen Schritte ?
- Was waren die Probleme und ihre Ursachen ? Gab es welche ?
- Was haben wir daraus gelernt ?
- Wo stehen wir heute ? (*Ziel-Erreichung, Kosten*)
- Wie geht es weiter ?
- Was sind die nächsten Schritte ?

3. Strategie-Vorschlag

- So ist es heute ! (*Ist-Situation*)
- Vision (*zentrale Botschaft = Soll-Situation !*)
- Diese Ziele leiten sich daraus ab:
 - Was sind die Wege zum Ziel ?
 - Welche möglichen Alternativen gibt es ?

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Präsentations-Aufbau**

Fortsetzung ...

Weiter zu 3. Strategie-Vorschlag

- Welche Maßnahmen werden wir ergreifen ?
- Dramatisierung: Was geschieht, wenn wir nicht handeln ?

4. Betriebs-Versammlung

- Tages-Ordnung
- Kritische Erfolgs-Faktoren in der Zukunft
(*zentrale Botschaft !*)
- Was wurde bisher erreicht ?
Ergebnisse, Umsatz, Gewinn, Innovationen,
Strukturen
(*Forschung, Entwicklung, Produktion, Vertrieb,
Marketing, Verwaltung*)
- Was sind die Schwerpunkte für das nächste Jahr ?

5. Schulung

- Das sind die Ziele (*zentrale Botschaft*)
- Der rote Faden
- Themen 1 – 3
- Wiederholen
- Übungen

6. Unternehmen vorstellen

- Warum es sich lohnt, unser Kunde zu sein/unser Mitarbeiter zu werden !
(*Die zentrale Botschaft !*)
- Was waren/sind unsere wichtigsten Erfolge in den letzten Jahren (*Umsatz, Mitarbeiter-Zahl etc.*) ?
- Was ist unser Kerngeschäft ?
- Was sind unsere Produkte und Innovationen ?
- Was ist unsere Erfolgs-Geschichte ?
- Was zeichnet uns aus ?
- Zusammenfassung (*zentrale Botschaft !*)
- Ausblick in die Zukunft

Fazit:

Eine wirkungsvolle Präsentation sollte überzeugende und stets unterhaltende Elemente kombinieren !

- **Gehirn-gerechte Kommunikation**

Der Begriff „*gehirn-gerecht*“ beschreibt ein Vorgehen (*denken, lernen, sprechen, lesen, schreiben, aktiv zuhören*), das der Arbeits-Weise des Gehirns entspricht. Eine Information, die wir lesen oder hören (*zum Beispiel in einem Vortrag oder in einem Verkaufsgespräch*), die nicht gehirn-gerecht ist, löst in uns folgende Reaktion aus: Langeweile, Widerspruchs-Energie, Frustration, Ungeduld, Zorn, das Gefühl „*Ich bin zu blöd dazu*“ oder den Eindruck, die Thematik sei schwierig (*oder zu trocken*).

Ist eine Botschaft aber *gehirn-gerecht*, dann ist sie auch kurzweilig, Sie verstehen sie, Sie haben gute Gefühle dabei, und Sie finden das Thema interessant. Früher hat man uns oft eingeredet, Theorie sei trocken und es sei die Aufgabe des Lernenden, sich darum zu bemühen, diese trockene Theorie irgendwie zu verstehen. Hingegen trifft eher zu: Es gibt keine trockene Theorie, sondern es gibt nur trockene Theoretiker, als da sind: Professoren, Dozenten, Lehrer, Chefs, Kunden-Berater und Eltern.

Um eine Botschaft *gehirn-gerecht* zu übermitteln, muss der Sender es dem Empfänger ermöglichen, sich ein „*Bild*“ zu machen. Dies kann durch tatsächliche Abbildungen, (*Fotos, Diagramme, Zeichnungen*) geschehen – oder indem Sie „*mit Worten Bilder malen*“, das heißt: Fall-Beispiele, Metaphern oder Analogien verwenden.

Tipp: Wenn Sie selber Botschaften versenden oder präsentieren, dann denken Sie bitte daran: Je klarer Ihre eigenen Vorstellungen sind, desto leichter wird es Ihnen fallen, im Kopf der Hörer oder Leser „*Bilder*“ zu erwecken. Und umgekehrt: Wenn Sie als Leser (*oder Hörer*) Botschaften erhalten, dann schaffen Sie bewusst „*Bilder*“ in Ihrem Geist. Wenn Ihnen das nicht gelingt, dann stellen Sie Fragen !

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Gehirn-gerechte Kommunikation**

Fortsetzung ...

Die Inhalte Ihrer Präsentation sind so anzuordnen, dass Ihr Zuhörer die Botschaft leicht aufnehmen, verarbeiten und behalten kann. Geht man von der einfachsten formalen Struktur einer Präsentation aus, so ist es sinnvoll, die folgenden Empfehlungen sowohl für die Anordnung der Abschnitte (*Haupt-Gliederungs-Punkte*) als auch für die Reihenfolge der Informationen innerhalb eines einzelnen Abschnitts zu beachten:

1. Das Bekannte vor dem Neuen
2. Das Einfache vor dem Schweren
3. Das Konkrete vor dem Abstrakten
4. Das Allgemeine vor dem Besonderen
5. Das Problem vor der Lösung
6. Bei drei Argumenten: Erst das zweitbeste, dann das schwächere, zum Schluss immer das stärkste.

Übrigens:

Der Begriff „*gehirn-gerechte Kommunikation*“ stammt von Vera F. Birkenbihl, eine wahre Expertin auf dem Gebiet der Kommunikation !

- Visualisierung

Visualisieren Sie Ihre Aussagen zusätzlich noch durch optische Hilfsmittel wie Displays, Plakate, Bilder, Folien oder Modelle. „*Visualisierung*“ bedeutet, sich etwas Abstraktes als Bild vorzustellen, so dass es einem „*vor Augen steht*“. Reden ist Silber, zeigen ist Gold !

Wenn Sie eine Sache nur in Worten beschreiben, dann kann sich die rechte Gehirnhälfte kein Bild machen. Diese einkanalige Botschaft wird oft nicht verstanden und meistens auch nicht dauerhaft abgespeichert. *(Das Kurzzeit-Gedächtnis und die Informations-Menge setzen natürliche Grenzen !)*

Schritte der Visualisierung:

1. Welche Informationen sollen visualisiert werden ?
(Zerlegen Sie Ihre Botschaft in gehirngerechte Häppchen !)
⇒ Informationen auswählen !
2. Was ist das Wichtigste für meine Aussage ?
⇒ Inhalt reduzieren !
3. Was ist die geeignete Darstellungs-Form für meine Aussage ? ⇒ Reduzierten Inhalt darstellen !

Beachten Sie dabei folgende Grund-Regeln:

- Inhalte gehen vor Show.
(Aber um die Botschaft zu vermitteln, brauchen Sie oft eine wirkungsvolle Show.)
- Wichtig ist die Übersichtlichkeit der Präsentation.
- Nutzen Sie optische Anker-Reize.
(Symbole, Unterstreichungen, Kästchen etc.)
- Vollständig ist etwas, von dem man nichts mehr weglassen kann.
- Lieber keine als eine schlechte Visualisierung.
- Und vor allen Dingen geben Sie sich Mühe, gestalten Sie mit Liebe zum Detail !

Hermann Scherer, erfolgreicher Management-Trainer und Autor, schreibt in seinem Buch „*Die Sprache des Erfolgs*“ folgendes über die Visualisierung: Oftmals hängen Entscheidungen davon ab, wie sehr unser Gegenüber davon überzeugt ist und wie wertvoll oder kostenintensiv das Vorgehen für den jeweiligen Partner ist.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Visualisierung**

Fortsetzung ...

Um komplexe Zusammenhänge nachvollziehbar und verständlich zu machen, ist es notwendig, diese durch mehrere Faktoren (*das Aufteilen von Summen, die Zergliederung von Argumenten*) in Einzel-Segmente zu zerlegen. Das ist für den Lern- und Verständnis-Prozess des Zuhörers entscheidend. Ohne eine sinnvolle Aufgliederung einzelner Argumentations-Bestandteile beziehungsweise Preis-Segmente können Ihre Zuhörer nicht folgen – insbesondere bei Preis-Gesprächen.

Durch visuelle Unterstützung können Qualität und Wirkung Ihrer Präsentation nachhaltig verbessert werden. Dabei ist Visualisierung darauf ausgerichtet, bestimmte Inhalte Ihrer Präsentation in Bildform darzustellen.

Wozu visualisieren ?

Eine zielgerichtete Visualisierung erleichtert Ihnen:

- Aufmerksamkeit und Interesse zu wecken und zu erhalten,
- die Kern-Botschaft Ihrer Präsentation nachhaltiger zu verankern,
- Ihren Zuhörern eine „*Gedächtnis-Stütze*“ zu bieten,
- den Bezug-Rahmen und die innere Struktur Ihrer Ausführungen zu verdeutlichen,
- Zusammenhänge besser herzustellen,
- sprachliche Ausführungen verständlicher zu machen,
- konkrete Realität abzubilden, zu symbolisieren und zu simulieren,
- kompetent und professionell aufzutreten,
- komplizierte Vorgänge und Prozesse zu erklären,
- wichtige Aussagen hervorzuheben.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- Visualisierung

Fortsetzung ...

Emil Hierhold schreibt in seinem Buch

„Sicher präsentieren- wirksamer vortragen“:

Eine Studie, die am Wharton Institute for Applied Research der University of Pennsylvania durchgeführt wurde, beweist eindringlich, wie wichtig der Einsatz visueller Hilfsmittel ist, bei gleichem sachlichem Inhalt !

- Bei Einzel-Entscheidungen siegt der Präsentator, der visuelle Hilfsmittel verwendet, in 66% der Fälle.
- Bei Gruppen-Entscheidungen in 72% der Fälle.
- Der Einsatz visueller Hilfsmittel erhöht die Wahrscheinlichkeit einer Entscheidung von 58% auf 79%.
- Visuelle Hilfsmittel verkürzen die durchschnittliche Länge der Konferenz um 28%.

Zusätzlich wirkt der Präsentator nicht nur überzeugender, sondern – laut Befragungs-Ergebnis – Glaubwürdiger, sicherer und besser vorbereitet. Alles gute Gründe, sich nicht nur auf das Wort zu verlassen.

Diese Ergebnisse wurden durch eine weitere Studie der University of Minnesota erhärtet und sogar erweitert: Die Überzeugungskraft ein und derselben Präsentation erhöht sich bei Einsatz visueller Hilfsmittel um 43% !

Bildhaft vermittelte Inhalte werden besser vermittelt als konkrete oder abstrakte Wörter, und zwar sowohl kurzfristig als auch langfristig. Diese Wirkung gilt für einfache wie auch für komplizierte Inhalte.

Was soll ich visualisieren ?

Bevor Sie die Charts gestalten und den Ablauf optimieren, ist zu überlegen, was sie visualisieren wollen.

Mindestens sollten Sie an den Stellen visualisieren, wo neue, wichtige und schwierige Sach-Zusammenhänge vorgestellt werden und wo eine Visualisierung aus dramaturgischen oder psychologischen Gründen geboten erscheint. Die erarbeiteten Kern-Informationen geben Ihnen zusammen mit der Gliederung Ihrer Präsentation ein praktikables Raster, mit dem Sie die Bildschirm-Inhalte festlegen können.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- Visualisierung

Fortsetzung ...

Mögliche Charts im einleitenden Teil

- **Titel-Folie:**
Sie beinhaltet Thema, Name des Referenten, Ort und Datum. Je nach Szenario können diese Elemente ergänzt werden durch den Namen des Kunden, Firma und „*Herzlich willkommen !*“
- **Chart mit einem „Aufhänger“:**
Für die Visualisierung bieten sich zum Beispiel Cartoons, Sinnsprüche oder Zitate an, die einen thematischen Bezug haben.

Mögliche Charts im Haupt-Teil

Lassen Sie sich auch hier bei der Gestaltung der Bildschirm-Inhalte von dem gesamten Spektrum multimedialer Möglichkeiten inspirieren. Je nach Thema, Ziel und Struktur-Plan des Haupt-Teils kommen recht unterschiedliche Inhalte für die Visualisierung in Frage. Bei Kunden-Präsentationen verdienen die folgenden Punkte besondere Aufmerksamkeit:

- Kern-Kompetenzen und Referenz-Objekte,
- Produkt-Palette im Überblick,
- Positionierung des Unternehmens am Markt,
- Leitbild, Ziele und Strategie des Unternehmens,
- Der besondere Nutzen und Zusatz-Nutzen für den Kunden,
- Wesentliche technische und sonstige Produkt-Merkmale,
- Reale und geplante Prozess-Abläufe,
- Operative Schritte im Falle der Zusammen-Arbeit,
- Forschungs-Ergebnisse,
- Zahlen, Statistiken, Trends,
- Zahlen-Werke, die während der Präsentation zu verändern sind,
- Video-Clips zum Beispiel zur Firma, zu Referenz-Objekten oder zu neuen Technologien.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Visualisierung**

Fortsetzung ...

Mögliche Charts im Schluss-Teil

- Fazit (*Text-Chart mit den 4 bis 5 Highlights/Kern-Aussagen*),
- Ausblick/Appell,
- Als Einstieg in die Diskussion:
Text-Chart „*Welchen Fragen sind entstanden ?*“ oder
Chart mit Firmen-Logo im Zentrum der Folie.

Achten Sie bei der Auswahl und Entwicklung

der Charts insbesondere auf drei Aspekte:

1. Sind die Bilder wirklich geeignet,
Ihre Kern-Botschaft zu visualisieren ?

Passen die Bilder zur Erwartungs-Haltung und zu den
Vor-Kenntnissen des Zuhörer-Kreises ?

2. Inwieweit sind die Bilder in der begrenzten
Präsentations-Zeit zu vermitteln ?

Merke:

Der Mensch ist ein „*Augentier*“.

Er nimmt 75% aller Informationen über die Augen auf !

- **Einfach-Strategie**

Nichts ist einfacher,
als sich schwierig auszudrücken:
und **nichts** ist schwieriger,
als sich einfach auszudrücken !

Schon Laotse, der chinesische Weise,
sagte bereits im 4. Jahrhundert vor Christus:
*„Alle schwierigen Dinge haben ihren Ursprung
im einfachen und große Dinge im Kleinen !“*

Übrigens:

Ein Modell ist eine Vereinfachung von Komplexität
bis es verständlich wird.

Und bereits Goethe sagte:

Was kann die Wahrheit dafür,
dass sie so einfach ist ?

Eine visuelle Botschaft, die kurz, knapp, einfach
und leicht verständlich ist, hinterlässt einen bleibenden
Eindruck.

Merke:

Genie ist die Fähigkeit,
das Komplizierte auf das Einfache zu reduzieren !

Ein wichtiger Lehrsatz lautet:

1. Sage es einfach !
2. Sage es einfach !
3. Sage es einfach !

- Zitate, Aphorismen & Witze

Hier einige hilfreiche Internet-Adressen:

- www.dasgrossez.de

Zitate, Aphorismen, Sprüche, Meinungen und Reden können in dieser Such-Maschine gesucht werden.

Ganz eilige verschicken das Zitat gleich per E-Mail. Ein wirklich toller Service !

- www.aphorismen.de

„Einen Aphorismus soll man nicht mehrfach lesen, um ihn einmal zu verstehen, sondern einmal lesen und mehrfach verstehen.“

“Aphorismen“ hält auf einer klar strukturierten Seite über 20.000 Einträge bereit. Suchen kann man nach Themen, Stichworten oder Autoren. Finden kann man Volksweisheiten, Sprichwörter oder Bauern-Regeln: *“Der Papst und der Bauer wissen mehr als der Papst allein.“* Wie gesagt, nur einmal lesen, mehrfach verstehen.

- www.witze.ch

Auf dieser interaktiven Witz-Datenbank finden Sie Witze aus nahezu allen Kategorien und eine monatliche Hitparade.

- Hochinteressante Ratgeber mit weiteren Tipps, Ideen und Anregungen erhalten Sie auch unter www.schoenherr.de, dort unter Tipps & News.

- Wahrheit

Mit Ihren Worten können Sie lügen,

mit Ihrem Körper nicht !

Kommunikations-Profis erkennen anhand Ihrer Körpersprache auf einen Blick,

ob Sie die Wahrheit sagen oder nicht.

Als wahrheitsliebender Redner haben Sie es besser:

Während Sie die Wahrheit sprechen, fühlen Sie sich innerlich wohler, weil Sie frei von der Leber weg sprechen können. Die Rede-Situation wird für Sie leichter.

Fazit:

Wenn das, was ich sage, nicht stimmt, dann wird mein Körper mich verraten !

- **Wiederholung**

Der Erfolgs- und Motivations-Trainer Nikolaus B. Enkelmann aus Königstein hat die positive Wirkung der Wiederholung in sieben Punkten zusammengefasst:

- 1. Erst durch die Wiederholung wird Wissen verdaut** und damit zum praktischen Handeln.
- 2. Das persönliche Können nimmt zu.**
Mit der gleichen Energie werden immer größere Mengen der gleichen Arbeit bewältigt.
- 3. Die einzelnen Abläufe werden immer besser** synchronisiert.
- 4. Das Niveau unserer Leistung verbessert sich** qualitativ. Wir werden sicherer und zuverlässiger.
- 5. Jede Wiederholung setzt Energien frei,** die sich als Gedankenblitze äußern.
Es entwickelt sich Kreativität.
- 6. Das Fingerspitzen-Gefühl entwickelt sich.**
Das Unterbewusstsein arbeitet immer präziser.
Das Anpassungs-Vermögen wächst.

Der Mensch entwickelt eine hohe Beherrschung seiner Fähigkeiten. Sicherheit und Überzeugungs-Kraft wachsen.

Fazit:

Die Macht der Wiederholung hat eine große Wirkung auf die Zuhörer !

- **Glaubwürdigkeit**

Unser Haupt-Überzeugungs-Mittel ist unsere Gesinnung, das heißt unsere Glaubwürdigkeit.
Nur wenn wir von dem, was wir sagen, absolut überzeugt sind, erst dann können wir auch andere wirklich überzeugen. Wenn wir Vertrauen in unsere Sache zeigen, dann wecken wir auch Vertrauen bei unserem Publikum.

Ihr Publikum ist von Ihnen überzeugt und glaubt an Sie, wenn Sie sichtbare, vorzeigbare, ins Gewicht fallende und für das Unternehmen wichtige Ergebnisse haben.

- **Gliederung**

Eine Präsentation besteht aus drei Teilen:

- Eröffnung (*Begrüßung*)
- Haupt-Teil
- Abschluss (*Aufforderung zur Tat*)

Erarbeiten Sie das Präsentations-Skript.

- **Günstig: DIN A5-Papier**
- **Blätter nummerieren, einseitig beschriften,**
Stichworte sowie Hinweise auf Folien / Medien
- **Bei Computer-Präsentation:**
Gliederungs-Übersicht der Folien ins Stichwort-
Konzept integrieren.

Geben Sie Ihrem Vortrag einen roten Faden,
bei dem ein Argument aus dem anderen erwächst
und eines auf dem anderen logisch aufbaut.

- **Vorbereitungs-Check-Liste**

Ohne Vorbereitung kein gutes Ergebnis !

Würden Sie eine mehrtägige Bergtour in Angriff nehmen, ohne vorher Ihre Ausrüstung genau überprüft, die Landkarte und die Wetterlage studiert, ohne sich gebührend vorbereitet zu haben ?

Würden Sie sich zu einem Springreiten anmelden, wenn Sie nicht reiten können ?

Würden Sie sich vom Sprungbrett ins Schwimmbecken stürzen, wenn Sie nicht schwimmen gelernt hätten ?

Kein vernünftiger Mensch tut so etwas !

Sonderbarerweise aber halten es viele für unter ihrer Würde, sich auf die Begegnung mit einem Mitarbeiter oder Kunden, auf eine Besprechung oder Konferenz gründlich vorzubereiten. Sie glauben, wenn sie sich vorbereiten, dann würden sie nicht mehr „spontan“ und „natürlich“ wirken. Dies stimmt natürlich, wenn man unter *natürlicher Wirkung*“ den kläglichen Anblick eines nach Worten ringenden Stotterers versteht. Ob eine solche „*Natürlichkeit*“ beim Zuhörer oder Publikum erwünscht ist, ob sie die Wirkung dessen, der wirken möchte, erhöht – darüber braucht man sich wohl nicht lange zu unterhalten ...!

Für viele Unternehmen sind Jahres-Tagungen das wichtigste Instrument, um die Mitarbeiter anzuspornen und auf neue Projekte einzustimmen. Wie die Fachzeitschrift „*Wirtschaft & Weiterbildung*“ berichtet, bleibt jedoch das Ergebnis dieser Veranstaltungen oft hinter den Erwartungen des Managements zurück. Für diese Miss-Erfolge sein in erster Linie eine unprofessionelle Organisation verantwortlich. Als häufigste Fehler werden eine schlechte Tagungs-Dramaturgie sowie ungeeignete Hotels genannt.

Stefan Wachtel, Senior Coach bei der Repräsentanz für Medien- und Management-Trainer Expert in Frankfurt, appelliert:

In der Politik wie auch in Unternehmen, stehen Köpfe für Visionen, Erfolge und Fehlschläge. Das war früher so und das gilt auch heute noch in der Wirtschaft, in der die verantwortlichen Präsentatoren Kunden, Geschäfts-Partner, Mitarbeiter und andere Interessen-Gruppen von ihren Strategien überzeugen müssen – und das am besten in Person.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Vorbereitungs-Check-Liste**

Fortsetzung ...

Doch eine solche Präsentation muss gekonnt sein, sonst werden Glaubwürdigkeit und Image geschädigt. Deshalb sollten Sie den folgenden Rat beherzigen: Jede Stellungnahme oder jeder Vortrag vor einem Auditorium muss gut vorbereitet sein und professionell ablaufen, egal, ob dieser Auftritt hausintern oder vor einer breiteren Öffentlichkeit stattfindet. Eine gute und systematische Vorbereitung macht 80% des Erfolges aus.

Mit Check-Listen erledigen Sie die Routine-Arbeit ganz souverän, denn nicht immer können Sie alles im Kopf haben.

Woran Sie bei der Vorbereitung einer Präsentation denken müssen:

- **Termin:**
 - Ist der Termin mit allen abgestimmt ?
- **Beginn / Ende:**
 - Liegen die Uhrzeit und die Länge genau fest ?
- **Ort:**
 - Ist der Ort richtig gewählt ?
(zum Beispiel Erreichbarkeit, Reise-Kosten, Park-Plätze etc.)
 - Stehen genügend Übernachtungs-Möglichkeiten für Auswärtige zur Verfügung ?
- **Einladung:**
 - Ist die Einladung rechtzeitig herausgegangen
(zum Beispiel vier Wochen vor der Veranstaltung) ?
 - Enthält Sie Informationen über Ort, Termin, Beginn / Ende und den Inhalt der Veranstaltung ?
 - Anfahrts-Skizze beifügen.
 - Ist der Referent wirkungsvoll angekündigt ?
 - Ist ein Antwortschein oder eine Antwortkarte beigefügt ?

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Vorbereitungs-Check-Liste**

Fortsetzung ...

- **Raum / Räume:**

- Steht ein geeigneter Raum zur Verfügung ?
- Größe im Verhältnis zur Teilnehmer-Zahl ausreichend wählen, aber nicht zu groß, sonst kommen sich die Teilnehmer verloren vor.
- Ist der Raum hell genug und ausreichend klimatisiert ?
- Wie sieht die Gestaltung des Raums aus ?
- Ist sie einladend oder eher abschreckend ?
- Wie sieht die Belüftung aus ?
- Wie laut ist die Klima-Anlage ?
- Stellen Sie sicher, dass jeder Teilnehmer einen freien Blick auf die Leinwand hat und die Charts auch in den hintersten Reihen noch lesbar sind. Lassen sie Referenten-Tisch und Redner-Pult so anordnen, dass Sie nicht im Projektions-Strahl stehen. Bei Beamer-Präsentationen sollte das Notebook nach Möglichkeit seitlich in der Nähe des Referenten-Tischs/Redner-Pults aufgebaut sein, damit Sie die Tastatur bei Bedarf im Zugriff haben.

- **Präsentations-Technik / -Material:**

- Ist ein Overhead-Projektor vorhanden und eine vernünftige Leinwand ?
- Gibt es Flip-Charts und Ersatz-Blöcke, Tafeln oder Pinn-Wände ?
- Sind Folien, Stifte oder Pinn-Wand-Karten und Pinn-Nadeln in ausreichender Zahl vorhanden ?
- Bringen Sie zur Sicherheit mit: ein Verlängerungs-Kabel mit Mehrfach-Stecker; eine normale Maus für den Fall, dass die Infrarot-Maus ausfällt; einen Laser-Pointer mit Ersatz-Batterie, Lautsprecher-Boxen für den Fall, dass Sie Video- oder Ton-Sequenzen einspielen; Netzkabel für das Notebook.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Vorbereitungs-Check-Liste**

Fortsetzung ...

- **Präsentations-Technik / -Material:**
 - **Machen Sie sich mit dem Data-Projektor** vertraut: Scharf-Einstellung, Zoom, Black-Screen-Funktion, Stand-By-Funktion, Maus-Funktion, Laser-Pointer. Stellen Sie sicher, dass die Auflösung von Data-Projektor und Bildschirm kompatibel sind.
- **Gibt es eine Baustelle im Hause oder in der Nachbarschaft, deren Lärm oder Schmutz stören könnte ?**
- **Bewirtung:**
 - Stehen Getränke im Raum zur Verfügung, oder soll nur während der Pausen etwas zu sich genommen werden ?
 - Bei Veranstaltungen, die über den ganzen Tag andauern: Wie steht es mit der Möglichkeit, zügig zu essen (*Buffet statt Menü, ausreichend Bedienung etc.*) ?
 - Sind überall Aschenbecher verfügbar ?
- **Schild vor dem Seminar-Raum postieren,** wann die nächste Pause ist.
- **Schild „Bitte nicht stören“ an der Tür anbringen.**
- **Controlling:**
 - Wer macht das Controlling ?
 - Welche Kosten sind für die Veranstaltung eingeplant ?
 - Was für ein Budget steht zur Verfügung ?
- **Störungs-Quellen vorher ausschalten:**
 - Prüfen Sie, ob das Telefon im Präsentations-Raum abgestellt ist .
 - Hinweis: „*Handys bitte ausschalten !*“

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Vorbereitungs-Check-Liste**

Fortsetzung ...

Ergänzen Sie diese Check-Liste, so dass sie auf Ihre individuelle Präsentation passt. Denken Sie auch daran, Kleinigkeiten zu planen. So manche Präsentation ist durch vergessene Kleinigkeiten für den Vortragenden zum Alptraum geworden.

Kleinigkeiten, die Sie nicht vergessen sollten:

- Reichlich Visiten-Karten
- Reserve-Birne für den Overhead-Projektor (*Beamer*)
- Zeigestab
- Messer
- Tisch-Namens-Schilder
- Schere
- Ein leeres stabiles Blatt Papier zum Abdecken
- Ein Satz Folien-Schreiber
- Ein Satz Pinn-Wand-Stifte
- Tesa-Film / Tesa- Krepp
- Ersatz-Papier für die Flip-Charts
- Namens-Schilder
- Foto-Kamera mitnehmen. (*Die Schnapp-Schüsse eignen sich optimal als Kontakt-Aufhänger !*)

Bringen Sie Ihre Aufgaben in eine sinnvolle zeitliche Abfolge. Überlegen Sie deshalb genau, was Sie unbedingt selbst tun müssen und was andere für Sie erledigen können.

Markieren Sie diese Aufgaben besonders und kontrollieren Sie von Zeit zu Zeit, wie die Arbeits-Fortschritte sind, damit Sie keine unliebsamen Überraschungen erleben.

Listen Sie zu jeder Aufgabe wichtige Details auf. Sie stellen dadurch sicher, dass Sie (*oder Ihre Mitarbeiter*) nichts Entscheidendes vergessen.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Vorbereitungs-Check-**
Liste

Fortsetzung ...

Wichtige Fragen für Ihre Vorbereitung auf einen Blick:

Was:

1. Zuhörer-Analyse
2. Erwartungen
3. Haupt-Zielsetzung
4. Was will ich erbringen ?
5. Welches Material habe ich zur Verfügung ?
6. Was muss ich neu erarbeiten ?
7. Was will ich erreichen ?

Womit:

1. Womit will ich anfangen ?
2. Womit möchte ich enden ?
3. Womit kann ich die Zuhörer gewinnen ?
4. Womit kann ich arbeiten ?

Wie:

1. Wie will ich vorgehen ?
2. Wie will ich überzeugen ?
3. Wie sieht meine Strategie aus ?
4. Wie sehen die Höhepunkte aus ?
5. Wie kann ich Einwänden begegnen ?

Wann:

1. Genaues Datum
2. Uhrzeit
3. Bis wann muss das Manuskript fertig sein ?
4. Bis wann müssen die technischen Hilfsmittel installiert sein ?
5. Arbeits-Hilfsmittel anfordern
6. Wann muss ich beginnen ?

Vermeiden Sie durch eine optimale Vorbereitung vorhersehbare und absehbare Missgeschicke.
Je gründlicher die Vorbereitung ist,
desto geringer wird die Pannen-Gefahr !

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Vorbereitungs-Check-**
Liste

Fortsetzung ...

Ein wichtiger Hinweis noch:

Damit Ihr Vortrag oder Ihre Präsentation stets einen positiven Eindruck hinterlässt, achten Sie darauf, wie sie die Stimmung Ihrer Zuhörer optimal beeinflussen. Denn die Stimmung hinterlässt einen noch stärkeren Einfluss als Ihre Worte.

Fazit:

80% des Erfolges einer Präsentation ist die gute Vorbereitung ! Erfolg brauch Ideen und Methodik.

- **Präsentations-Raum**

Merkmale für den Präsentations-Raum:

- **Steht ein geeigneter Raum zur Verfügung ?**
- **Größe im Verhältnis zur Teilnehmer-Zahl**
ausreichend wählen, aber nicht zu groß,
sonst kommen sich die Teilnehmer verloren vor.
- **Ist der Raum hell genug und ausreichend**
klimatisiert ? (*Wie sieht es mit der Lüftung aus ?*)
Welche Geräusche entstehen dadurch ?
- **Wie sieht die Gestaltung des Raums aus ?**
Wer ist dafür verantwortlich ?
- **Ist sie einladend, elegant, inspirierend oder**
eher abschreckend ?
- **Früh anreisen !**
Prüfen Sie Bestuhlung, Licht-Verhältnisse,
Verdunkelungs-Möglichkeit.
- **Sorgen Sie dafür, dass die eingesetzten Medien**
funktionsfähig sind und dass alle Teilnehmer eine gute
Sicht haben.
- **Checken Sie, dass die Folie mit der kleinsten**
Schrift auch von der letzten Reihe gelesen werden
kann.
- **Lassen Sie Referenten-Tisch und Redner-Pult so**
anordnen, dass Sie möglichst nicht im Projektions-
Strahl stehen.
- **Notebook / Computer möglichst seitlich**
in der Nähe des Referenten-Tisches aufbauen,
so dass Sie die Tastatur bei Bedarf im Zugriff haben.
- **Bringen Sie zur Sicherheit ein Notfall-Kofferchen**
mit: schwarze und rote Filzstifte für Flip-Chart,
weiße Kärtchen, Blanko-Folien und Folien-Stifte.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Präsentations-Raum**

Fortsetzung ...

- **Machen Sie sich mit dem Data-Projektor vertraut:**
Scharf-Einstellung ? Zoom ? Black-Screen-Funktion ?
- **Beim Tageslicht-Projektor: Wo ist der Schalter ?**
Wie wird das Bild scharf eingestellt ? Referenten-Tisch links neben dem Projektor ! Zeige-Hilfe ?
Feste Plätze für Manuskript, Folien, Unterlagen ... !
- **Üben Sie das Handling !**
- **Zur Sicherheit Verlängerungs-Kabel mit**
Mehrfach-Stecker mitbringen, Ersatzbatterie für
Laserpointer, Netzkabel für das Notebook.
- **Stellen Sie sicher, dass die Auflösung von Data-**
Projektor und Bildschirm kompatibel ist.
- **Checken Sie, wer im Saal die Verdunkelung,**
den Dimmer, den fest installierten Beamer bedient.
Wer hilft bei Bedienungs-Problemen ?
- **Bei Mikrofon: Wo ist der Schalter ?**
- **Ist die Uhr zur Zeit-Kontrolle während des**
Vortrags gut sichtbar ?
- **Spielen Sie die gesamte Dramaturgie**
des Vortrags durch: Wo sprechen Sie die Einleitung ?
Wo bewegen Sie sich ?
Wo stehen Sie, um die Charts einzublenden ?
- **Weitere Merkmale: Raum-Klima ?**
Namens-Schilder ? Getränke ? Garderobe ?
Sind Hinweis-Schilder notwendig,
damit alle Teilnehmer den Raum finden ?
- **Schalten Sie den Bildschirm-Schoner aus.**
- **Mit welcher Tasten-Kombination sehen Sie**
gleichzeitig das Bild auf dem Notebook und an der
Leinwand ?
- **Schalten Sie die Batterie-Spar-Funktion aus.**

- **Präsentations-Zeit**

Beachten Sie folgende Faust-Regel zur Aufteilung der Präsentations-Zeit:

- etwa 15 Prozent für den Einleitungs-Teil,
- etwa 75 Prozent für den Haupt-Teil und
- etwa 10 Prozent für den Schluss-Teil.

- **Pünktlichkeit**

Wer zu spät kommt,

der wird, ohne dass Sie Ihre Rede unterbrechen, durch eine Handbewegung auf einen noch freien Platz verwiesen. Das muss „*nebenbei*“ vor sich gehen:

Sie werden doch einem zu spät kommenden Störer nicht noch eine besondere Aufmerksamkeit zukommen lassen. Schließlich hat er in der nächsten Pause noch genug Zeit, sich bei Ihnen zu entschuldigen.

- **Medien-Auswahl**

Entscheidungs-Kriterien für die Auswahl der Medien. Prüfen Sie anhand der folgenden Kriterien, welche Medien für Ihr Szenario und Ihre Ziel-Setzung in Frage kommen:

- **Eignung für die Ziele und Inhalte**
(*Computer sind günstig bei: Multimedia, virtuellen Darstellungen, Animationen, Veränderung von Daten während der Präsentation ...*)
- **Eignung für Ihre Ziel-Gruppe und Branche**
(*Bleiben Sie bei den Medien, die den Zuhörern vertraut sind.*)
- **Eignung für die Image-Bildung**
(*Zu High-Tech-Unternehmen passen High-Tech-Medien.*)
- **Eignung für didaktische Varianten**
(*Neben Computer-Präsentationen oder Folien-Präsentationen mindestens ein Flip-Chart als Dauer-Medium.*)
- **Eignung für die Inter-Aktion**
(*Traditionelle Medien haben hier Vorteile im Vergleich zu Multimedia.*)
- **Eignung für die eigene Persönlichkeit**
- **Eignung für den Präsentations-Raum**

Medien-Gestaltung ist zu 10% Kreativität und zu 90% harte Arbeit: Sie haben unendlich viele Möglichkeiten, Ihre Rede oder Präsentation zu überfrachten. Darum: Reduzieren Sie, wo immer es geht ! Überprüfen Sie gründlich, ob eine gute Idee nicht von einer bombastischen Umsetzung erschlagen wird.

Überblick der wichtigsten Medien:

- Computer / Notebook und Data-Projektor
- Tageslicht-Projektor oder Dia-Projektor
- Beamer
- Video-Einschübe
- Flip-Chart oder Tisch-Flip-Chart
- Ergänzende Medien: Tisch-Vorlagen, Pinnwand, reale Gegenstände u.a.

- **Eröffnung**

Mit der Einleitung bzw. Eröffnung nehmen Sie Ihre Zuhörer gewissermaßen an die Leine.
Haben Sie diese erst einmal dort,
dann werden Ihre Zuhörer Ihnen überallhin folgen.

Der erste Schritt sollte in jedem Fall die

- Begrüßung der Zuhörer
- und Vorstellung der eigenen Person sein.

Damit Ihre Teilnehmer wissen, wo es „langgeht“,
beinhaltet der zweite Schritt der Eröffnung den
„Fahrplan“, das heißt die

- **Nennung von Anlaß, Thema und Ziel**
der Veranstaltung,
- **Haupt-Gliederungs-Punkte der Präsentation mit**
Nennung der Präsentatoren (*wenn mehrere*).
- **und den zeitlichen Ablauf mit Nennung der**
Pausen und Bekanntgabe des „*Verpflegungs-*
Planes“.
- **Gegebenenfalls kündigen Sie Teilnehmer-**
Unterlagen an.

Im letzten Schritt der Eröffnungs-Phase machen Sie
Ihre Teilnehmer neugierig auf das Thema und
provozieren eine gespannte Erwartung auf Ihre
Präsentation.

Dies erreichen Sie, indem Sie:

- **Fragen stellen**
An den Anfang einer Präsentation gehört eine Frage,
die Neugierde erweckt und die im Halbschlaf
dahindämmernden Zuhörer mit einem Schlag
erschüttert und aufrüttelt. Zum Beispiel:
Ich stelle mir vor, dass Sie sich schon folgende
Fragen gestellt haben ...
(*Fragen regen zum Mitdenken an.*)
- **Persönliche Betroffenheit herstellen**
(*Was hat Ihr Teilnehmer mit dem Thema
der Präsentation zu tun ?*)

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Eröffnung**

Fortsetzung ...

- **Persönlichen Nutzen aufzeigen**
(*Was habe ich als Teilnehmer davon, dass ...*)
- **Provozieren**
(*Dies könnte zum Beispiel das Aufstellen einer gewagten These sein.*)

Beachten Sie den Zeit-Rahmen:

Sie sollten höchstens zwei bis drei Sätze zu jedem Punkt Ihrer Einleitung sagen.

Folgende Fehler sollten Sie zu Beginn Ihrer Rede

bzw. Präsentation unbedingt vermeiden:

Auf keinen Fall sollten Sie beginnen mit:

- Entschuldigungen,
- langen Einleitungen,
- Selbst-Erwärmung,
- fischen nach Komplimenten,
- ichbezogenen Eigenüberlegungen,
- Rechtfertigungen, weshalb Sie reden,
- Unterwürfigkeit,
- „Guten Morgen“ (um 11.30 Uhr),
- negativen Anfängen („Ich werde heute nicht ...“)
oder falschen Versprechungen
(„Ich werde versuchen, mich kurz zu fassen.“).

Wenn Sie die Ausgangs-Frage Ihrer Präsentation

kennen, dann kennen Sie auch die den Schluss:

Die Antwort auf diese Frage.

Der ganze Mittel-Teil ist ein Ansteuern, ein Vorbereiten und Begründen dieser Antwort.

Der Drang, „es ihnen sagen zu wollen“ ist Begeisterung.

Nur wer aus Begeisterung handelt, der ist imstande, Bestes zu leisten. Und nur was man mit Begeisterung tun kann, bringt wahren Erfolg !

Fazit:

Die Einleitung und der Schluss-Teil sind zwei entscheidende Bausteine für eine professionelle Präsentation !

Beide Teile müssen perfekt sitzen, wenn Ihre Präsentation oder Ihr Vortrag gelingen soll.

- **Begrüßung**

Begrüßen Sie Ihr Publikum sehr herzlich.

Nennen Sie laut und deutlich Ihren Namen, das Arbeits-Gebiet und den Bereich, für den Sie verantwortlich sind. Auch die Firma ist wichtig, die Sie möglicherweise vertreten.

Denken Sie stets daran:

Der erste Eindruck ist sehr prägend !

(Sie wissen ja: Es gibt keine zweite Chance für den ersten Eindruck !)

Ein wertvoller Tipp:

Lassen Sie sich von einer Autoritäts-Person ankündigen. Diese Person sollte Sie als Experten vorstellen. Das ist nicht nur Show, sondern sehr wichtig für Ihren Einstieg und für Ihren nachhaltigen Erfolg.

Anschließend sprechen Sie kurz über Ihre

Kompetenzen, damit das Publikum weiß, dass es mit einem Experten zu tun hat.

Zur Begrüßung gehört zum Beispiel auch:

Dank, Freude und Stolz bekunden, gerade hier, gerade vor ... und gerade über ... eine Präsentation halten zu dürfen. Sagen Sie zum Beispiel:

*„Ich freue mich, dass ich heute die Gelegenheit habe, Ihnen unsere Leistungen / Lösungen zu präsentieren.“
(Eventuell beim geschäftlichen Vortrag Liste für die Eintragung der Anschriften aller Anwesenden zirkulieren lassen, um sie später einzeln weiter bearbeiten zu können.)*

Strapazieren Sie allerdings Ihr Publikum nicht !

Fassen Sie sich kurz !

- **Titel**

Der Titel Ihrer Präsentation muss neugierig machen und zugleich Kompetenz zeigen !

Sollte es sich bei Ihrer Präsentation um einen Vortrag handeln, so ist bereits der Titel der erste wichtige Punkt für eine gute Dramaturgie.

Stellen Sie sich selbst die Fragen:

„Macht mich der Titel meiner Präsentation neugierig ?“

„Macht mich der Titel meiner Präsentation zum Experten ?“

Hier einige Tipps, wie Sie leichter einen guten Titel für Ihre Präsentation finden:

- **Nutzen Sie gängige Formulierungen wie** *„alles über“*, *„das Einmaleins der ...“*, *„worauf es beim ... ankommt“* etc.
- **Den Titel Ihrer Präsentation können Sie auch** als Frage formulieren. Denn nur wer fragt, der kennt auch die Antwort, und das macht Sie zum Experten. Zum Beispiel:
„Welche Chancen entstehen durch strategisches Management ?“
- **Arbeiten Sie sehr dosiert mit trendigen** Redewendungen, wie zum Beispiel *„Ohne Moos nichts los ...“*
- **Verwenden Sie das Zauber-Wörtchen wie:** *„7 Strategien, wie Sie im Handumdrehen neue Kunden gewinnen !“*
- **Nennen Sie eine Zahl:** *„Die fünf schlimmsten Stimmungs-Killer – Wie Sie Ihre Gäste am schnellsten wieder loswerden !“*
- **Die größte Wirkung Ihrer Headlines erreichen Sie** mit der Farbe Rot.

- **Haupt-Teil**

Der Haupt-Teil enthält die Kern-Information Ihrer Präsentation. Hier stellen Sie Ihren Zuhörern das Thema systematisch vor. In diesem Teil der Präsentation werden die Fragen beantwortet, die Sie in dem Eröffnungs-Teil an Ihre Zuhörer gestellt haben.

Überlegen Sie an dieser Stelle, wie viel Stoff Ihre Zuhörer in der zur Verfügung stehenden Zeit aufnehmen können.
Weniger ist oft mehr !

Wichtig ist, dass Sie die Aufmerksamkeit und Konzentration des Publikums während des Vortrags aufrechterhalten. Hierzu bieten sich an:

- Fragen stellen
- Abwechslung in den Medien bieten
- Kurze Präsentations-Abschnitte
- Pausen einlegen
- Wirkungsvolle Visualisierung
- Kurze Zusammenfassung der wesentlichen Inhalte

Beachten Sie in jedem Fall:

- Überblick *vor* dem Detail
- Bekanntes *vor* dem Neuen
- Einfaches *vor* dem Komplexen
- Nutzen *vor* den (*anstrengenden*) Details

- **Überleitungen**

Wenn die Überleitung von einem Thema zum nächsten zu kurz ist, dann kann diese leicht vom Publikum überhört werden.

Dies geschieht oft durch die fast ausschließliche Verwendung der Worte „und“ sowie „außerdem“.

Die Präsentation klingt dann wie ein Haufen nicht sortierter Ideen. Und ... und ... und ...!

Die Vielfalt und Dramaturgie ist die Würze des Lebens und auch der Präsentation. Sie wirkt auch hier wahre Wunder. Verwenden Sie ein ganzes Sortiment verschiedener Überleitungen.

Hier finden Sie einige aufgelistet, mit denen Sie anfangen können:

- *„Nun, betrachten wir uns einmal näher ... !“*
- *„Zudem ... !“*
- *„Lassen Sie uns für einen Moment einmal die Richtung wechseln ... !“*
- *„Der nächste Punkt ... !“*
- *„Zum Beispiel ... !“*
- *„Damit meine ich ... !“*
- *„Auf der anderen Seite ... !“*
- *„Wenden wir uns nun ... zu ... !“*
- *„Eine weitere Überlegung wäre ... !“*
- *„Wie sieht nun die Lösung aus ?“*
- *„Wie könnte nun die Lösung aussehen ?“*
- *„Ihre Frage könnte sein ... !“*
- *„Welchen Vorteil hat das für Sie ?“*

Je wichtiger die Idee, desto wichtiger die Ankündigung:

„Die folgende Darstellung ist von zentraler Bedeutung für das Verständnis des Problems !“

Nehmen Sie Ihre Aussage aber nie komplett vorweg, sondern kündigen Sie lediglich das Thema an.

Das erhöht die Dramatik !

(Die Möglichkeiten der Formulierung sind nahezu unendlich !)

- Pausen

Wie viele Pausen sollten stattfinden und wann ?

Längere Veranstaltungen sollten in kürzere Einheiten aufgeteilt werden. Nach spätestens 45 Minuten die erste Pause einlegen. Falls Pausen-Getränke gereicht werden sollen, ist zu überlegen, wann und wo.

Viele Trainer lehren mit folgender Pausen-Regelung:

80 Minuten ⇒ Pause 20 Minuten ⇒ 80 Minuten
⇒ Mittags-Pause ⇒ 80 Minuten ⇒ Pause 20 Minuten
⇒ 80 Minuten.

Den 60-Minuten-Block können Sie durch eine etwa 5minütige „Raucher-Pause“ nochmals in zwei Blöcke unterteilen. Geben Sie dies aber nicht auf Ihrem „*offiziellen*“ Seminar-Programm an.

Dadurch vermeiden Sie eventuelle Bemerkungen der Chefs oder Leiter der Veranstaltung, wie zum Beispiel „*Was – so viele Pausen machen Sie ?*“

Im übrigen sollten Sie unbedingt für „Zeit-Puffer“ sorgen, indem Sie Zeiten für Diskussionen oder Übungen vorsehen. Machen Sie nicht den Fehler vieler Anfänger, zuviel Stoff in die vorhandene Zeit zu stopfen !

Die Länge der Mittags-Pause kann Ihnen im Prinzip gleichgültig sein. Das ist nicht „*Ihre*“ Zeit.

Wenn Sie in einem Hotel schulen, werden Sie unter 90 Minuten für das Mittag-Essen nicht auskommen, weil der Service so manches Mal zu wünschen übrig lässt.

- **Zwischen-Fragen**

So gehen Sie mit schwierigen Zwischen-Fragen um:

Ein guter Vortrag kann durch einen einzigen aggressiven Frager zerstört werden, wenn Sie nicht richtig darauf reagieren. Beachten Sie deshalb folgende Tipps:

- **Wiederholen Sie die Frage nur,**
wenn das Publikum sie nicht hören konnte.
- **Als Diskussions-Leiter nehmen Sie jeden Beitrag**
ernst, fragen Sie nach, was der Teilnehmer wirklich will. Bleiben sie sachlich , auch wenn Sie sich persönlich angegriffen fühlen.
- **Sehen Sie während der Antwort das Publikum an,**
nicht den Frager.
- **Beantworten Sie die Frage kurz.**
- **Wenn Sie nicht antworten können,**
geben Sie die Frage zurück ins Publikum.
Behalten Sie aber das Heft in der Hand, und kürzen Sie lang sprechende Redner ab.
- **Gestatten Sie dem Frager möglichst keine weitere**
Rückfrage. Rufen Sie den nächsten auf.
Notfalls ermuntern Sie Ihr Publikum:
„Es gibt doch sicher noch weitere Meinungen !“

Verwenden Sie Puffer wie zum Beispiel:

- Eine gute (*berechtigte*) Frage ...
- Das ist ein sehr wertvoller Hinweis ...
- Das ist völlig richtig, allerdings ...
- Sehr schön ...
- Genauso sehe ich das auch ...
- Wenn ich Sie richtig verstanden habe, dann ...

Bewahren Sie in jedem Fall immer die Ruhe,
und werden Sie nicht unsachlich. Denn bedenken Sie,
auch Unruhe-Stifter sind Meinungs-Macher.

Geradezu „tödlich“ wird es, wenn Führungs-Kräfte
und Manager im Lichte der Öffentlichkeit auf Angriffe
oder provozierende Fragen hilflos reagieren, mit gleicher
Münze heimzahlen wollen und dabei jede Souveränität
missen lassen. Das Image der gesamten Firma leidet,
und geraderücken lässt sich im Nachhinein nichts mehr.
Der geschickt platzierte rhetorische Return weist also nicht
nur unfair argumentierende Gesprächs-Partner in
die Schranken, er verschafft auch generellen Respekt
und hilft, Diskussionen wieder auf den eigentlichen Inhalt
zurückzuführen.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Zwischen-Fragen**

Fortsetzung ...

Ein kleiner Tipp noch:

Sie können trainieren, den richtigen Draht gleichzeitig zu unterschiedlichen Personen zu finden.

Dazu gehört insbesondere,

wie Sie mit kritischen Fragen und Fragern umgehen.

Es gibt eine gute Möglichkeit,

sich auf solche Fragen vorzubereiten:

Stellen Sie sich vor, es wären Ihre eigenen zehn

Millionen Mark, die Sie in ein fremdes Projekt investieren wollen. Sie hätten doch bestimmt genug Fragen, die Sie interessieren würden. Sie wüssten ganz genau, welche Antworten Sie befriedigen würden und welche nicht, oder ?

Übrigens:

Bei den Journalisten der Nachrichten-Agenturen müssen Sie davon ausgehen, dass Experten-Wissen vorhanden ist. Behandeln Sie Journalisten wie Experten !

Eine schöne Geschichte für Schlagfertigkeit

gibt es über Winston Churchill:

Bei einer Abend-Gesellschaft bekam der britische Premier Winston Churchill von einer gewissen Lady Astor ein nicht gerade überschwängliches Kompliment:

„Wenn ich Ihre Frau wäre, dann würde ich Ihnen Gift geben !“

Churchill konterte:

„Wenn ich Ihr Mann wäre, dann würde ich es nehmen !“

Bei einer Präsentation steht der Vortragende unter

besonderer Anspannung und versucht, „Störungen“ sofort zu eliminieren. Das wirkt wenig souverän und macht den bis dahin guten Eindruck wieder zunichte.

Die Erfahrung zeigt, dass nur sehr wenige „Störungen“ böartig gemeint sind und dass Fragen meist um des Verständnisses willen gestellt werden.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Zwischen-Fragen**

Fortsetzung ...

Die folgenden Tipps helfen Ihnen,
mit Störungen umzugehen:

➤ **Sagen Sie dem Publikum vorher, ob sie Zwischen-Fragen wünschen oder lieber Frage-Blöcke einfügen wollen.** Je nach Charakter und Einzel-Umstände Ihrer Präsentation kann die eine oder andere Variante sinnvoller sein. Sagen Sie beispielsweise: *„Ich möchte Ihnen den Arbeits-Gang gerne am Stück zeigen, damit Sie sich von seiner Effizienz überzeugen können. Deshalb bitte ich Sie, Fragen nicht sofort zu stellen. Nach dem ersten Durchgang werde ich Ihnen gerne jedes Detail ...“*

➤ **Manchmal wächst ein Zuhörer über sich hinaus** und wird mit der Menge seiner Fragen und Anmerkungen zum Co-Referenten. Deutet sich eine derartige Entwicklung an, dann können Sie beispielsweise so reagieren:

- Geben Sie die letzte Frage an die Gruppe zurück.

Sagen Sie etwa: *„Ich entnehme der Frage ein großes Interesse an ...Trifft das allgemein zu?“*

Die Gruppe wird einen Störer aus den eigenen Reihen eher zur Raison bringen, als Sie es könnten.

- Weisen sie auf Zeit-Probleme hin:

„Ich müsste das mir zugestandene Zeit-Budget überschreiten, wenn wir jetzt in die Diskussion einsteigen. Darf ich Ihnen nach der Präsentation Ihre Fragen beantworten?“

- Falls eine Führungs-Kraft die Fragen stellt:

„Sie bringen einige Aspekte ein, die eigentlich intensiver Behandlung bedürfen. Ich weiß nicht, ob wir die vereinbarte Präsentations-Zeit einhalten können, wenn wir die Diskussion vorziehen. Wie sind Ihre zeitlichen Möglichkeiten?“

Mit diesem Hinweis können Sie auch Chefs wieder ohne Gesichts-Verlust zur Wahrung des Zeit-Rahmens bringen.

Merke:

Werden Sie immer sachlicher,
je aggressiver die Fragen werden !

- **Schluss-Teil**

Der erste Eindruck ist bekanntlich entscheidend,
und der letzte bleibt.

Deshalb ist der Abschluss jeder Präsentation ein sehr wichtiger Bestandteil des Gesamt-Geschehens.

Das Geheimnis erfolgreicher Kommunikation besteht
darin, eine Rede mit einem guten Abschluss zu beenden.
Der Schlussteil einer Rede muss deshalb auf alles
Vorhergesagte hinzielen, damit die Zuhörer beeindruckt
sind
und Sie einen entsprechenden Eindruck hinterlassen.

In der Strategie der Rede ist der Schluss
der wichtigste Punkt, denn die abschließenden Worte
klingen in den Ohren nach, wenn man geendet hat;
sie werden vermutlich am längsten in der Erinnerung
haften.

Fassen Sie deshalb am Ende jeder Präsentation die
wichtigsten Aussagen noch einmal stichpunktartig
zusammen. Dies muss kurz und knapp geschehen.
Keine langen Wiederholungen, nur präzise Aussagen.
(*Das Fazit !*)

Hier können Sie auch noch einmal an Ihre zentrale
Botschaft anknüpfen, zum Beispiel mit folgenden Worten:

- *„Meine Damen und Herren, mit meiner Präsentation haben Sie gesehen, dass Sie ...“*
- *„Meine Damen und Herren, mit meiner Präsentation haben Sie gesehen, wie Sie ...“*
- *„Dazu habe ich erstens ..., zweitens ... und drittens ... Ich denke, wir haben jetzt ausreichend Stoff zur Diskussion. Bitte, meine Damen und Herren, stellen Sie jetzt Ihre Fragen.“*

Kurz gesagt, enthält der Schluss-Teil:

- Zusammenfassung der wichtigsten Aussagen / Thesen
- Appell und / oder Ausblick, Aufforderung zum Handeln
- einen Ausblick in die Zukunft
(*eine Prognose, eine Hoffnung, einen Wunsch*)
- ggf. Überleitung in die Diskussion

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Schluss-Teil**

Fortsetzung ...

Nach der Präsentation kann sich,

je nach Vorplanung, eine Diskussion anschließen, die Sie natürlich auch gut vorbereitet haben sollten.

Kommunizieren Sie immer auf der gleichen Reaktions-Ebene, das heißt emotional-emotional oder sachlich-sachlich. Wenn Sie diese Methode beherzigen und beherrschen, dann werden Sie ausgezeichnet bei Diskussionen und Debatten bestehen.

Auch für das Ende Ihrer Diskussion benötigen Sie ein

Schluss-Wort. Strukturieren Sie dieses so,

dass Sie flexibel auf den Verlauf der Diskussion eingehen können. Sie können zurechtrücken, erklären, aufbauen.

Sie können daher den Abschluss der Diskussion nur bedingt vorbereiten.

Bedenken Sie:

Mit dem Schluss-Wort hinterlassen Sie den wichtigen letzten Eindruck. Sie müssen immer das letzte Wort haben ! Vergessen Sie nicht, nach der letzten Aussage kurz stehen zu bleiben. Wie das alte Sprichwort schon sagt: „*Ende gut – alles gut !*“

Übrigens:

Das sind die meisten Fehler, die im Schluss-Teil gemacht werden:

- Sie fangen an zu schwafeln.
- Sie bringen neue Aspekte.
- Sie überziehen Ihre Redezeit.
- Sie entschuldigen sich.
- Der Schluss hat keine Anbindung an Ihre Präsentation.
- Der Schluss ist zu lang.
- Sie kündigen Ihren Schluss nicht an.
- Sie hören mit Ihrem letzten Argument einfach auf.
- Ihre Zusammenfassung ist ohne Konzept.
- Sie finden kein Ende.
- Sie erbitten Nachsicht Ihres Publikums.
- Sie stottern herum, weil Sie keinen Schluss geplant haben.
- Sie brechen unmotiviert einfach ab.

(Fortsetzung. nächste Seite ...)

- **Schluss-Teil**

Fortsetzung ...

Formulieren Sie daher Ihren Schluss am besten genau aus, damit Sie auch die erwünschte Wirkung erzielen können. Und sorgen Sie dafür, dass Ihr Schlusswort nie vergessen wird !

Hier der Schluss-Teil aus einer unvergessenen Rede:

Die Rede von John F. Kennedy im Jahre 1963

enthielt einen sehr starken Aufruf:

„Die Freiheit ist unteilbar, und wenn auch nur einer versklavt ist, dann sind nicht alle frei ! Aber wenn der Tag gekommen sein wird, an dem alle die Freiheit haben und Ihre Stadt und Ihr Land wieder vereint sind, wenn Europa geeint ist und Bestandteil eines friedvollen und zu höchsten Hoffnungen berechtigten Erdteils, dann können Sie mit Befriedigung von sich sagen, dass die Berliner und diese Stadt Berlin zwanzig Jahre lang die Front gehalten haben. Alle freien Menschen, wo immer Sie leben mögen, sind Bürger dieser Stadt West-Berlin, und deshalb bin ich als freier Mann stolz darauf, sagen zu können: Ich bin ein Berliner !“

Der Aufruf von Winston Churchill in seiner

berühmten Rede vom Pfingst-Montag, den 13. Mai 1940:

„Ich möchte zum Hause sagen, wie ich zu denen sagte, die dieser Regierung beigetreten sind: Ich habe nichts zu bieten als Blut, Mühsal, Tränen und Schweiß. Wir haben vor uns eine Prüfung der schmerzlichsten Art. Wir haben vor uns viele, viele lange Monate des Kampfes und Leidens. Sie fragen, was unsere Politik ist; Ich will sagen: Es ist Krieg zu führen, zu Wasser, zu Land und in der Luft, mit all unserer Macht und mit all der Kraft, die Gott uns geben kann, und Krieg zu führen gegen eine ungeheuerliche Gewaltherrschaft, die nie übertroffen worden ist in der dunklen, beklagenswerten Liste menschlichen Verbrechens. Das ist unsere Politik.

Sie sehen, ein Schluss-Teil muss immer

- motivieren
- ermutigen
- zum Handeln aufrufen
- berühren

- **Folge-Maßnahmen**
umsetzen

Verkaufs-Präsentationen enden oft damit, dass

- entsprechende Unterlagen angefordert werden,
- eine Aufforderung zur Abgabe eines Angebotes erteilt wird,
- der Dialog mit Fach-Abteilungen genehmigt wird, um eine mögliche Zusammenarbeit vorzubereiten oder zu überprüfen,
- ein Auftrag erteilt wird.

Präsentationen im Rahmen des After-Sales-Service oder der hausinternen Information können als Ergebnis haben, dass um genauere Informationen zu einem Thema gebeten wird.

In allen Fällen sind Sie aufgerufen, den guten Eindruck, den Ihre Präsentation hinterlassen hat, durch zuverlässige Nacharbeit zu bestätigen.

Das heißt:

- **Bearbeiten Sie erhaltene Aufträge von** Neukunden sofort und widmen Sie diesen Ihr besonderes Augenmerk. Überpünktliche Erfüllung sollte gerade bei Neukunden zum Standard gehören.
- **Reichen Sie angefordertes Informations-Material** schnellstmöglich nach. Schicken Sie es nicht kommentarlos zu, sondern senden Sie es an den Anforderer persönlich, schreiben Sie einige Zeilen dazu und markieren Sie bei vorgefertigten Prospekten die Themen oder Abschnitte, auf die es ankommt. So personalisieren Sie beispielsweise Standard-Prospekte.
- **Versenden Sie nicht unnötig größere Mengen an** Informations-Material. Projekt-Mitarbeiter empfinden es nicht als hilfreich, im Nachgang zu einer Präsentation mit überflüssigen Unterlagen zu anderen Themen belastet zu werden.
- **Haken Sie einige Tage nach der Präsentation** nach: Sind noch Fragen offen ?
Sind die zugesandten Materialien angekommen ?
- **Qualifizieren Sie Ihre neu gewonnenen Kontakte.** Was ist konkret wann zu tun ?

- **Formulierungen**

Viele Menschen beginnen ihre Sätze mit

„*man sollte ...*“ oder „*wir sollten ...*“.

Verbannen Sie die Worte „*man*“ und „*wir*“ aus Ihrem Wort-Schatz, wenn Sie von sich selbst sprechen.

Sagen Sie lieber „*Ich meine, dass ...*“ statt:

„*Man könnte meinen, dass ...*“

Erstens können Sie in keinem Fall für andere sprechen, und zweitens wirkt der Ich-Gebrauch in jedem Fall sozial sicherer.

Nicht unsicher formulieren !

Konjunktiv-Konstruktionen mit „*hätte*“, „*wäre*“, „*könnte*“ vermitteln einen unsicheren Eindruck.

Formulieren Sie Ihre Aussagen eindeutig und bestimmt:

- Statt „*Ich möchte vorschlagen ...*“
besser: „*Ich schlage vor ...*“
- Statt „*Ich glaube, man könnte ...*“
besser: „*Ich bin sicher, wir können ...*“

Vermeiden Sie lange oder verschachtelte Sätze.

Mit kurzen Sätzen überzeugen Sie besser und schneller !

Wenn Sie sich dabei ertappen,

dass Sie wieder einmal „*man*“ statt „*ich*“ verwendet haben, planen und führen Sie eine Situation herbei, in der Sie von sich erzählen oder wo Sie konkrete Beispiele bringen.

- **Manuskript**

Es ist aus vielen Gründen sinnvoll,
während einer Präsentation ein Manuskript
oder Kartei-Karten parat zu haben:

- **Je umfangreicher eine Präsentation ist,**
desto besser ist eine schriftliche Stütze.
Erinnerungs-Hilfen sind äußerst wertvoll.
- **Wo immer es um Zahlen und Fakten geht,**
sollten Sie schriftliches Material verwenden,
damit Sie Ihre Tabelle frei und korrekt interpretieren
können. Dadurch wirken Sie sehr kompetent und
Ihre Zahlen glaubwürdig.
- **Neuer Gedanke, neue Seite:**
Schreiben Sie sich die ersten 3 oder 4 Wörter der
folgenden Seite unten rechts auf das Manuskript.
So wissen Sie stets, wie Ihr Vortrag weitergeht.
- **Stoppen Sie die Zeit durch Probe-Vorträge.**

Weiterhin erinnern Notizen Sie nicht nur an das,
was Sie sagen wollen, sondern Sie werden auch an
wichtige Aktionen erinnert.

Dies könnte zum Beispiel die Verteilung eines wichtigen
Anschauungs-Modells im Publikum zu einem ganz
bestimmten Zeitpunkt sein.

Oder aber einfach nur die Erinnerung daran,
das Licht auszuschalten, da ein Dia-Vortrag startet.
Solche Regie-Anweisungen sind vor allen Dingen auch
dann wichtig, wenn Sie nicht selbst für die Technik
oder die Requisiten zuständig sind.

Der Verantwortliche kann dann den Ablauf genau
verfolgen und zum richtigen Zeitpunkt richtig handeln.

Durch diese kleinen Stichpunkte entstehen keine
unangenehmen Pausen, und für das Publikum entsteht
der Eindruck von Professionalität und Perfektion.

Lee Iacocca, US-amerik. Manager und Ingenieur,
seit 1978 Präs. der Chrysler Corp., sagte einmal:

*„Obwohl ich wahrscheinlich zwei Stunden lang
improvisieren könnte, benutze ich immer ein Manuskript.
Ganz frei sprechen ist einfach zu ermüdend.
Meine Kompromiss-Lösung besteht darin,
einen vorbereiteten Text zu haben und davon
abzuweichen, wann immer es mir nötig erscheint.“*

- **Vortrag**

20 Tipps von Dr. Rolf H. Ruhleder,
Rhetorik-Experte und Autor zahlreicher Bücher und
Fach-Artikel, für jeden Vortrag passen:

- dynamisch aufstehen
- Standort einnehmen
- schwungvoller Beginn
- keine Kritik-Punkte
- Entschuldigungen vergessen
- kurze Sätze
- langsam sprechen
- Sicherheit ausstrahlen
- Extreme vermeiden
- Fremdwörter ersetzen
- Füll- und Mode-Wörter streichen
- Privat-Gefechte unterlassen
- Redner-Pult nicht einsetzen, da wie als Barriere wirkt
- dosierter Einsatz von Gestik und Mimik
- Redezeit beachten
- klare Aussagen
- gezielter Einsatz von Folien
- überlegte Verteilung von Unterlage
- Störungen vermeiden
- mitreißender Schluss

- **Handout**

Handouts sind Arbeits-Blätter, halbfertige, mit Piktogrammen angereicherte Seminar-Unterlagen, die während des Trainer-Referats von den Teilnehmern ergänzt werden. Text und Piktogramme erlauben gehirn-gerechtes Aufnehmen der Botschaft. Außerdem sind Arbeits-Blätter unauffällige Disziplinierungs-Mittel.

Ein professionelles Handout gestalten Sie so:

1. Deckblatt:

Titel der Präsentation, Datum, Namen der Teilnehmer (*oder pauschal Firma X*), Name(n) des(r) Präsentators (*en*).

2. Übersicht:

Übersicht über die angeschlossenen Bilder (*Struktur des Vortrages*)

3. Selektion:

Eliminieren Sie alles, was Anlass zu Missverständnissen geben könnte oder ein Sicherheits-Risiko darstellt.

4. Ergänzung:

Fügen Sie – handschriftlich genügt – wesentliche Punkte ein, die Sie in der Präsentation ausgeführt haben.

5. Informationen:

Auf einem Schlussblatt geben Sie Details zu den Präsentatoren an (*das, was Sie in der Einleitung gesagt haben !*) und an wen Rückfragen zu richten sind.

- **Präsentations-Kosten**

Es ist zwingend notwendig, eine gezielte Verfolgung des Nutzens der Veranstaltung zu betreiben.

Handelte es sich um die Präsentation bei einem einzelnen Interessenten, lässt sich leicht feststellen, ob daraus ein Auftrag wurde. Bei Präsentationen im Rahmen von Workshops, Hausmessen oder dergleichen sollten Sie sich allerdings einige wichtige Fragen beantworten:

- **Wie viele Aufträge mit welchen Umsätzen** wurden sofort erzielt ?
- **Wie viele Aufträge mit welchen Umsätzen wurden** innerhalb von vier Wochen durch Nachfassen erzielt ?
- **Welche der präsentierten Produkte wurden dabei** am häufigsten nachgefragt ?
- **Wurden begleitend Produkte umgesetzt,** die nicht präsentiert wurden ?
- **Wie viele Neukunden wurden gewonnen ?**
- **Wie viele „stille“ Altkunden wurden reaktiviert ?**

Formular Präsentations-Kosten

Auswertung der Präsentation am:

bei:

Thema:

Kosten		Ausgaben	interne Kosten	Gesamt
Vorbereitung	Druck- Kosten Porti Telefonate Fahrt-Kosten Technik Werbung			
Durchführung	Raum-Mieten Referenten Fahrt-Kosten Hotel-Kosten Personal- Kosten Gäste- Betreuung Bewirtung Presse-Arbeit ext. Dienst- Leistungen			
Nach-Arbeit	Abbau Fahrten Nach- Forderungen			
Gesamt-Kosten				

- **Lampenfieber**

Lampenfieber wird von der Steuer-Zentrale im

Gehirn, dem Hypothalamus, verursacht:

Mit einer Angst-Reaktion soll der Organismus in die Lage versetzt werden, eine gefährliche Situation zu meistern.

Es ist ein Signal für die Überforderung mit einer Situation. Genauso, wie Redeangst Menschen hemmt, treibt Lampenfieber sie auch zu Höchst-Leistungen.

(Es schenkt ihnen Spannung und Kraft.)

Lampenfieber heißt somit , Angst vor fremden

Situationen zu haben, Angst davor, abgelehnt oder

beurteilt zu werden, Angst, mit der Situation nicht fertig zu werden, Angst sich zu blamieren.

Und Überforderung und Unsicherheit sind immer ein Symptom für etwas Ungeklärtes:

- Wer ist da ?
- Welche Fragen werden kommen ?
- Werde ich auseinandergenommen ?
- Mache ich mich ausreichend verständlich ?
- Wirke ich kompetent ?

Welche Formen von Lampenfieber gibt es ?

Schädigendes – *disstressendes* –

Lampenfieber verschlechtert die Rede-Leistung.

Es blockiert und lässt einen vor dem Publikum zittrig und inkompetent erscheinen.

Gesundes – *eustressiges* – Lampenfieber ist der

Motor einer guten Leistung. Es treibt einen an,

über sich selbst hinauszuwachsen und die ganze Situation als Herausforderung zu begreifen.

Dieser positive Effekt stellt sich aber nur dann ein,

wenn man das Lampenfieber zulässt, anstatt verzweifelt dagegen anzukämpfen.

Sie können sich auf alle Fragen entsprechend

vorbereiten, so dass sich Ihr Disstress in Eustress verwandelt.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Lampenfieber**

Fortsetzung ...

Hier einige Tipps zur Überwindung des Lampenfiebers:

- **Akzeptieren Sie eine innere Unruhe.**
Lampenfieber ist eine ganz natürliche Alarm-Reaktion unseres Organismus.
- **Tiefen-Atmung**
- **Eine gute Vorbereitung mit Probe-Vorträgen hilft.**
- **Versuchen Sie zu einer positiven Einstellung zu kommen:**
 - sich selbst gegenüber
 - dem Thema / Produkt gegenüber
 - dem Kundenkreis gegenüber
- **Setzen Sie auf den Übungs-Faktor –**
„Keine Kunst ohne Übung!“
- **Profis bitten Kollegen oder Mitarbeiter,**
sich ihre Präsentation vorher anzuhören,
damit sie eine Rückmeldung aus Zuhörer-Sicht bekommen.
- **Wählen Sie allerdings niemanden,**
der Ihnen nach dem Mund redet,
sondern suchen Sie sich Personen aus,
die Ihnen auch einmal den Spiegel vorhalten dürfen.
- **Wenn Ihre Präsentation sitzt,**
dann werden Sie es erleben:
Ihr Selbstbewusstsein steigt erheblich,
und Ihr Lampenfieber verschwindet.

Noch ein Tipp:

Nehmen Sie Ihre Präsentation einmal auf Video
auf, damit Sie selbst sehen, wie Sie wirken.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Lampenfieber**

Fortsetzung ...

- **Üben Sie sich in Selbst-Bejahung !**
Sagen Sie sich immer wieder, dass Sie sich gewissenhaft und ausreichend vorbereitet haben. Malen Sie sich den Erfolg Ihres Auftritts in den schönsten Farben aus.
- **Essen und trinken Sie vor Ihrem Auftritt nur mäßig.** Belasten Sie Ihren Organismus nicht durch anstrengende Verdauungs-Tätigkeit.
- **Ein Schlückchen Alkohol kann sich unter** Umständen positiv auswirken. Sie wirken lockerer und freundlicher. Aber Vorsicht: Ein Tropfen zu viel kann katastrophale Folgen haben !
- **Sorgen Sie vorher für ausreichenden Schlaf** und für Entspannung.
- **Gehen Sie unbedingt vor Ihrem Auftritt noch einmal zur Toilette.**
- **Überprüfen Sie vorab nochmals Ihr Äußeres –** sind Sie mit sich zufrieden, erhöht dies Ihr Selbstwertgefühl.
- **Machen Sie nach Möglichkeit noch ein paar** Lockerungs-Übungen an der frischen Luft, dies kann Wunder vollbringen !
- **Überprüfen Sie nochmals Ihr Umfeld und** Ihre Hilfs-Mittel. Solche Äußerlichkeiten können die positive Wirkung Ihres Vortrages erheblich schmälern.
- **Beschäftigen Sie sich in der letzten Viertelstunde** vor Ihrem großen Auftritt nicht mehr mit Ihrem Thema. Es verunsichert Sie nur, wenn Sie jetzt noch Mängel an Ihrem Stichwort-Zettel beheben wollen. Änderungen in der letzten Minute bringen Sie nur aus dem Konzept.
- **Ein Small-Talk vor der Präsentation hilft häufig,** Spannung abzubauen.
- **Unterdrücken Sie während Ihres Vortrages Ihre** Gestik nicht, sondern bewegen Sie sich ruhig ein wenig.

- **Pannen**

Wenn etwas nicht so läuft, wie Sie es geplant haben, dann nennt man das höflich ein Panne.

Murphy's Gesetz sorgt dafür, dass – selbst bei umfassender Vorbereitung – mindestens eine Panne pro Präsentation auftritt. Vom defekten Vorführ-Gerät bis zur verkehrt aufgelegten Präsentations-Folie ist alles möglich.

Das Publikum mag keine Pannen.

Gerät der Vortragende in eine peinliche Lage, ist das den normal veranlagten Zuhörern eher unangenehm.

Das gilt um so mehr, als diese der peinlichen Situation genauso wenig entfliehen können wie Sie.

Das heißt für Sie: Reparieren oder übergehen sie kleine Miss-Geschicke, bevor daraus eine echte Panne wird.

Wenn die Lampe des Projektors eine Rauchwolke ausstößt, das Präsentations-Notebook abstürzt oder Sie das Flip-Chart umstoßen sind das zweifellos Pannen, die Sie nicht wegreden können. Mit der richtigen Reaktion können Sie jedoch verhindern, dass aus der Panne eine Katastrophe wird.

- **Entschuldigen Sie sich nicht, als Vortragender** sind Sie ohnehin schuld.
- **Vermeiden Sie die Schuld-Zuweisungen an Dritte:** Erstens gibt das kein gutes Bild ab und zweitens sind Sie als Vortragender ohnehin schuld.
- **Unterbrechen Sie Ihre Präsentation für die Dauer** der Reparatur. Ihre Reparatur-Tätigkeit lenkt die Zuschauer zu sehr ab.
- **Nehmen Sie nach der Reparatur den Faden wieder** auf und wiederholen Sie unbedingt den letzten Aspekt vor der Panne. Das ist notwendig, da dieser Teil des Vortrags im Gedächtnis der Teilnehmer mit Sicherheit von der überraschenden Panne überschrieben wurde.

- **Nachbereitung der Präsentation**

Auswertung und Optimierung der Präsentation:

Ebenso wichtig wie die professionelle Vorbereitung einer Präsentation ist deren sorgfältige Nach-Arbeit.

Was ist gut gelaufen ?

Was muss beim nächsten Mal verbessert werden ?

- **Die Nachbereitung sollte sich unmittelbar an die Präsentation anschließen.**
- **Überprüfen Sie, inwieweit Sie Ihre sachlichen Ziele erreicht haben.**
- **Fragen Sie sich: Was ist gut gelaufen ?**
Was will ich das nächste Mal besser machen ?
- **Betrachten Sie jede Präsentation als eine Lern-Chance.**
- **Bemühen Sie sich stets um ehrliche und offene Rückmeldung von anderen,**
um die eigenen Stärken und Schwächen zu erfahren.

Lernen Sie konsequent aus Ihren Erfahrungen !

Die folgende Check-Liste hilft Ihnen bei diesem Arbeitsschritt. Beantworten Sie die Fragen jeweils mit Ja, zum Teil oder Nein !

Rahmen-Bedingungen:

- Zeit-Plan eingehalten ?
- Pausen eingehalten ?
- Raum richtig gewählt ?
- Bestuhlung o.k. ?
- Technische Hilfs-Mittel ?

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Nachbereitung
der Präsentation**

Fortsetzung ...

Aufbereitung:

- War die zentrale Botschaft für alle klar ?
- War das Thema für alle Teilnehmer verständlich ?
- Stimmt die inhaltliche Aufbereitung mit den Anforderungen der Zielgruppe überein ?
- War die Gliederung nachvollziehbar ?
- Habe ich Schwerpunkte gesetzt ?
- Präsentation sprachlich angemessen ?
- Waren die Beispiele praxisnah ?
- Habe ich den roten Faden beibehalten ?
(Siehe Stichwort Roter Faden)
- Habe ich zuviel angeboten ?
- War meine Darbietung verständlich ?
(Gehrin-gerecht)

Methoden / Medien:

- War der Vortrag zu lang ?
- War der Vortrag zu kurz ?
- War die Visualisierung verständlich ?
- Habe ich bleibende Anker geschaffen ?
- Waren die Unterlagen verständlich ?
- Habe ich die wichtigsten Schritte der Präsentation
(Struktur) eingehalten ?
- Gab es im Hauptteil kritische Situationen ?
Wenn ja, wie haben Sie diese gemeistert ?
- War der Umgang mit der Technik souverän ?
- Gab es Pannen beim Medien-Einsatz ?
- Waren die Medien für die inhaltliche Darstellung richtig gewählt ?

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Nachbereitung
der Präsentation**

Fortsetzung ...

Meine Person:

- War ich Selbst-Darsteller oder Partner ?
- Stimmt meine mentale Einstellung ?
- War meine Vorbereitung optimal ?
- Habe ich meine Teilnehmer aktiv einbezogen ?
- Laut und deutlich gesprochen ?
- War mein Blick-Kontakt ausreichend ?

Was ist mir aufgefallen ?

- Was will ich künftig ändern ?
- Was können wir künftig weglassen ?
- Was müssen wir unbedingt noch einfügen ?
- Welche Entscheidungen habe ich heute getroffen ?

Fazit:

Einwände und Anmerkungen Ihrer Zuhörer sind eine wertvolle Quelle für Ihre zukünftigen Präsentationen
Bauen Sie die Einwände durch die Einwand-Vorwegnahme-Strategie bei Ihrer nächsten Präsentation mit ein.

- **Rede-Training**

Eine Rede oder eine Präsentation nur im Kopf durchzugehen reicht nicht aus.

Sie müssen Ihre Rede vorher mindestens einmal laut sprechen !

Üben Sie deshalb in mehreren Schritten:

- **Beim *ersten* Mal tragen Sie den Rede-**Text Ihrem Spiegelbild, Ihrem Ehe-Partner oder Ihren Freunden vor. Lesen Sie diesen so, als würden Sie einen Brief vorlesen. Fragen Sie, was Sie besser machen können.
- **Beim *zweiten* Mal achten Sie auf Ihre Betonungen** und Pausen, die Sie ganz bewusst setzen sollten.
- **Beim *dritten* Mal benutzen Sie das Manuskript** nur noch als Hilfe-Stellung. Schauen Sie immer wieder auf, und reden Sie so frei wie möglich. Stoppen Sie Ihre Zeit. Das letzte Training entspricht dem tatsächlichen Zeit-Aufwand bei der Präsentation.

Eine andere Möglichkeit, herauszufinden,

ob Ihre Rede auch eine genügend starke Botschaft enthält, ist folgende:

- 1. Schreiben Sie Ihre Botschaft in einem einzigen** präzisen, klaren und eindeutigen Satz auf. Er muss genau das enthalten, was Sie mit Ihrer Rede bzw. Präsentation erreichen wollen.
- 2. Wählen Sie einige Freunde aus,** die sich in dem Thema nicht auskennen.
- 3. Teilen Sie ihnen mit, dass das,** was Sie ihnen sagen möchten, Ihnen sehr wichtig ist. Das ist alles ! Sagen Sie aber nicht, warum.
- 4. Tragen Sie Ihren Freunden Ihre Botschaft in** einem Satz vor.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Rede-Training**

Fortsetzung ...

5. Kommen Sie sofort danach auf ein anderes Thema zu sprechen (Alltägliches, Familie, Hobbys).

Unterbrechen Sie das Gespräch nach etwa 10 Minuten, und fragen Sie Ihre Freunde, ob sie sich noch an die Botschaft Ihrer Rede erinnern können.

Korrigieren Sie nicht, sondern schreiben Sie alles auf. Vergleichen Sie anschließend die Aussagen mit der von Ihnen beabsichtigten Botschaft.

Ist Sie tatsächlich angekommen ?

Wenn ja, herzlichen Glückwunsch !

Wenn nein, dann sollten Sie Ihren Text dringend noch einmal überarbeiten !

6. Achten Sie auf Ihre Sprache und Ihre Körper-

Haltung: Sparsame, ruhige und gezielte Hand-Bewegungen können das, was der Redner sagen will, betonen. Eine tiefe Stimme und langsames Sprechen fesselnd die Zuhörer mehr als atemloses Schnell-Sprechen, dem niemand folgen kann.

Achten Sie bewusst auf die Dauer Ihres Vortrags.

Sollte dieser bei der natürlichen Vortragsweise zu lang werden, so kürzen Sie unbedingt das Manuskript.

Auf keinen Fall schneller sprechen, um eher fertig zu sein !

Fünf weitere wertvolle Regeln für den Rede-Erfolg:

- 1. Reden Sie nur, wenn Sie etwas zu sagen haben – und dafür ein interessiertes Publikum zu erwarten ist.**
- 2. Formulieren Sie plastisch und verständlich.**
- 3. Bleiben Sie beim Thema.**
- 4. Sorgen Sie für Würze.**
- 5. Fassen Sie sich kurz.**

- **Redner-Pult**

Das Pult bildet eine Barriere zwischen Ihnen

und dem Publikum und erschwert so den Kontakt zueinander. Verkriechen Sie sich möglichst nicht dahinter, sondern nutzen Sie das Pult als Ablage für Ihre Spick-Zettel, lehnen Sie sich dagegen, oder stellen Sie sich davor.

- **Redner-Training-Check-Liste**

Die wichtigste Phase eines Vortrages ist die eigentliche Rede-, Vortrags- oder Präsentations-Phase.

Der Erfolg hängt sehr davon ab, wie gut Sie vorbereitet sind. Aber auch Ihre persönliche Einstellung zum Thema und zum Publikum ist wichtig. Ein entscheidendes Kriterium ist die Übermittlung des Vortrages.

Die Berücksichtigung der folgenden Check-Liste

mit den wichtigsten Punkten für die optimale Vorbereitung Ihrer Rede trägt zum Gelingen oder Nicht-Gelingen, das heißt zum Erfolg oder Miss-Erfolg, Ihres Vortrages bei:

Diese Check-Liste ist in verschiedene Rubriken

unterteilt, da unterschiedliche Komponenten zusammenwirken.

Körper-Einsatz:

- Mimik
- Gestik
- Blick-Kontakt
- Dynamik
- Begeisterung

Körper-Haltung:

- Entgegenkommend, flexibel

Rede-Stil

- Rede-Einstieg
- Rede-Hauptteil
- Roter Faden
- Sympathie-Ansätze
- Stichwort-Konzept
- Freie Rede
- Kurze Sätze
- Beispiele und Analogien
- Wort-Wahl
- Visualisierung
- Botschaft
- Dynamik
- Begeisterung

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Redner-Training-Check-**
Liste *Fortsetzung ...*

Rede-Stil:

- Pausen
- Rhetorische Fragen
- Humor und Schlagfertigkeit
- Locker und entspannt
- Zusammenfassung
- Rede-Appell
- Unterlagen
- Schluss
- Zeit-Einhaltung
- Dank
- Selbst-Kontrolle

Stimm-Gebrauch:

- Atem-Technik
- Stimmlage
- Klangfarbe
- Rhythmus
- Stimm-Stärke
- Stimm-Führung
- Stimm-Melodie
- Artikulation
- Betonung
- Aussprechen der End-Silben
- Aussprache allgemein, klar und deutlich
- Akzentuierung
- Pausen-Technik
- Vermeiden von Verlegenheitslauten
- Richtiges Rede-Tempo
- Kontakt

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Redner-Training-Check-**
Liste

Fortsetzung ...

Zuhörer-Bezug:

- Einfühlungs-Vermögen
- Rede-Psychologie
- Beachtung der Rückkopplungs-Signale
- Inhalts-Flexibilität

Wie gesagt:

Die Missachtung von nur einem oder zweien dieser Punkte kann über Erfolg oder Miss-Erfolg entscheiden. Diese Fakten und Regeln sind so bedeutend, dass man sie nicht oft genug wiederholen kann.

- **Rhetorik**

Öffnen Sie mit rhetorischen Fragen die Gedanken- und Vorstellungswelt Ihrer Zuhörer.

Fördern Sie auf diese Weise die Aufnahme-Bereitschaft.

Die 10 mächtigsten Grundregeln der Rhetorik:

1. Sprich langsam und deutlich !
2. Nur ein Gedanke in einem Satz !
3. Die Kraft der Pausen nutzen !
4. Lebendige Rede durch einfache Worte !
5. Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte !
6. Der Ton macht die Musik !
7. Sicher und überzeugend wirken !
8. Klare Gliederung der Rede !
9. Bedenken Sie: Hemmungen hat fast jeder !
10. Überzeugungskraft in die Rede legen !
11. Augen, Gesicht, Hände etc. ... sprechen mit !

Setzen Sie gezielt sprachliche Mittel ein !

Reiz-Wörter, die Dramaturgie in Ihre Präsentation bringen:

„JETZT erfahren Sie, worauf es wirklich ankommt ...“

„Die folgende Information ist völlig NEU ...“

„ACHTUNG ! Hier kommt es oft zu kostspieligen Missverständnissen.“

Aktivierungs-Phrasen:

Damit sprechen Sie Ihre Zuhörer einzeln oder insgesamt direkt an:

„SIE, Frau X, haben bei der Qualitäts-Kontrolle wahrscheinlich schon folgende Erfahrung gemacht ...“

„Die Damen, die DAS ERSTE MAL einen Informations-Vortrag über Textverarbeitung besuchen ...“

„STELLEN Sie sich folgende Versuchungs-Anordnung VOR ...“

Emotionale Bekenntnisse:

Zeigen Sie Ihren Zuhörern, wie es Ihnen gefühlsmäßig gerade in diesem Moment geht oder in einer bestimmten Situation ergangen ist. Besonders in „vernünftigen“ Vorträgen mobilisieren Sie damit eine zusätzliche Aufmerksamkeits-Dimension: der Vortragende als Mensch !

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Rhetorik**

Fortsetzung ...

Hier zwei Beispiele:

„Das folgende Problem hat mich einige schlaflose Nächte gekostet.“

„Als ich die Ergebnisse zu sehen bekam, war ich völlig verblüfft. Hier sind die Daten ...“

Arbeiten Sie mit rhetorischen Bildern,
denn diese sind besonders wirkungsvoll !

Hier einige Beispiele:

- *„Nicht auf die lange Bank schieben ...“*
- *„Nägel mit Köpfen machen ...“*
- *„Genau den Nagel auf den Kopf getroffen ...“*
- *„Bei Schönherr kaufen Sie nie die Katze im Sack ...“*
- *„Mit Speck fängt man bekanntlich Mäuse ...“*
- *„Steter Tropfen höhlt den Stein ...“*
- *„Gibt der Sache deutlich mehr Rückenwind ...“*
- *„Packen wir gemeinsam den Stier bei den Hörnern ...“*
- *„Auch eine delikate Seesunge hat nun mal Gräten ...“*
- *„Wo viel Sonne ist, da ist auch etwas Schatten ...“*
- *„Der weiteste Weg beginnt immer mit dem ersten Schritt ...“*
- *„Wenn Sie Ihren Erfolg verdoppeln wollen, dann müssen Sie logischerweise auch Ihre Fehler verdoppeln.“*

Vermeiden Sie Synonyme

und scheuen Sie sich nicht vor Wiederholungen.

Synonyme sind verschiedene Ausdrücke

für den gleichen Gegenstand.

Ihr Gebrauch bürdet dem Hörer eine zusätzliche Bürde auf. Er muss begreifen, dass Sie nicht einen anderen Gegenstand meinen, sondern den gleichen, von dem sie soeben gesprochen haben.

Er muss das Synonym übersetzen in den ursprünglichen Begriff.

Verständlicher ist es also, wenn Sie dreimal

den gleichen Begriff benutzen.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Rhetorik**

Fortsetzung ...

Heben Sie Zitate deutlich vom eigenen Text ab !

Der Leser orientiert sich an Doppelpunkten und Anführungszeichen.

Dem Hörer müssen Sie Zitate ankündigen und „*abkündigen*“. So zum Beispiel: „*Herr Dr. Wilhelm, der Chef der XY AG, sagte Vorgestern zu mir ...!*

Sie schließen mit: „*Soweit der Chef von der XY AG.*“

Bei längeren Zitaten sollten Sie einen zusätzlichen Quellen-Hinweis einschieben:

„*Ich zitiere immer noch Dr. Wilhelm.*“

Übrigens:

Ein Verfechter von Rhetorik-Seminaren ist der erfolgreiche Amerikaner Lee Iacocca. Er schreibt in seiner Biographie: „*Ohne mein rhetorische Können wäre es mir nicht gelungen, Chrysler zu retten.*“

Sie sollten die wichtigste Fähigkeit eines Managers

trainieren, nämlich die Fähigkeit zu überzeugen. Warum ? Eine Rede ist ein Monolog, und erst wenn man den Monolog beherrscht, hat man die Chance, ein Meister im Dialog zu werden. Reden zwingt zum Ordnen seines Denkens, und erst wenn im Gehirn Ordnung herrscht, kann man diese „*innere Ordnung*“ auf andere übertragen. Solange im Gehirn Unordnung herrscht, wird man bei anderen wahrscheinlich auch eher noch mehr Verwirrung stiften, als ohnehin schon vorhanden ist.

Rhetorik schult das logische Denken.

Unklare Gedanken ergeben immer unklare Aussagen. Denn nur das, was man vorher klar und deutlich durchdacht hat, kann man auch klar und deutlich aussprechen. Nutzen Sie jede nur mögliche Chance eine Rede zu halten, damit Sie ein Meister des gesprochenen Wortes werden, denn das Wort ist Ihr stärkstes Führungs-Instrument.

- **Überzeugen statt überreden**

Die Fähigkeit sich klar auszudrücken,
ist die Voraussetzung dafür, andere zu überzeugen.
Bevor wir uns anschicken, andere zu überzeugen,
müssen wir selbst überzeugt sein.

Die Fähigkeit, andere Menschen zu überzeugen,
können Sie gezielt fördern.
Bei neuen Gesprächs-Partnern sind es die ersten Worte,
der „*Smalltalk*“, mit denen Sie die richtige Atmosphäre
erzeugen.

Gehen Sie davon aus,
dass Sie ein fachkundiges Publikum vor sich haben.

**Stellen Sie daher im Gespräch oder Vortrag Ihre
Fach-Kompetenz heraus,**
indem Sie über erfolgreiche Projekte berichten.
Dies schafft Vertrauen bei Ihren Gesprächs-Partnern,
wenn diese Ihnen Fach-Kompetenz zutrauen.

Stellen Sie Ihre eigenen Interessen in den Hintergrund,
und überlegen Sie, welche Informationen Ihr Gegenüber
erwartet oder gebrauchen kann.

**Bauen Sie Glaubwürdigkeit auf, denn diese ist die
Basis effektiven Überzeugens.** Überzeugen Sie Ihre
Gesprächs-Partner davon, dass das, was Sie anbieten,
von gegenseitigem Interesse ist. Nur auf diesem Wege
können wir ihre Zustimmung gewinnen.

Stellen Sie sich selbst folgende Frage:
*„Geben meine Gefühle, meine Begeisterung
und mein Gefühl der Dringlichkeit meine
Überzeugung wieder?“*

Wenn Sie diese Frage bejahen können,
dann werden Sie es schaffen, die anderen zu überzeugen.
Mit Ihren Gefühlen erreichen Sie dann die Emotionen
der anderen.

Es ist von entscheidender Bedeutung,
wie Sie vortragen:

- **Es kommt darauf an, sicher, kompetent,**
sympathisch, glaubwürdig und seriös zu erscheinen.
- **Veranstalten Sie keine Selbstdarstellung.**
- **Bleiben Sie sich treu. Sie sind am besten,**
wenn Sie sich wesensgemäß und situationsgerecht
verhalten.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Überzeugen statt überreden**

Fortsetzung ...

- **Sichern Sie ein seriöses Erscheinungs-Bild.**
(*Extreme vermeiden*)
- **Achten Sie auf eine stimmige,**
positive Körpersprache im Zusammenspiel mit einer natürlichen Sprache.
- **Halten Sie beim Vortrag Kontakt zum Zuhörer.**
Achten Sie auf deren verbale und non-verbale Rückmeldungen.

Jeder würde besser und überzeugender wirken, wenn er die Fähigkeit erlernte, mit einem Minimum an Worten ein Maximum an Wirkung zu erzielen.

Dale Carnegie, US-amerik. Rhetorik- und Motivations-Lehrer und Autor zahlreicher Welt-Bestseller, nennt zwölf Möglichkeiten, die Menschen zu überzeugen:

1. Die einzige Möglichkeit einen Streit zu gewinnen, ist ihn zu vermeiden.
2. Achten Sie des anderen Meinung und sagen Sie ihm nie: „*Das ist falsch.*“
3. Wenn Sie unrecht haben, geben Sie es ohne Zögern zu.
4. Geben Sie dem anderen Gelegenheit „*ja*“ zu sagen.
5. Versuchen Sie es stets mit Freundlichkeit.
6. Lassen Sie hauptsächlich den anderen sprechen.
7. Lassen Sie den anderen glauben, die Idee stamme von ihm.
8. Versuchen Sie ehrlich, die Dinge vom Standpunkt des anderen aus zu sehen.
9. Bringen Sie den Vorschlägen und Wünschen anderer Ihr Wohlwollen entgegen.
10. Appellieren Sie an die edle Gesinnung des anderen.
11. Gestalten Sie Ihre Ideen lebendig und spannend.
12. Fordern Sie die anderen zum Wettbewerb heraus.

Zum Überzeugen gehört natürlich auch Diplomatie.

Hierzu eine kleine Anekdote: In einem großen Hotel in Düsseldorf steht an der Rezeption ein englischer Ausspruch, der in der Übersetzung etwa wie folgt lautet:
„*Diplomatie ist die Kunst, jemandem in so netter und charmanter Weise zu sagen, dass er zur Hölle gehen soll, dass der Angesprochene sich sogar auf die Reise freut !*“

- **Worte**

Eine optimale Kommunikation erreichen

wir nur dann, wenn wir unsere persönlichen Überzeugungen und Erfahrungen mit starken und somit aussagekräftigen Worten vermitteln.

Und wie der Züricher Management-Trainer und Buchautor Michael Löhner einmal sagte:

„Worte bestimmen die Qualität unserer Beziehung !“

Die Veränderung nur eines Wortes kann entscheidend die Wirkung einer Aussage beeinflussen.

Beispiel: Wenn Sie die Worte „*du Schuft*“ von einer Dame in großer Lautstärke hören, so ist es bestimmt eine Beleidigung. Die gleichen Worte – ins Ohr geflüstert – sind ganz gewiss ein Kompliment.

Beachten Sie generell die folgenden Grundsätze:

- Vermeiden Sie Übertreibungen und Verallgemeinerungen.
- Verzichten Sie auf Worthülsen.
- Komplizieren Sie Ihre Botschaft nicht.
- Achten Sie auf Einheitlichkeit.
- Seien Sie präzise.
- Benutzen Sie geeignete Bilder und Vergleiche.
- Wahren Sie die notwendige Vertrautheit.
- Achten Sie darauf, dass Sie niemanden beleidigen.

Klarheit !

Bilden Sie kurze Sätze, keine verschachtelten Ungetüme.

Bevorzugen Sie Tätigkeits-Wörter,

sie sind weniger missverständlich als Hauptwörter.

Sprechen Sie in sinnvollen Wortblöcken,

die durch kleine Pausen voneinander abgesetzt sind.

Sprechen Sie lieber etwas zu langsam als zu schnell.

Dann können Ihnen Ihr Kunde oder Ihre Zuhörer mühelos folgen, und Ihre Worte bekommen zugleich ein viel größeres Gewicht !

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- Worte

Fortsetzung ...

Das erste Wort, das verkauft, ist der Name Ihres

Kunden. Es ist leicht einzusehen, dass dies zutrifft.

Der eigene Name besitzt für jedermann den schönsten

Klang. Sie sollten in Ihrer Präsentation,

wenn möglich, hin und wieder den Namen aussprechen.

Hier nun einige andere wichtige Worte,

mit denen Sie sich besser verkaufen:

- aktiv
- aktuell
- anknüpfen
- anregen
- Anziehungskraft
- außerordentlich
- authentisch
- bedingungslos
- beflügeln
- bequem
- besonders
- besonders Vorteilhaft
- bestimmt
- betrachten
- bewährt
- Chance
- durchblicken
- durchdacht
- dynamisch
- effektiv
- effizient
- ehrgeizig
- eindeutig
- eindrucksvoll
- einfach
- einfaches Handling
- einladen
- einzigartig
- Entdeckung
- Erfolg
- Erfolgs-Strategie
- Ergebnisse
- erstklassig
- erwiesen
- exklusiv
- Experte
- exzellent
- fantastisch
- flexibel
- Fortschritt
- Freude
- Garantie
- Geborgenheit
- Geld
- Gelegenheit
- gemeinsam
- gemeinsame Strategie
- gern
- Gesundheit
- Gewinn
- glücklich
- großartig
- Harmonie
- hochinteressant
- Höchstleistung
- Innovation
- intensiv
- Klarheit
- Komfort
- Kompetenz
- konsequent
- Konzentration

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- Worte

Fortsetzung ...

- kraftvoll
- kreativ
- lebensnotwendig
- leicht
- Liebe
- maßgebend
- Meister-Leistung
- mustergültig
- neu
- Nutzen
- Original
- planbar
- positiv
- professionell
- qualitäts-bewusst
- Recht
- rentabel
- sattelfest
- schnell
- selbstverständlich
- sicher
- Sicherheit
- Sie
- sofort
- sparen
- sparsam
- spart Zeit
- Spaß
- staunen
- stets
- Stolz
- systematisch
- Überraschung
- überwältigend
- überzeugen
- umdenken
- Verdienst
- vereinfachen
- verstehen
- vorbildlich
- Vorsprung
- vorstellen
- Vorteil
- vorzüglich
- Wahrheit
- Weltruf
- weltweit
- Wert
- wirksam
- zielsicher
- Zufriedenheit
- zukunftsorientiert
- zusammen
- zuverlässig

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- Worte

Fortsetzung ...

Es gibt aber auch ebenso viele Worte,
die „nicht verkaufen“:

- aber
- bezahlen
- eigentlich
- ein bisschen
- Entscheidung
- Handel
- hart
- ich behaupte
- ich denke
- ich glaube
- ich möchte
- ja, aber ...
- kaufen
- Kosten
- kostet
- Krise
- man
- müssen
- nicht
- Preis
- Problem
- Reparatur
- Risiko
- schlecht
- Schmerz
- schwierig
- sie sollten mal
- Sorgen
- Tod
- trotzdem
- Unterlassung
- unterschreiben
- Verbindlichkeit
- verkaufen
- verkauft
- verlieren
- Verlust
- verpflichtet
- Verpflichtung
- versagen
- versuchen
- Vertrag
- vielleicht

Natürlich gibt es noch viele andere Worte,

die den Kunden schmeicheln,

sie unbeteiligt lassen oder gar abstoßen.

Es ist bestimmt einfacher, einen Kunden dazu zu bringen,

eine *Vereinbarung* zu akzeptieren, als einen *Vertrag* zu

unterzeichnen, und viele Leute *investieren* lieber,

als dass sie *kaufen*. Und es fällt ihnen leichter,

monatlich einen *Betrag* zu überweisen,

als eine *Zahlung* zu leisten.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Worte**

Fortsetzung ...

Es gibt ein weiteres Wort,

bei dem viele Menschen „*dichtmachen*“:

Beim Wort „*müssen*“ geht bei jedem Menschen der Rollladen runter; vor allem dann, wenn das Muss auch noch mit einer typischen Zeigefinger-Geste begleitet wird. Jeder, bestimmt auch Sie und ich, denkt oder fühlt dabei automatisch: „*Müssen muss ich gar nichts!*“

Wer als Oberlehrer auftritt,

der braucht sich nicht zu wundern,

wenn ihm die Zuhörer Widerspruch entgegenbringen.

Fazit:

Worte und Sätze, die Bilder malen,

haben für Ihr Unternehmen und für Ihre Präsentation einen sehr hohen Verkaufs-Wert !

- **Argumentation**

Wie Sie bei der Argumentation vorgehen können:

Es gibt natürlich eine Vielzahl von Möglichkeiten, die Informationen und Botschaften aufzubereiten.

Sie werden erkennen, dass die folgenden Vorschläge dem Zuhörer eher „*unter die Haut gehen*“, also eine besonders emotionale Ansprache ermöglichen.

- **Vom Allgemeinen zum Besonderen**
- **Von den Auswirkungen zu den Ursachen**
- **Vom Angenehmen zum Unangenehmen**
- **Von den Problemen zu den Lösungen**
- **Bringen Sie Struktur in Ihre Gedanken,** zum Beispiel durch: erstens, zweitens, drittens usw.
- **Nennen Sie zum Beispiel die fünf wichtigsten Vorteile** und zählen Sie diese an der Hand ab.
(*Das ist eine sehr wirkungsvolle Unterstützung Ihrer Argumente !*)

Übrigens:

Stellen Sie nie eine Behauptung auf, die Sie nicht sofort durch Beweise untermauern können, denn sonst ist Ihnen der Widerspruch gewiss !

- **Verstärken Sie Ihre Argumente durch Fakten,** Daten, Statistiken, Referenzen und Testimonials
(*Experten haben stets die besten Referenzen !*)
Bereiten Sie sich hier visuell sehr gut vor.

Übrigens:

Je wichtiger Ihre Idee oder Botschaft ist, desto wichtiger ist die dramaturgische Ankündigung !

- **Logik**

Nicht alles, was logisch klingt, ist auch logisch !

Hier ein schönes Beispiel:

Ein Medizin-Professor, dem die Warnung vor der schädlichen Wirkung des Alkohols besonders am Herzen liegt, läßt vor den Augen der gespannten Studenten einen Regenwurm in ein Glas mit reinem Alkohol fallen. Sekundenschnell löst sich der Wurm in nichts auf. An seine Studenten gewandt, fragt der Professor: „*Nun, meine Damen und Herren, was lernen wir daraus ?*“ Schweigen. Dann, aus der hintersten Reihe, die Antwort: „*Wer Alkohol trinkt, der bekommt keine Würmer !*“

Der griechische Philosoph Aristoteles sagte über die Logik:

Der Grund-Baustein jedes Argumentes sei, wenn es vom Zuhörer verstanden werden soll, die Logik !

Die Wirkung eines Argumentes wird nur dann zwingend (*also verstanden*), wenn die Aussage begründet wird.

Begründungen beginnen immer mit:

- Weil ...
- Deshalb ...
- Genau deshalb ...
- Und genau das ist der Grund, weshalb ...
- Immer wenn ...
- Nur wenn ..., dann ...

- **Verkaufen**

Verkaufen,

das ist die sensible Kunst, Menschen anzusprechen, ihre Bedürfnisse zu diagnostizieren, ihnen ein bestmögliches Angebot zu machen, sie zu begeistern, sie dahin zu bringen, dass sie das Angebotene wirklich besitzen wollen.

Erfolgreiche Verkäufer reden mit einem Kunden

mehr über die Zukunft als über die Gegenwart.

Mit bildreicher Sprache und illustrativen Beispielen entwerfen sie eine positive Vision und motivieren so den Kunden, über mögliche Veränderungen in seiner Zukunft nachzudenken. Denn:

Jede realisierte Veränderung gibt dem Verkäufer erneut Gelegenheit, dem Kunden mit Rat, Tat sowie den richtigen Dienstleistungen und Produkten zur Seite zu stehen.

Ernstzunehmende Arbeitsmarkt-Forscher

stellten fest: Jeder zweite Verkäufer ist schon heute überfordert, obwohl er sich selbst für erfolgreich hält. Bis zu 80% seiner Verkaufs-Aussagen sind für den Verkauf belanglos, teilweise sogar gefährlich !

Durch undurchdachte, teilweise nicht mehr aktuelle Argumentation torpediert er seinen eigenen Verkaufserfolg.

Was gute Verkäufer brauchen,

ist ein intelligentes Argumentations-Training, das ihr Unternehmen nicht nur auf Stand, sondern auf Vorsprung bringt.

Das Erfolgs-Rezept,

um dauerhaft erfolgreicher zu verkaufen:



(Fortsetzung nächste Seite ...)

- Verkaufen

Fortsetzung ...

Ein guter Verkäufer braucht vielerlei.

Erstens braucht er PAM:

Das ist keine Fluglinie,
sondern die Kurzformel für
Produkt-, Anwendungs- und Marktkenntnisse.

- Er muss wissen, was er verkaufen will.
- Welche Eigenschaften hat sein Produkt ?
- Wie wird es hergestellt ?
- Wie entsorgt ?
- In welchen Variationen ist es zu haben ?
- Er muss wissen, wie es funktioniert,
wo Leistungs-Grenzen liegen,
was man alles damit machen kann,
was man bei der Benutzung beachten muss.
- Hat er ein Produkt,
das wegen seiner Einmaligkeit stark gefragt ist ?
- Oder hebt es sich kaum von anderen Produkten ab ?
- Was leistet die Konkurrenz ?
- Welche Ressourcen hat sie ?
- Wie weit ist der Markt erschlossen ?
- Welches ist seine Zielgruppe ?

Zweitens muss er:

- gut zuhören können !
- Interesse zeigen !
- höflich sein !
- sauber und adrett !
- gute Unterlagen präsentieren !
- komplette Unterlagen präsentieren !
- Probleme erfragen !
- Probleme (=Engpässe) erkennen !
- wenig über das Produkt,
sondern vom Nutzen erzählen !
- in Bildern sprechen !
- in Beispielen sprechen !

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Verkaufen**

Fortsetzung ...

Die Variante „Mit einem Lächeln“

Versuchen Sie Ihrem Kunden in der entscheidenden Phase Ihrer Präsentation ein Lächeln und Zustimmung zu entlocken. Damit verbessern Sie Ihre Aussichten, etwas zu verkaufen. Der Grund dafür ist einfach: Ihr Kunde muss zuerst Sie „kaufen“, bevor er Ihr Produkt oder Ihre Ideen kaufen will.

Ein freundliches Lächeln oder ein herzhaftes Lachen

ist ein recht guter Hinweis darauf, dass er Sie als Person akzeptiert und sehr wahrscheinlich kauft, was Sie anzubieten haben. Und es ist unwahrscheinlich, dass Ihr Kunde mit einem Lächeln im Gesicht schlecht über Sie oder Ihr Produkt spricht.

Der heutige Verkäufer ist nicht nur ein Verkäufer für Produkte oder Dienstleistungen – nein –, der heutige Verkaufs-Profi muss sein:

- ein Marketing-Experte
- ein Anwendungs-Fachmann
- ein Trend-Analyst
- ein Gewinn-Maximierer
- ein Berater

und das alles in einer Person !

Bei jeder Präsentation wird etwas verkauft.

Entweder verkauft der Kunde Ihnen die Tatsache, dass er nichts kaufen kann oder will, oder Sie verkaufen ihm, dass er kaufen kann und auch kaufen sollte.

Das beste Wort, das verkauft,

ist der Name des Kunden.

Es ist leicht einzusehen, dass dies zutrifft.

Der eigene Name besitzt für jedermann den schönsten Klang. Sie sollten ihn im Laufe Ihrer Präsentation hin und wieder aussprechen.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Verkaufen**

Fortsetzung ...

Es ist bestimmt einfacher,
einen Kunden dazu zu bringen, eine *Vereinbarung* zu akzeptieren, als einen *Vertrag* zu unterzeichnen, und viele Leute *investieren* lieber, als dass sie *kaufen*. Und es fällt ihnen leichter, monatlich einen *Betrag* zu überweisen, als eine *Zahlung* zu leisten.

Wörter und Sätze, die Bilder malen, haben für Sie
und Ihr Unternehmen einen hohen Überzeugungs-Wert !

Der französische Verkaufs-Trainer Marcel Chapotin
spricht von der AIHV-Formel und meint damit:

„*Angefasst ist halb verkauft !*“

Lassen wir den Kunden gezielt anfassen.

Anfassen entwickelt Besitz-Trieb.

Ein wichtiger Lehrsatz lautet:

Sag's ihnen, und sie werden es vergessen.

Zeig's ihnen, und sie werden sich erinnern.

Integriere sie, und sie werden es begreifen.

- **AIDA-Formel**

AIDA – 4 einfache Buchstaben, die Ihnen helfen
können, dass Ihre Präsentation noch überzeugender
ankommt:

Aufmerksamkeit wecken: So legen Sie den Grundstein
für eine wirksame Präsentation.

Interesse erzeugen: Damit Ihr Publikum wirklich
aufmerksam zuhört.

Desire: Den Kauf-Besitz-Wunsch bestärken,
damit der Kunde wirklich haben will, was Sie anbieten.

Action: Handlung (*Kauf*) auslösen:

So machen Sie das Geschäft.

- **Die 100**
unausgesprochenen
Fragen eines Kunden

Wer überzeugender präsentiert,

der hat deutlich mehr Erfolg!

Deshalb ist es äußerst wichtig, einerseits dem Kunden die Präsentationen optisch überzeugend zu überreichen, und andererseits sollten aus dem Angebot bzw. der Präsentation die Antworten auf die ca. 100 unausgesprochenen Fragen eines Kunden hervorgehen.

Jede unausgesprochene Frage, die nicht im voraus

beantwortet wird, führt zu Missverständnissen,

Rückfragen, Diskussionen, Zeit-Verlust usw.

Die Strategie der unausgesprochenen Fragen stammt vom Direkt-Marketing-Experten Prof. Siegfried Vögele.

Die folgenden Fragen sind ein Beispiel dafür,

welche ständigen Grund-Fragen Ihre Ziel-Gruppe hat, unabhängig davon, welches Produkt Sie anbieten !

1. Welcher Vorteil wird mir geboten ?
2. Welchen Vorteil habe ich gegenüber vorher ?
3. Wie habe ich diesen Bedarf vorher gelöst ?
4. Wer beweist das ?
5. Wie kann ich mich persönlich überzeugen ?
6. Muss ich etwas unterschreiben ?
7. Muss ich mit jemandem sprechen ?
8. Was steckt dahinter ?
9. Ist dort irgendein Haken ?
10. Wer ist das Unternehmen ?
11. Wer steht dahinter ?
12. Was sagen mein Chef, meine Mitarbeiter, meine Kunden, meine Frau dazu ?
13. Ist dieser Vorteil den Preis wert ?
14. Bringt mir das wirklich etwas Neues ?
15. Was kostet mich dieser Vorteil konkret ?
16. Wer ist für mich persönlich zuständig ?
17. Welche Qualitäts-Garantie gibt es für mich ?
18. Wer kontrolliert die Qualität ?
19. An wen wende ich mich bei Reklamationen ?
20. Was kostet das Produkt, die Leistung usw. ?
21. Wie ist es zu zahlen ?
22. Kann ich es mieten oder leasen ?
23. Wie lang ist die Lieferzeit ?
24. Was muss ich vorher noch entscheiden ?
25. Was geschieht mit meinen Daten ?

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Die 100**
unausgesprochenen
Fragen eines Kunden

Fortsetzung ...

26. Gibt es einen Vertrag ?
27. Wie lange läuft der Vertrag ?
28. Welche Verpflichtungen gehe ich ein ?
29. Welches Risiko gehe ich ein ?
30. Welche Sicherheiten werden geboten ?
31. Soll ich jetzt reagieren oder erst später ?
32. Gibt es Ersatz-Lösungen ?
33. Ist das Produkt umweltfreundlich ?
34. Wie viel Energie braucht dieses Produkt ?
35. Wie hoch sind die Reparatur-Zeiten ?
36. Wie hoch sind die Betriebs-Kosten ?
37. Was kosten Ersatz-Teile ?
38. Wo bekomme ich Ersatz-Teile ?
39. Wer baut die Ersatz-Teile ein ?
40. Was kann ich selber reparieren bzw. einbauen ?
41. Was erlebe ich später als Besitzer ?
42. Nützt das meiner eigenen Karriere ?
43. Nützt es meiner Firma ?
44. Wann hat sich das Produkt amortisiert ?
45. Ab wann verdiene ich damit Geld ?
46. Welche Handels-Spanne bleibt mir ?
47. Welche Frachtkosten entstehen ?
48. Was bekomme ich zusätzlich ?
49. Was mache ich mit der Ware,
wenn sie mir nicht gefällt ?
50. Wie schicke ich sie zurück ?
51. Was mache ich, wenn das Produkt nicht
funktioniert ?
52. Wie wird berechnet ?
53. Wann wird berechnet ?
54. Wie weit ist die Firma von mir entfernt ?
55. Wo kann ich das Produkt vorher anschauen ?
56. Welche Größe ist für mich richtig ?
57. Wie formuliere ich meine Bestellung ?
58. Gibt es eine bessere Lösung als diese ?
59. Aus welchem Material besteht das Produkt ?
60. Welche Lebens-Dauer kann ich erwarten ?
61. Welche Verschleiß-Teile enthält es ?
62. Wie hoch sind die Folge-Kosten ?
63. Was ist reparaturanfällig ?
64. Welcher Service wird geboten ?
65. Wo ist der nächste Vertrags-Händler ?

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Die 100**
unausgesprochenen
Fragen eines Kunden

Fortsetzung ...

66. Wie schwer ist das Produkt ?
67. Passt es zu dem Image meiner Firma ?
68. Wie wird es geliefert ?
69. Wer stellt es auf ?
70. Muss ich vorher ausgebildet werden ?
71. Was mache ich mit dem vorherigen Produkt ?
72. Kann ich das alte Produkt verkaufen ?
73. Was bekomme ich noch dafür ?
74. Lohnt sich der Austausch schon jetzt ?
75. Ist das Produkt völlig neu ?
76. Ist das Produkt altbewährt ?
77. Gibt es Patente, Prüf-Siegel, Gutachten ?
78. Wie alt ist das Unternehmen ?
79. Was kann die Konkurrenz bieten ?
80. Was ist bei der Konkurrenz besser / schlechter ?
81. Welche Rabatte gibt es ?
82. Welche Mengen-Nachlässe gibt es ?
83. Welche Versand-Einheiten gibt es ?
84. Wie ist das Produkt verpackt ?
85. Ist es lagerfähig ?
86. Warum bin gerade ich als Kunde interessant ?
87. Was weiß der Lieferant von mir ?
88. Was für Referenzen hat der Lieferant ?
89. Wie behandeln mich die Mitarbeiter des Unternehmens ?
90. Wie ist das Image des Unternehmens ?
91. Wie zukunftssicher ist das Angebot ?
92. Werde ich auch in fünf Jahren gut bei diesem Unternehmen aufgehoben sein ?
93. Werde ich auch in kritischen Situationen kompetent betreut ? (*zum Beispiel außerhalb der Kernzeiten, an Wochenenden, Feiertagen*)
94. Warum soll ich jetzt kaufen ?
95. Wie gesund und solvent ist das Unternehmen ?
96. Wie erfahren ist das Unternehmen mit dem, was es anbietet ?
97. Habe ich dieses Problem überhaupt ?
98. Haben andere es schon ?
99. Was soll ich jetzt tun ?
100. Habe ich überhaupt Bedarf ?

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Die 100**
unausgesprochenen
Fragen eines Kunden

Fortsetzung ...

Übrigens:

Menschen interessieren sich in erster Linie für sich selbst. Und wofür interessieren sich die Menschen in zweiter Linie ? Nochmals für sich selbst !

Und in dritter Linie ? Ebenfalls nur für sich selbst !

So einfach ist es eine gute Präsentation zu halten:

Der Mensch kann stundenlang zuhören, vorausgesetzt, man redet von *ihm*, *seinen* Heldentaten, *seinen*

Möglichkeiten, *seinen* Problemen, *seiner* Vergangenheit und *seiner* Zukunft.

Das ist das A und O der „*mitreißenden*“ Präsentation, der eindrucklichen Präsentation, des Cabarets,

das ankommt, kurz, der Schau, die das Publikum nicht nur seine Sorgen, sondern sogar die Zeit vergessen lässt.

- Ziel-Gruppe

Analysieren Sie also Ihre Ziel-Gruppe
und die Situation:

- **Wie setzt sich der Hörer-Kreis zusammen ?**
- **Wie kann ich mit den Kunden auf eine Wellenlänge kommen ?**
- **Welche Bedürfnisse und Wünsche haben meine Zuhörer ?**
- **Welche Vorkenntnisse und Bildungs-Voraussetzungen haben sie ?**
(Wichtig: Nutzen Sie alle Informations-Quellen, um Vorinformationen über den Kundenkreis zu erhalten !)
- **Bestimmen Sie, welche Markt-Nische und welche Kunden-Gruppe für Sie am wichtigsten ist, weil Ihr Produkt dort am meisten Nutzen bietet.**

Fragen Sie sich:

- **Wie einzigartig ist mein Angebot**
oder meine Botschaft ?
(Auswahl, Produkt-Angebot, Qualität)
- **Wie wichtig ist mein Angebot, mein Produkt,**
meine Dienst-Leistung für die Ziel-Gruppe ?
- **Wie „überzeugend“ ist meine Preis-Strategie,**
gemessen am Nutzen ?
- **Welche herausragenden Extra-Leistungen**
biete ich ?

Welche Erwartungen und Ziele haben die Zuhörer ?

- Welche Ziele und Interessen verfolgt der Kunde ?
- In welcher Position befindet er sich ?
- Welche Probleme und Schwierigkeiten sind bekannt ?
- Wo liegt der Bedarf beim Kunden ?
- Was sind seine Entscheidungs-Kriterien ?
- Welchen Nutzen erwartet mein Auditorium ?
- Welche Technischen Produkt-Merkmale sind beim Kunden wichtig ?

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- **Ziel-Gruppe**

Fortsetzung ...

Welche Vorstellungen und Einstellungen haben die Zuhörer ?

- Welche Fach-Begriffe/schwierigen Zusammenhänge muss ich erklären ?
- Wie stehen die Zuhörer zu unserem Unternehmen ?
- Wie stehen die Zuhörer zum Angebot ?
- Wie stehen die Zuhörer zum Wettbewerb ?
- Welche Präsentations-Medien setzen die Zuhörer (*vermutlich*) selbst ein ?
- Mit welchen Einwänden und mit welcher Kritik muss ich rechnen ?
- Welche Interessen-Konflikte gibt es (*vermutlich*) bei den Teilnehmer (*zum Beispiel zwischen Abteilungen oder Hierarchie-Ebenen*) ?

Wie stehen die Zuhörer zu mir ?

- Wie werden mich die Zuhörer wahrnehmen (*Experte, Berater ...*) ?
- Welche Gemeinsamkeiten habe ich mit den Zuhörern ?
- Welche beruflichen/persönlichen Kontakte kann ich nutzen ?
- Wem muss ich besondere Aufmerksamkeit schenken ?

Überlegen Sie sich genau, ob Sie die Sprache Ihrer Ziel-Gruppe sprechen :

Wenn zum Beispiel eine Landratte einem alten Seebären etwas verkaufen will, dann sollte sie sich zuerst mit dessen Sprache vertraut machen.

- In einem großen Seehafen wird nicht 24 Stunden am Tag gearbeitet, sondern *rund um die Uhr*.
- Das Schiff wird nicht *beladen* und *entladen*, sondern es *lädt* oder *löscht*.

(Fortsetzung nächste Seite ...)

- Ziel-Gruppe

Fortsetzung ...

Wer mit Jägern zu tun hat, der muss wissen, dass es nicht nur das berühmte Jägerlatein gibt, sondern auch die Fachsprache der Jägerei.

- Hasen haben keine *Ohren*, sondern *Löffel*.
- Der Hund hat keinen *Schwanz*, sondern eine *Rute*.
- Haarwild und Hunde haben keine *Beine*, sondern *Läufe*. Ausnahme: Bär, Dachs und Marder haben *Pranken*.

So hat nicht nur jede Landschaft ihre spezifischen Sprach-Merkmale, sondern auch jeder Beruf und jede Branche. Für EDV-Spezialisten sind Ausdrücke wie: Input, Hardware die selbstverständlichsten Begriffe der Welt. Sind sie es auch für alle ihre Gesprächspartner ?

Was nützt die beste Verhandlungs-Technik, wenn wir uns einer Sprache bedienen, die mit jedem Satz das Trennende zwischen uns und unserem Gesprächspartner in Erinnerung ruft ?

Der Nutzen einer gründlichen Zuhörer- bzw. Ziel-Gruppen-Analyse liegt unter anderem darin, dass Sie:

- ... Fettnäpfchen vermeiden
- ... sich auf Ihre Zuhörer vorbereiten können
- ... Ihr Publikum besser für sich einnehmen können
- ... sich sprachlich auf Ihre Zuhörer einstellen können
- ... Ihre Präsentation inhaltlich und methodisch entsprechend aufbauen können
- ... Ihre Ziele wirkungsvoller ansteuern können
- ... Ihre Argumente genau abstimmen können
- ... Ihre Inhalte publikumsgerecht anbieten können
- ... Ihr Thema besser in den Griff bekommen
- ... sich auf Fragen optimal vorbereiten können

Kostenlose Downloads für Ihren Erfolg

Wissen ist der Rohstoff der Zukunft !

**Komprimiertes Experten-Wissen zum Null-Tarif
erhalten Sie unter www.schoenherr.de,
dort unter „Downloads kostenlos“**

Titel	Seiten	Autor
Mit Wissens-Management zu deutlich mehr Erfolg!	25 Seiten	(von Reiner Kreutzmann)
Besprechungen & Konferenzen (<i>Tipps, Regeln und Methoden</i>)	15 Seiten	(von Reiner Kreutzmann)
Farben und Kleidung	58 Seiten	(von Reiner Kreutzmann)
Geld: Geheimnisse des Geldes	70 Seiten	(von Reiner Kreutzmann)
Mund-zu-Mund-Marketing (<i>Neukunden-Gewinnung durch Empfehlungen</i>)	31 Seiten	(von Reiner Kreutzmann)
Präsentation: ABC der wirkungsvollen Präsentation	10 Seiten	(von Reiner Kreutzmann)
Total Quality Management	71 Seiten	(von Reiner Kreutzmann)
Zeit-Management und Ziele	77 Seiten	(von Reiner Kreutzmann)
Das Erfolgs-Geheimnis der positiven Ketten-Reaktion	24 Seiten	(von Wolfgang Mewes)
Mehr Erfolg durch Spezialisierung	20 Seiten	(von Dr. Kerstin Friedrich)
Interview mit Peter Drucker (<i>manager magazin</i>)	12 Seiten	(von Peter Drucker)
Erfolgs- und Miss-Erfolgs-Strategien	35 Seiten	(von Erwin Seyfarth)
Die 6 Marketing-Strategie-Gesetze	11 Seiten	(von Alexander Christiani)
Weck den Sieger in Dir	12 Seiten	(von Alexander Christiani)
Mit den persönlichen Startknöpfen zum Ziel	10 Seiten	(von Alexander Christiani)
Die Nr. 1 Strategie	3 Seiten	(von Nikolaus B. Enkelmann)
Das ABC der Lebens-Energie	11 Seiten	(von Jörg Löhr)
Das ABC der erfolgreichen Zukunft	8 Seiten	(von Jörg Löhr)
Strategie-Journal (<i>wertvolles Strategie-Wissen</i>)	24 Seiten	(von Wolfgang Mewes)
Die meistgemachten Fehler im Direktmarketing	10 Seiten	(von Guido Zinsler)
Daten-Erfassungs-Tipps für Kunden-Datenbanken	8 Seiten	(von Guido Zinsler)
Der Zukunfts-Manager	8 Seiten	(von Pero Micic)
Das gesprochene Wort (<i>Rhetorik-Ratgeber</i>)	34 Seiten	(von Günter Zienterra)
17 Lern-Tipps	43 Seiten	(von Reinhold Vogt)

Schönherr

... seit 20 Jahren eine gute Verbindung!

Bindesysteme Schönherr GmbH
Rübenkamp 17, 21220 Seevetal
Tel. (0180) 112 33 33 ... zum Orts-Tarif
Fax (0800) 015 25 35 ... zum Null-Tarif
Internet www.schoenherr.de
eMail service@schoenherr.de