

***Nie
wieder
langweilige
Präsentationen***

Mit Leichtigkeit spannende und
lebendige Vorträge halten

Nie wieder langweilige Präsentationen: Mit Leichtigkeit spannende und lebendige Vorträge halten

Erste Frage: Bist du schon mal bei einem Vortrag eingeschlafen (als Zuhörer, nicht bei deinen eigenen Vorträgen)? Bestimmt! Es ist uns allen schon mal passiert. Und wenn du bei Vorträgen, Besprechungen und Meetings nicht eingeschläfst, dann vielleicht nur deshalb, weil du dich – zurecht – zusammenreißt: Je kleiner das Publikum bzw. je überschaubarer die Runde, desto auffälliger wird das Wegnicken.

Zweite Frage: Bist du schon mal in einem face-to-face-Gespräch eingeschlafen? Mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht.

Daraus ergibt sich die zentrale Frage: Wo ist der Hauptunterschied zwischen Vorträgen und Gesprächen? Vorträge sind monologisch, Gespräche dialogisch.



Regel: Halte deinen Vortrag so dialogisch wie möglich. Formuliere offene Fragen an das Publikum und verwende diese Fragen als Strukturprinzip deines Vortrages.

Diese Regel ist essenziell, wenn du deine Botschaft(en) vermitteln, Nähe zum Publikum aufbauen und positiv in Erinnerung bleiben möchtest. Du hast dabei die Wahl, ob du deine Fragen direkt ans Publikum stellst oder nur für dich aufschreibst, um dann im 'Antwort-Modus' zu sprechen. Eine Mischung aus beidem ist ebenfalls sinnvoll. Versuch in deinem Vortrag, mindestens fünf offene Fragen zu formulieren, die das Publikum interessieren.

Die zwei wichtigsten Vorteile des 'Antwort-Modus' sind:

1. Du gehst direkt auf die Themen, Interessen und Bedürfnisse deiner Zuhörer ein (und passt dich dabei auch leichter an ihren Kenntnisstand an).
2. Du siehst dein Thema ggf. aus einer anderen Perspektive (wenn deine Sicht nicht der Sicht des Publikums entspricht) und kommst so in den 'Empathie-Modus'.

Du musst aber natürlich nicht alle Fragen beantworten – und sollst es auch nicht. Oft sind Themen zu komplex, dir fehlen wichtige Informationen oder die Situation ist unübersichtlich. Wichtig ist, dass du tatsächlich die Fragen aufgreifst, die deine Zuhörer interessieren (ob sie dich interessieren ist hier zweitrangig) und deinem Vortrag den Anstrich eines Dialoges verleihst.



Profi-Tipp: Beziehe dich im Laufe deines Vortrages auf die Kommentare und Antworten der Zuhörer, die du vorher durch deine Fragen ans Publikum erhalten hast. So zeigst du deine Wertschätzung für die Beiträge und gibst deinem Vortrag einen Anstrich der Spontanität und des Situativen. Für mich stellt dies die nachhaltigste Technik dar, um den Eindruck von Souveränität zu vermitteln.



Regel: Vermeide Fragen zum Einstieg, wenn du keine Zeit für einige Antworten hast oder einplanst. Eine Frage in die Runde zu werfen, ohne dabei auf die Antworten zu warten und gleich weiterzumachen bewirkt das Gegenteil des gewünschten Effekts. Wenn du also eine Frage formulierst, lasse ein wenig Zeit für Antworten zu.

Segmentieren

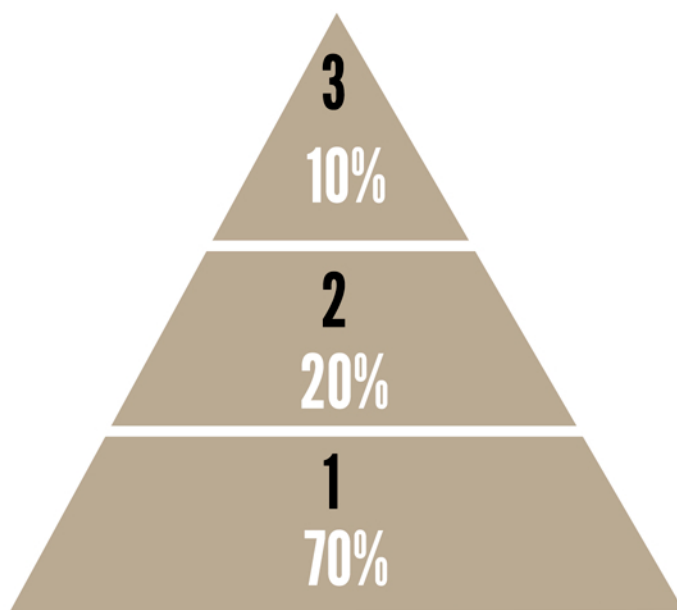
Du kommst leichter in den dialogischen Modus, wenn du dein Publikum segmentierst. Das ist einer der wichtigsten Tipps, die ich aus dem Harvard Business Review gelernt habe (*HBR Guide to Persuasive Presentations*, hrsg. von Nancy Duarte, 2012). Warum ist so essenziell, zu segmentieren?

Beim deinem Publikum handelt sich um keine homogene, kohärente und monolithische Gruppe, sondern um eine zufällige Ansammlung von Individuen. Sie können alle in einem Unternehmen arbeiten, sogar aus derselben Stadt kommen oder sich aus einer Altersgruppe zusammensetzen, dennoch sind es Individuen mit ihren ganz eigenen Erfahrungen, Erwartungen und Interessen.

Du kannst nicht allen gerecht werden und alle Zuhörer individuell ansprechen, aber du kannst sie segmentieren, um sie dann in den nächsten Schritten direkt anzusprechen und nach diesem Prinzip deinen Vortrag zu strukturieren.

Schritt 1: Unterteile das Publikum in drei Segmente. Gruppe 1 steht im Fokus, sie willst du in erster Linie erreichen. Gruppe 2 ist wichtig, aber nimmt für dich deutlich weniger Bedeutung ein als das erste Segment. Gruppe 3 ist für dich zwar eventuell weniger relevant, aber du willst auch dieser Respekt zollen und deine Wertschätzung für ihre Anwesenheit zum Ausdruck bringen.

Schritt 2: Du überlegst dir offene Fragen, die das jeweilige Segment interessieren und bietest Inhalte, Zusammenhänge und Informationen, die für sie relevant sind. Im *Harvard Business Review* heißt es so schön: What makes them happy.



Gruppe 3 ist für dich zwar eventuell weniger relevant, aber du willst auch dieser Respekt zollen und deine Wertschätzung für ihre Anwesenheit zum Ausdruck bringen.

Gruppe 2 ist wichtig, aber nimmt für dich deutlich weniger Bedeutung ein als das erste Segment.

Gruppe 1 steht im Fokus, sie willst du in erster Linie erreichen.



Profi-Tipp: Sprich, wenn möglich, die Personen aus dem jeweiligen Segment direkt an und baue auf diese Weise Nähe auf. Du kannst sogar betonen, dass du dir Gedanken gemacht hast, inwiefern dein Thema aus ihrer Perspektive relevant, interessant und spannend sein könnte.

In der Kürze liegt die Würze

Lincolns Gettyburg-Rede ist eine der bekanntesten Episoden der Rhetorikgeschichte. Wie lang war sie? Nicht 30 oder auch nur 10 Minuten. Sondern zwei Minuten! Eine konzise Rede bleibt in Erinnerung und entpuppt sich fast immer eine positive Überraschung. Eine zu lange Rede bewirkt fast immer genau das Gegenteil. Gerade wenn du auf einer Konferenz oder am Ende eines Meetings (o.ä.) vorträgst, empfiehlt es sich sehr, deine Rede kürzer zu halten. Nur weil dir für deinen Vortrag 30 Minuten zugeteilt werden, bedeutet das nicht, dass du tatsächlich so lange sprechen musst. Überrasche die Leute und sei schneller fertig als gedacht oder geplant.



Der Einstieg

Grundsätzlich gilt: Fang mit etwas Spannendem oder Überraschendem an. Mit einem Highlight am Anfang setzt du ein Zeichen. So hast du die volle Aufmerksamkeit der Zuhörer und kannst deine Botschaften leichter platzieren. Der absolute Killer ist es, die Struktur bzw. den Ablauf des Vortrages eingehend zu nennen. Das nimmt jede Spannung aus der Sache und warum sollten – überspitzt formuliert – die Zuhörer weiter zuhören, wenn sie schon wissen, worüber du sprechen willst? Diese Info verleitet dazu, sich zurückzulehnen, sich berieseln zulassen und, im schlimmsten Falle, abzuschalten.

Siehe es so: Wenn du mich fragst, wie mein letzter Urlaub war, werde ich dir garantiert nicht etwas in dieser Art sagen: „Ich erzähle im ersten Teil meiner Urlaubsbeschreibung von der Anreise nach Kolumbien, dann gehe ich in meiner Beschreibung auf die einzelnen Städte und landschaftlichen Sehenswürdigkeiten ein.“

Im Hauptteil gehe ich auf Land und Leute ein und berichte von meiner Dschungel-Tour, bei der ich einige Tage in einem Indianerdorf übernachtet habe. Am Ende gebe ich einen kurzen Überblick über meine Impressionen und schließe ab mit meiner Rückreise.“ Wenn ich das tue, fragst du mich garantiert nie wieder nach meinem Urlaub und denkst vielleicht, dass ich verrückt bin. Stattdessen würde ich dir gleich (ohne den ganzen Zusammenhang) das Spannendste nennen oder das, was mich am meisten an der Reise begeistert hat.



Warum sollte das bei einem Vortrag anders sein? Vielleicht denkst du jetzt, dass alltägliche Gespräche über Urlaub etwas anderes sind als Präsentationen. Sie sind etwas anderes – und genau das ist das Problem. Gespräche über Urlaub machen normalerweise Spaß und sind entspannt, Vorträge dagegen sind manchmal anstrengend oder behandeln Themen, die uns nicht immer etwas angehen, uns interessieren oder die uns einfach nicht gefallen. Gerade dann, wenn es mal wieder ein Thema ist, das sperrig, fachspezifisch oder trocken ist, fängst du am besten mit etwas Spannendem oder Überraschendem an.

Doch was ist spannend? Was überraschend? Tipps und zentrale Fragen zur Ideenfindung:

- Was ist möglicherweise für deine Zuhörer interessant und was wissen sie nicht? Hast du (idealerweise neue) Informationen, die relevant sind? Hast du etwas Ungewöhnliches entdeckt oder in einem Buch / im Internet / bei der Konkurrenz / in einem anderen Land / bei einem Gespräch mit einem Experten gelernt? Hast du einen neuen Zusammenhang erkannt?
- Was machen die Anderen? Deine Kollegen? Die Konkurrenz? Mach dir die Normen, Konventionen, typischen Abläufe und Kommunikationsformen bewusst. Alternativ kannst du dich fragen: Was machen die Pioniere oder die Kreativköpfe in deinem Gebiet? Learn from the best!



Weitere Einstiegsmöglichkeiten

Auf den Kopf stellen

Du kannst feststehende Abläufe und Rituale weiterdenken, umdrehen oder auf den Kopf stellen. Beginne z.B. mit einer Umfrage oder mach vor dem Vortrag eine kurze Q&A-Runde. Fast alle machen die Q&A-Runde nach ihrem Vortrag. Sie an den Anfang zu stellen (und am Ende aufzugreifen) hat allerdings seinen Reiz und Sinn bei vielen Vorträgen.



Regel: Dehne Regeln, Normen und Konventionen, ohne sie zu brechen. Das ist besonders wichtig, wenn du noch keinen hohen Status hast oder in einer konservativen Branche arbeitest.

Du kannst auch weniger spannende Informationen spannend verpacken, indem du bewusst einen Teil der Information weglässt, z.B.: „Heute ist ein besonderer Tag... / Bei uns gibt es einige spannende Neuerungen..." oder „Jetzt kommt / das ist ein Thema, bei dem ihr gefordert seid...". Lege anschließend eine Kunstpause von drei Sekunden ein. Du kannst es auch ein wenig ausreizen, indem du in den nächsten Sätzen nicht näher auf die Aussage eingehst. Nach einem kurzen Themenwechsel gehst du wieder auf die ursprüngliche Aussage ein, z.B.: „Sie fragen sich nun möglicherweise, von welchen Neuerungen ich gesprochen habe... / was diesen Tag besonders macht o.ä.").

Storytelling

Fang mit einer kurzen Geschichte oder einer kleinen Anekdote an, die idealerweise entweder auf deiner eigenen Erfahrung basiert oder inhaltlich mit deinem Vortrag zusammenhängt.



Da fällt mir folgende Geschichte ein ...

Was mir letztens passiert ist ...

Dabei muss der Zusammenhang nicht unmittelbar, direkt und eindeutig sein; es ist sogar eleganter, wenn du deinem Vortrag unter ein übergeordnetes Thema/ Motto/ Leitmotiv stellst und mit der Geschichte oder Anekdote darauf verweist. Stell dir dazu die Frage, was das überlagernde Thema sein könnte und welche weiteren Implikationen dein Thema beinhaltet.

Die Steve-Jobs-Technik

„Stellen Sie sich vor...“ („Imagine...“). Idealerweise evozierst du ein einprägsames Bild. Baue nach diesem Satz unbedingt eine Kunstpause ein, sonst haben die Zuhörer keine Zeit, sich das Szenario vorzustellen und die Technik verliert jegliche Wirkung.



Imagine ...

Ein paar Sekunden schweigen

Die Vorteile des Schweigens sind: 1. Du baust Spannung auf. 2. Du wirkst extrem souverän und selbstsicher. Vergiss nicht: Wenn du schweigst, kannst du nichts falsch machen. Wenn man etwas sagt, kann dies falsch / doof / ignorant / verletzend usw. sein. Schweigen hingegen ist ein sicherer Hafen. Selbst ein Schweigen aus Unsicherheit wird erst in der Kombination mit einem verlegenen Lächeln problematisch.





Profi-Tipp: Bevor du anfängst, zu sprechen und bereits auf der Bühne bzw. vorne stehst, schweige ca. zehn Sekunden und schau freundlich ins Publikum. Konzentriere dich dabei voll und ganz auf die einzelnen Leute, so also ob du mit jedem einzelnen für eine Sekunde Nähe aufbaust (Stichwort Augenkontakt). Falls du nervös bist, stell dir vor, dass du konzentriert eine bestimmte Person im Publikum suchst.

Der Ausstieg

Das ist einfach: Es gibt eine sehr vielseitige und simple Technik, die stets sinnvoll ist: der CFA (Call for Action). Gib eine Handlungsempfehlung, formuliere ein Appell oder eine Bitte. Die Bandbreite ist immens.



Übung: Frage dich, was das Publikum nach dem Vortrag machen kann / soll. Schreibe mindestens 10 Stichpunkte auf.

Hier einige Inspirationen:



Wichtig ist, dass du generell präzise mit deinem CFA bist: „Bitte bringt eure Ideen ein“ oder „zögert nicht, mir Input zu geben“ ist maximal unspezifisch und überfordert deine Zuhörer. Sie wissen nicht, in welche Richtung deine Frage geht und bleiben still. Manche trauen sich nicht, sich einzubringen, weil sie nicht wissen, ob ihre Idee relevant ist. Im schlimmsten Falle zeigt es, dass du selber keine neuen Ideen hast und auf kreative Schübe seitens des Publikums hoffst. Was du neben dem CFA noch machen kannst, lernst du im Buch und im Training.

Weitere essenzielle Präsentationstechniken, z.B. strategische Pausensetzung, Atemtechniken gegen Nervosität, Tricks beim Blackout, Modi-Wechsel oder Umgang mit kritischen Fragen, lernst du im Seminar.