

Präsentationstechnik

Ein Ratgeber von Swiss Marketing Bern und
PURPUNKT



Einfach und erfolgreich präsentieren

**Die Schritte zu einer erfolgreichen
Präsentation**

Inhaltsverzeichnis

.....	1
Vorwort.....	2
Allgemein.....	8
Präsentationen sind Geschäfte.....	8
Bedeutung einer Präsentation.....	8
Menschliche Kommunikation.....	9
Die Punkte zum professionellen Präsentieren.....	11
1 Vorbereitung.....	14
1.1 Umfeldanalyse.....	14
1.1.1 Thema.....	14
1.1.2 Publikumsanalyse / Zuhöreranalyse.....	15
1.1.2.1 Vor wie vielen Leuten spreche ich?.....	15
1.1.2.2 Wie setzt sich das Publikum zusammen?.....	15
1.1.2.3 Was weiss das Publikum schon?.....	15
1.1.2.4 Besitzen meine Zuhörer gemeinsame Vorurteile?.....	15
1.1.2.5 Wie werde ich von meinen Zuhörern eingeschätzt?.....	15
1.1.2.6 Was will das Publikum von mir?.....	15
1.1.3 Ziel meiner Präsentation.....	16
1.1.3.2 Wirkung.....	16
1.1.3.3 Absicht.....	16
1.1.4 Hilfsmittel.....	17
1.1.4.1 Beamer.....	17
1.1.4.2 Visualizer (Dokumentenkamera).....	17
1.1.4.3 Flip-Chart / Whiteboard.....	18
1.1.4.4 Hellraumprojektor.....	18
1.1.4.5 Gestaltungsregeln für die Visualisierung.....	19
1.1.5 Stoff / Informationen zum Thema sammeln.....	20
1.1.6 Die Rede verfassen.....	20

1.1.6.1 Definition Millerische Zahl.....	21
1.1.6.2 Die Rede verfeinern und fertig stellen.....	21
1.2 Einleitung.....	21
1.2.1 Eröffnung / Kontaktphase.....	22
1.2.1.1 Geeignete Einleitungen.....	23
1.2.1.2 Fragetechnik.....	24
1.2.2 Satz über das Thema.....	26
1.2.3 Thesensatz.....	27
1.3 Hauptteil oder Informationsphase.....	28
1.3.1 Kontext / Entwicklung des Zusammenhangs.....	28
1.3.2 Agenda der Leitgedanken.....	28
1.3.3 Leitgedanken.....	28
1.3.4 Höhepunkt oder Klimax.....	29
1.4 Schluss oder Appellphase.....	29
1.5 Ablaufplan.....	29
1.6 Üben, üben, üben.....	30
2 Durchführung / Persönliches Auftreten.....	32
2.1 Halten der Präsentation.....	32
2.1.1 Sprache.....	33
2.1.1.1 Was erleichtert das Verstehen?.....	33
2.1.1.2 Kurze Sätze.....	33
2.1.1.3 Klare Gliederung.....	33
2.1.1.4 Angepasste Sprache.....	33
2.1.1.5 Wortwahl und Wortschatz.....	34
2.1.1.6 Das treffende Wort.....	34
2.1.1.7 Das emotional richtige Wort.....	34
2.1.1.8 Vermeiden Sie „Weichmacher“.....	34
2.1.1.9 Ausformulierung von Beginn und Schluss.....	35
2.1.1.10 Sprechdenken – nicht ablesen.....	35

2.1.1.11 Stichwortkarten (Muster eines A5).....	35
2.1.2 Der Stil.....	36
2.1.2.1 Körpersprache.....	36
2.1.2.2 Haltung.....	36
2.1.2.3 Gestik.....	37
2.1.2.4 Mimik.....	39
2.1.2.5 Blickkontakt.....	39
2.1.2.6 Pausen.....	40
2.1.3 Kleidung.....	40
2.1.4 Erwartungen.....	40
2.1.4.1 Wörter haben auch eine emotionale Bedeutung.....	40
2.1.4.2 Erwartungen und Interessen.....	41
2.1.4.3 Wertesysteme und Vorurteile.....	41
2.1.5 Stress.....	41
2.1.5.1 Atemvorgang.....	42
2.1.5.2 Die Stimme.....	42
2.1.5.3 Sprechtechnik.....	43
2.1.5.4 Tempo und Pausen.....	43
2.1.5.5 Stimmhöhe.....	43
2.1.5.6 Lautstärke.....	43
2.1.5.7 Betonung.....	43
2.1.5.8 Rhythmus.....	43
2.1.5.9 Tonfall (Modulation).....	43
2.1.5.10 Artikulation und Verständlichkeit.....	43
2.1.5.11 Timbre (Klangfarbe, Gefälligkeit der Stimme).....	44
2.1.5.12 Emotionaler Bezug (Enthusiasmus).....	44
2.1.5.13 Der Kollege / Kollegin.....	44
2.1.6 Störungen.....	44
2.1.6.1 Störungen bei grossem Publikum.....	44
2.1.6.2 Was tun bei Müdigkeit?.....	44

2.1.6.3 Sonstige Störfälle.....	45
2.1.7 Pannen (Faden verlieren / stecken bleiben).....	45
2.1.7.1 Andere Panne.....	46
2.1.8 Schlagfertigkeit.....	46
2.2 Fragen.....	47
2.2.1 Zuhören.....	47
2.2.1.1 Wahrnehmen.....	47
2.2.1.2 Zuordnen.....	47
2.2.1.3 Werten und urteilen.....	48
2.2.1.4 Antworten.....	48
2.2.2 Fragen und Einwände.....	48
3 Nachbearbeitung der Präsentation.....	52
3.1 Unmittelbar nach der Präsentation.....	52
3.1.1 Präsentation reflektieren (Selbstbild).....	52
3.1.2 Feedback einholen (Fremdbild).....	52
4 Good to know.....	55
4.1 Hilfreiches.....	55
4.1.1 Rhetorische Stilmittel.....	55
4.1.2 Andere Gliederungsarten.....	64
4.1.2.1 Standpunkterklärung.....	64
4.1.2.2 AIDA-Formel.....	65
4.1.2.3 Informationsrede.....	65
4.1.2.4 IDEAL-Formel.....	65
4.1.2.5 Meinungsrede.....	65
4.1.2.6 Überzeugungsrede.....	66
4.1.2.7 Gesellschaftsrede.....	66
4.1.2.8 Antike Redegliederung; leicht abgeändert.....	67
4.1.2.9 Fünfsatz-Rede.....	67
4.1.2.10 Sachvortrag.....	68

4.1.2.11 Stegreifrede.....	68
4.3 Sieben goldene Regeln.....	68
4.1.4 Die häufigsten Fehler in der Praxis.....	69
4.1.5 Checkliste für eine Präsentation	69
4.4 Moderation.....	71
5 Online Meetings / Referate.....	76
5.1 Vor dem Meeting.....	76
5.2 Während dem Meeting.....	77
5.3 Nach dem Meeting.....	78

Allgemein

Präsentationen sind Geschäfte

Gute Ideen verkaufen sich in den seltensten Fällen von allein.

In der heutigen Situation besteht vermehrt ein Bedarf an Präsentationen. Diese haben allerdings nur bei richtiger Anwendung Erfolg.

Präsentationen sind Geschäfte: Der Zuhörer kauft mit seiner physischen und geistigen Anwesenheit Inhalte verschiedenster Art (Informationen, Entscheidungsgrundlagen usw.).

Sicherlich sind der Inhalt und die sachliche Richtigkeit eines Vortrages wichtig. Ein profunder Inhalt, ein sachlich richtiger Vorschlag sind aber lediglich eine Grundvoraussetzung, und nicht mehr. Unter dem Geschäftsaspekt ist wichtig, **WIE** Inhalte aufbereitet und dargestellt werden.

Eine Präsentation ist eine Veranstaltung, bei der ein Präsentator einem ausgewählten Teilnehmerkreis vorbereitete Inhalte vorstellt. Ziel der Präsentation kann sein:

- Die Kollegen über die neusten Umsatzzahlen zu **informieren**
- Den Kunden vom Nutzen eines Angebotes zu **überzeugen**
- Den Vorgesetzten zur Fortsetzung eines Projektes zu **motivieren**
- Die Mitarbeiter zu **begeistern**
- Den Lehrer von seinem Wissen zu **überzeugen**
- Neue Ideen zu **verkaufen**
- Und viele mehr

Bedeutung einer Präsentation

Erfolgreich präsentieren heisst, Inhalte verkaufen. Präsentationen finden aber auch Anwendung:

- Beim Verkaufsgespräch
- In Teammeetings
- In Vorstandssitzungen
- In der Schule
- An Prüfungen
- Und weitere

Präsentationen sind Gesamtkunstwerke und bestehen aus der Rhetorik und audiovisuellen Hilfsmittel.

Zitat: Eine Präsentation oder Rede ist nicht dann vollkommen, wenn man nichts mehr hinzufügen kann, sondern wenn man nichts mehr weg lassen kann. (St. Exupéry, 1900 - 1944)

1 Vorbereitung

Eine überzeugende Präsentation verlangt eine gute, seriöse Vorbereitung. Der Teil Vorbereitung beschäftigt sich vor allem mit Analysen, welche Informationen habe ich, brauche ich, möchte ich verwenden etc. Danach wird die Präsentation erstellt und nicht zu vergessen - fleissig geübt.

1.1 Umfeldanalyse

Je besser ich vorbereitet bin, umso ruhiger werde ich und kann mich fokussieren.

1.1.1 Thema

Das Thema oder der Aufhänger, bestimmt das weitere Vorgehen. Was ist das Hauptthema des Vortrages? Können Sie es selber bestimmen oder wird Ihnen das Thema vorgegeben? Achten Sie darauf, dass das Thema / Titel wenn möglich knackig ist, so erreichen Sie Vorfreude. Bauen Sie Spannung auf. Auch bei Social Media ist der Titel fast alles. Wenden Sie ruhig ein wenig Zeit für die Titelsuche auf; es lohnt sich.

Beispiel:

„Umsätze 2017“ oder „Umsätze 2017; was sie unbedingt wissen müssen“.

„Data Analytics; statistische Methoden“ oder „Mehr Erfolg dank Data Analytics“

Exkurs

Was macht einen guten Titel aus?

Hier bewegen wir uns in einem Bereich, in dem es kein richtig oder falsch gibt. Was ein guter Titel ist, ist zu einem grossen Teil Ermessens- und Geschmacksache.

Eine mögliche Definition ist die von Day, 1998:

Was ist ein guter Titel? Ich definiere dies als die kleinstmögliche Menge von Wörtern, die den Inhalt des Artikels angemessen beschreiben.

Andere nützliche Grundsätze von der American Psychological Association | 2010:

- Der Titel sollte das Hauptthema des Artikels einfach und wenn möglich mit Stil zusammenfassen.

Titel haben meist eine der folgenden drei Formen:

- Substantivausdrücke (Der Effekt von Kaffee auf die Aufmerksamkeit)
- spezifische Aussagen (Kaffee erhöht die Aufmerksamkeit) oder
- Fragen (Erhöht Kaffee die Aufmerksamkeit?)

Der Titel sollte selbsterklärend sein, auch wenn er alleine steht und der Titel sollte nicht länger als 12 Wörter sein.