



Der Management-Kreislauf

Unsetzung Entschodung

BERND BAK



PRÄSENTIEREN WIE DIE PROFIS

SOUVERÄN VOR PUBLIKUM AUFTRETEN



Maximilian Verlag Hamburg

PRÄSENTIEREN WIE DIE PROFIS

Souverän vor Publikum auftreten

Das Präsentieren von Inhalten, Lösungen und Ideen gehört für viele Berufstägige zum Arbeitsalltag. Führungskräfte und Mitarbeitende sprechen zu den unterschiedlichsten Anlässen vor Publikum und geben dabei nicht nur ihre eigene Visitenkarte ab, sondern auch die ihrer Institution. Souveränes Auftreten ist aber auch gefragt, wenn Sie als Dozent*in im Unterrichts- oder Seminarbetrieb Teilnehmenden etwas vermitteln oder als Ausbilder*in Nachwuchskräfte anleiten möchten. Auch im privaten und ehrenamtlichen Bereich prägen Präsentationen immer mehr das Bild von regelmäßigen Sitzungen, Arbeitskreisen, Workshops usw. und sind aus dem Tagesgeschäft nicht mehr wegzudenken.

In der kommunikativen Welt ist Präsentieren somit zu einer wesentlichen Schlüsselkompetenz geworden, die unverzichtbar ist. Dem entsprechend lernen die Kinder bereits heute in den Grundschulen, vor der Klasse zu stehen und erste Präsentationserfahrungen zu sammeln. Viele Erwachsene sind allerdings nicht auf diese Weise an Auftritte vor Publikum herangeführt worden und haben deshalb Bedenken, sich im kleinen oder großen Rahmen "auf die Bühne" zu stellen und dort ihre Themen zum Besten zu geben.

Die gute Nachricht: Professionelles Präsentieren ist eine Kunst, die man lernen kann! Und genau dabei will Sie dieses Buch unterstützen.

Bernd Bak ist seit 25 Jahren als Dozent an einem Studieninstitut für kommunale Verwaltung im Aus- und Fortbildungsbetrieb tätig und gibt seine gesammelten Erfahrungen in Präsentationstrainings und -workshops weiter. In seinem Buch kommen aber auch neun Profis zu Wort, die als langjährige Trainerinnen und Trainer mit ihren Themen tausende Teilnehmende qualifiziert und auf die berufliche Praxis vorbereitet haben.

Mit ihrer Sicht der Dinge auf Aspekte wie Kommunikation, Körpersprache, Motivation, Kreativität, Sprache, Visualisierung, Stimme oder intro- und extrovertiertes Auftreten bereichern Sie dieses Buch um Tipps aus erster Hand, um Ihre Präsentationen auf eine professionelle Basis zu stellen.











Dr. Sylvia Löhken







Torsten Werner



Frank Busemann



Birgit Blasche



Almut Lewe



Thorsten Penno



Johannes Sauer



Axel Rachow

Maximilian Verlag Hamburg

Inhalt 5

Inhalt

Anga	aben zum Verfasser	9
	nal mit Profis arbeiten – vom leisen Fluch zum Buchprojekt	
4	AVTUELLE TRENDS LIND CO. FIN DAAR CEDANIZEN ZUM FINSTIEC	1.1
1 .	AKTUELLE TRENDS UND CO. – EIN PAAR GEDANKEN ZUM EINSTIEG	
1.1	Raus mit der Katze aus dem Sack – SIE sind die Show!	
1.2	Bühne frei für Ihren Auftritt – oder geht es auch eine Nummer kleiner?	
1.3	Präsentation 4.0 – ganz anders, als man denkt?!	
1.4	Schlechte Texte mit Word? – ein Plädoyer für PowerPoint	
1.5	Mit oder gegen den Trend – reine Ansichtssache	
1.6	Richtig oder Falsch? – gibt es nicht!	
1.7	Ein Schlüssel zum Erfolg – weniger ist mehr!	
1.8	Aufgepasst! – auf der Überholspur ist es voll	18
2.	EINE FRAGE DER HALTUNG – PRÄSENTIEREN IST KOPFSACHE	21
2.1	Überprüfen Sie Ihr Mindset – Bange machen gilt nicht!	21
2.2	Übung macht den Meister – definitiv!	22
2.3	"Ich habe Lampenfieber" – und das ist gut so!	23
2.4	Was man als Präsentierender von Spitzensportlern lernen kann –	
	Interview mit Frank Busemann	26
2.5	Ein Mutmacher – eine (wahre) Erfolgsgeschichte	30
2.6	Persönlichkeitsgerecht präsentieren – Interview mit Dr. Sylvia Löhken	32
3.	EINE GUTE VORBEREITUNG IST DIE "HALBE MIETE" – STIMMT!	35
3.1	Was wollen Sie erreichen? – legen Sie Ihre Ziele fest	
3.2	Das Publikum immer im Auge – die Zielgruppenanalyse	
3.3	Auf den Punkt gebracht – wählen Sie die passenden Inhalte aus	
3.4	Ideen sammeln – "oldschool" mit dem guten, alten Notizbuch	
3.5	Bitte nicht überziehen – das Zeitmanagement	
3.6	Komplexes begreifbar machen – die didaktische Reduktion	
3.7	Zettelwirtschaft – "basteln" Sie sich Ihren Ablaufplan	
3.8	Die Visualisierung – die passenden Medien einsetzen	
3.9	Hat mal jemand einen Adapter? – der Technikcheck	
3.10		
3.11	Ihr Sicherheitsnetz – das Stichwortmanuskript	
	·	
3.12	•	
	Worauf Sie noch achten sollten – weitere Rahmenbedingungen	
3.14	Denkblockaden lösen, Kreativität fördern – Interview mit Almut Lewe	50
4.	DIE TECHNIK IM GRIFF – PROFESSIONELLER UMGANG MIT LAPTOP,	= 0
1 4	BEAMER UND CO.	
4.1	Volle Aufmerksamkeit – die Macht der dunklen Leinwand	
4.2	Auf Tastendruck spontan sein – Laptop und Presenter gezielt einsetzen	
4.3	Sie sind Ihr eigener Regisseur – schwarze Folien einbauen	
4.4	Und was kommt jetzt? – ein Screenshot der Folienübersicht für alle Fälle	
4.5	Was ich Ihnen nicht zeigen möchte – Licht aus bei der Dateiensuche	
4.6	Wir haben doch keine Zeit – (über)springen statt hoppeln	
4.7	Die Referentenansicht – das geballte Hilfezentrum	
4.8	Der Laserpointer – das Lichtschwert der Präsentierenden	60

6 Inhalt

5.	DIE STRUKTUR EINER PRÄSENTATION – DER ROTE FADEN	61
5.1	Das A und O – nehmen Sie sich Zeit für den Ein- und Ausstieg!	61
5.2	Der Hauptteil – hier spielt die Musik	62
5.3	Aufmerksamkeit gewinnen – 15 Methoden für interessante Einstiegssequenzen und mehr	64
	5.3.1 Mein Name ist – die persönliche Vorstellung	65
	5.3.2 Bringen Sie Ihr Publikum zum Nicken – die Zustimmungs-Technik	67
	5.3.3 Wo geht es lang? – zeigen Sie Ihre Struktur	69
	5.3.4 Ein Blick in die Historie – eine kurze Geschichte zur Geschichte	71
	5.3.5 Denkanstöße geben – kitzeln Sie das Gehirn Ihres Publikums	72
	5.3.6 Humor ist, wenn man trotzdem lacht – sorgen Sie für eine gewisse Lockerheit	72
	5.3.7 Eyecatcher – dem Publikum ins Auge stechen	74
	5.3.8 Zum Einstieg ein Überblick – die Wortwolke	75
	5.3.9 Zitate – nutzen Sie die Kraft der Worte Anderer	76
	5.3.10 Den Nutzen deutlich machen – legen Sie die Karten auf den Tisch	78
	5.3.11 Der aktuelle Bezug – nichts ist älter als die Nachrichten von gestern	
	5.3.12 ZDF – mit markanten Zahlen, Daten und Fakten beeindrucken	
	5.3.13 Ich habe Ihnen etwas mitgebracht – ein Gegenstand als Anschauungsobjekt	
	5.3.14 Ton ab, Kamera läuft! – zeigen Sie ein Video	
	5.3.15 Die Plakatgalerie – Wissens- und Sehenswertes am Rande	
5.4	Eine Methode allein ist nicht genug – mixen Sie einen interessanten Einstiegscocktail!	
5.5	Was geht sonst noch? – weitere Tipps für die Aufmerksamkeit für "zwischendurch"	
	5.5.1 Sorgen Sie für Abwechslung – der Medienmix	
	5.5.2 Positionswechsel – ändern Sie Ihren Standort	
	5.5.3 Machen Sie mal eine Pause – vor Ihren wichtigsten Aussagen	
	5.5.4 Der Ton macht die Musik – nutzen Sie Ihre Stimme	
5.6	Stimme als Powertool – Interview mit Andrea Stasche	
5.7	Volle Konzentration auf das Ende – der letzte Eindruck bleibt	
0.1	5.7.1 Was vorne passt, passt hinten auch – Einstiegssequenzen zum Ausstieg nutzen	
	5.7.2 Eine Brücke schlagen – den Faden vom Anfang wieder aufnehmen	
	5.7.3 Wiederholen Sie – wiederholen Sie!	
	5.7.4 Die "Take-Home Message" – geben Sie Ihrem Publikum etwas mit auf den Weg	
	5.7.5 Der Schlussappell – darf ich Sie bitten	
5.8	Bitte nicht! – was Sie am Ende vermeiden sollten	
0.0	5.8.1 Das war's! – im wahrsten Sinne des Wortes	
	5.8.2 Die Hoffnung stirbt zuletzt – aber bitte nicht auf der Bühne	
	5.8.3 Ende der Bildschirmpräsentation – zum Beenden klicken	
	5.8.4 Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit – das Beste zum Schluss!	
5.9	Auf die Mischung kommt es an – drei Beispiele für viel Aufmerksamkeit	
5.5	Au die Mischarig komini es an – dier beispiele für vier Aufmerksamkeit	90
6.	SPRACHE IN PRÄSENTATIONEN – EINE REDE IST KEINE SCHREIBE	101
6. 1	Ich verstehe kein Wort – achten Sie auf Verständlichkeit!	
0.1	6.1.1 Machen Sie es dem Publikum leicht – einfach statt kompliziert	
	6.1.2 Sorgen Sie für Klarheit – Struktur schafft Sicherheit	
	6.1.3 In der Kürze liegt die Würze – Wirkstoff Prägnanz	
6.2	6.1.4 Zusätzliche Stimulanz – das Auge isst mit	
6.2	Einfach, klar und konsequent – Interview mit Torsten Werner	104
7.	DER KÖRPER IST DER GRÖSSTE SCHWÄTZER ALLER ZEITEN –	
۱.	EIN PAAR BASICS ZUR KÖRPERSPRACHE	100
7 1		
7.1	Körpersprache entschlüsseln – keine leichte Aufgabe!	
7.2	Bewusst oder unbewusst – Ihr Körper spricht	
7.3	Körpersprache im Detail – worauf Sie beim professionellen Auftreten achten sollten	112

Inhalt 7

	7.3.1 Die Gestik – das Spiel ihrer Hände	
	7.3.2 Der Blickkontakt – ein wesentlicher Faktor	
	7.3.3 Die Mimik – bitte lächeln Sie!	118
	7.3.4 Die Körperhaltung – auf den richtigen Stand(-punkt) kommt es an	119
	7.3.5 Die äußere Erscheinung – das passende Outfit im Blick	120
7.4	Souveränes Auftreten durch Präsenz – Interview mit Birgit Blasche	122
8.	DIE VISUALISIERUNG – EIN ELEMENTARER BAUSTEIN BEI PRÄSENTATIONEN	127
8.1	Warum Visualisierung wichtig ist – ein paar gute Gründe	127
8.2	PowerPoint – ein mächtiges Instrument (wenn man es richtig nutzt)	128
	8.2.1 Von Schwarz auf Weiß zu Präsentation 4.0 – alles eine Frage des Designs	
	8.2.2 Der erste Schritt – das grundsätzliche Layout	
	8.2.3 Das passende Format – die Foliengröße	
	8.2.4 Augen auf im Formatdschungel – die richtige Bildersuche	
	8.2.5 Platz finden für ein bisschen Text – das passende Motiv	
	8.2.6 Von Fotografen lernen – die Drittelregel	
	8.2.7 Das hat man doch schon alles mal gesehen – Individualität statt "08/15"	
	8.2.8 Lesbarkeit hat Vorfahrt – Layouttipps für "bunte" Bilder	
	8.2.9 Was nicht passt, wird passend gemacht – ein paar Hinweise zur Bildbearbeitung	
	8.2.10 Was steht denn da? – Schriftarten und Schriftgrößen richtig nutzen	
	8.2.11 Gleiches gleich behandeln – bleiben Sie beim Layout konsequent	
	8.2.12 Bitte nicht alles von der Stange – individuelle Bullet Points erstellen	
	8.2.13 Foto versus Clipart – 1:0 für ein emotionales "Big Picture"	
	8.2.14 Design im Detail – noch ein paar Tipps	
8.3	Flipcharts gestalten – warum sich handgemachte Eyecatcher auf jeden Fall lohnen	
	8.3.1 Flipchart, Papier und Co. – das Basisequipment	
	8.3.2 Das richtige Material für Ihren Werkzeugkoffer – die Grundausstattung	
	8.3.3 Erst der Plan – dann die Umsetzung	
	8.3.4 Schritt für Schritt zum coolen Plakat – am Anfang steht die Schrift	
	8.3.5 Das Wichtigste im Fokus – mit Rahmen die Blicke leiten	
	8.3.6 Schattenspiele – nutzen Sie die dritte Dimension	
	8.3.7 Die Welt ist bunt – bringen Sie Farbe ins Spiel	
	8.3.9 Plakatideen – ein paar Beispiele aus der Praxis	
	8.3.10 Mit kreativen Spezialeffekten noch mehr Aufmerksamkeit gewinnen –	102
	Interview mit Johannes Sauer und Axel Rachow	166
	8.3.11 Kleben ist das neue Zeichnen – Tipps für Mehrfach-Auftritte	
8.4	Ein Highlight aus der Praxis – ein ganz besonderer Hingucker	
0.4	Lift riighiight aus dei Fraxis – ein ganz beschderer riingdoker	1/2
9.	DIE FRAGE- UND DISKUSSIONSRUNDE – EIN FESTER BESTANDTEIL	450
0.4	GUTER PRÄSENTATIONEN	
9.1		
9.2	Souverän die Frage- und Diskussionsrunde meistern – Interview mit Thorsten Penno	1/6
10.	PRÄSENTIEREN KANN GLÜCKLICH MACHEN – ZU DEN RISIKEN UND	40.
	NEBENWIRKUNGEN FRAGEN SIE IHREN ARZT ODER APOTHEKER	181
11.	VIELEN DANK!	183
12.	STICHWORTVERZEICHNIS	185
13.	ABBILDUNGSVERZEICHNIS	189

ANGABEN ZUM VERFASSER

Bernd Bak, Jahrgang 1963, aufgewachsen im Ruhrgebiet und dort fast 20 Jahre für eine Stadtverwaltung tätig, arbeitet seit 25 Jahren als Dozent an einem Studieninstitut für kommunale Verwaltung. Für Führungskräfte, Nachwuchsführungskräfte, Mitarbeitende sowie haupt- und nebenberuflich Dozierende leitet er seit 20 Jahren Präsentationstrainings und -workshops mit unterschiedlichen Schwerpunkten und bereitet Lehrgangsteilnehmende auf Prüfungen und Leistungsnachweise in Form von Präsentationen vor. Auf der Grundlage seines 2010 erschienenen Buches "Aktiver Unterricht – 65 aktivierende Methoden zur Unterrichtsgestaltung" bietet er bundesweit pädagogische Fortbildungen und Train-the-Trainer-Qualifizierungen an.



Als Leiter des Bereiches Fortbildung präsentiert er regelmäßig in Gremien sowie vor Personalverantwortlichen und übernimmt bei Großveranstaltungen wie Führungs-Tagungen oder Fachkongressen die Moderation. Durch den engen Kontakt zu Speaker*innen und Top-Trainer*innen der Fortbildungsszene hält er sein Wissen zu zeitgemäßen und publikumsgerechten Präsentationen auf dem aktuellsten Stand.

Das Verfassen von Texten begleitet ihn schon weit mehr als sein halbes Leben – zunächst als Redakteur von Vereinszeitschriften und über 10 Jahre nebenberuflich als freier Journalist bei einer Tageszeitung. Seit dem Jahr 2000 veröffentlicht die im Maximilian-Verlag erscheinende Fachzeitschrift Deutsche Verwaltungspraxis (DVP) seine Beiträge aus den Bereichen Betriebswirtschaftslehre, Kosten- und Leistungsrechnung sowie Verwaltungsmanagement, aber auch Abhandlungen zu Visualisierungen im Unterricht oder pädagogischen Themen.

Kontakt für Anfragen:

Mail: bernd.bak@gmx.de Handy: 0162 / 497 5667

1. AKTUELLE TRENDS UND CO. – EIN PAAR GEDANKEN ZUM EINSTIEG

1.1 RAUS MIT DER KATZE AUS DEM SACK – SIE SIND DIE SHOW!

"SIE sind die Show!" Wenn ich nach dieser Aussage meinen Blick in die Runde der anwesenden Seminar- oder Lehrgangsteilnehmenden schweifen lasse, ahne ich schon, dass ich keine Begeisterungswelle ausgelöst habe. Und beim genaueren Hinsehen bestätigt sich dann, dass ich mit meiner Einschätzung richtig liege. Da haben wohl viele etwas anderes erwartet. Präsentieren wie die Profis – das hört sich doch nach jeder Menge Tipps und Tricks an. Die gibt es natürlich auch. Im Seminar und in diesem Buch. Aber aktuelles, modernes Präsentieren besteht aus mehr als chic gestalteten PowerPoint-Folien, die nach und nach auf die Leinwand projiziert werden. Zu einer ansprechenden Präsentation gehört sicher auch eine interessante Visualisierung. Das unterscheidet sie ja gerade von einem Vortrag, einer Rede oder einem Referat, wo der Sprecher seine Inhalte meistens ohne optische Unterstützung allein in verbaler Form dem Publikum vorstellt. Eine zeitgemäße Präsentation lebt allerdings in erster Linie nicht von PowerPoint allein. Sondern vom "Gesamtpaket", in dessen Mittelpunkt der Präsentierende steht.

Ein Blick zurück macht noch einmal deutlich, wie es "früher" war – wobei "früher" leider in vielen Fällen auch noch durch "heute" ersetzt werden könnte. Sie haben vermutlich auch schon Präsentationen erlebt, bei denen der Vortragende am Rand des Raumes steht, um möglichst allen einen freien Blick auf die Leinwand zu gewähren. Wenn das Publikum dann die Plätze eingenommen hat, geht es nach einer knappen Begrüßung los. Folie um Folie wird an die Wand geworfen. Da diese oft sehr textlastig sind, liest der Präsentierende die Sätze von der Leinwand ab, während das Publikum schon für sich entschieden hat, den Text selbst zu lesen. Ich nenne dieses Phänomen "betreutes Lesen". Der so wichtige Blickkontakt zum Publikum bleibt dabei leider auf der Strecke. Und wenn der Präsentierende versucht, den eingeblendeten Text mit eigenen Worten irgendwie anders zu beschreiben, stimmen der geschriebene Text und seine gesprochenen Worte oft nicht exakt überein – die Verwirrung beim Publikum nimmt ihren Lauf.

Weil sich die Textfolien häufig optisch sehr ähneln, verliert man schnell den Überblick, wo man sich thematisch eigentlich gerade befindet. Der rote Faden geht verloren. Zum Glück "erlöst" der Präsentierende sein Publikum nach gefühlt viel zu langer Zeit mit einem "Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!", und Sie haben es endlich geschafft. Sie sind allerdings auch im wahrsten Sinne des Wortes "geschafft", weil diese Art der Präsentation sehr anstrengend ist. Übrigens für beide Seiten. Der Vortragende dürfte mit so einem "Auftritt" auch nicht zufrieden gewesen sein. Und dennoch erlebt man ein derartiges Szenario immer wieder. Dabei ist es gar nicht so schwer, Präsentation anders zu gestalten.

"SIE sind die Show!" drückt dabei schon aus, dass der Text auf der Leinwand als zentrales Element ausgedient hat und heute vielmehr der Präsentierende in den Fokus rückt. Es geht um SIE! Um Sie als Person, die etwas Interessantes, Neues, Wichtiges mitzuteilen hat und deshalb vor das Publikum tritt. Und weil das, was Sie zu verkünden haben, eine besondere Bedeutung hat, sollten Sie es wie ein Profi präsentieren. Dabei präsentieren Sie nicht nur sich selbst (und betreiben damit im besten Fall positives Marketing für sich), sondern Sie repräsentieren natürlich auch die Institution, für die Sie gerade tätig sind. Wenn Sie die "Bühne" betreten, sind Sie praktisch die Visitenkarte Ihres Unternehmens, Ihrer Verwaltung, Ihres Fortbildungsträgers, Ihres Vereins oder für wen auch immer Sie gerade offiziell an den Start gehen. Ihr "Auftraggeber" hat eine gewisse Erwartung an Ihre Präsentation, das Publikum

ebenso und Sie selbstverständlich auch. Wenn Sie professionell an die Aufgabe herangehen, haben Sie die besten Chancen, die Erwartungen aller Beteiligten zu erfüllen.

Mit meiner Aussage "SIE sind die Show!" lasse ich in meinen Präsentationstrainings die Katze gleich am Anfang aus dem Sack. Ich will gar nicht lange um den heißen Brei herumreden. Natürlich werden Themen wie Vorbereitung, Struktur, Aufmerksamkeit, Visualisierung, Umgang mit der Technik, Körpersprache, praktische Tipps usw. im Rahmen der zeitlichen Kapazitäten behandelt und auftauchende Fragen beantwortet. Meine gesammelten Erfahrungen in diesen Themenfeldern möchte ich auch in diesem Buch wiedergeben – mit Unterstützung zahlreicher Präsentations-Profis.

Absolut entscheidend ist für mich aber die Erkenntnis, dass (erfolgreiches) Präsentieren zu einem ganz großen Teil "Kopfsache" ist. Die innere Haltung muss stimmen. Deswegen weise ich schon sehr früh darauf hin, dass der Präsentierende selbst das A und O der Präsentation ist – unabhängig von allen Tipps und Tricks, die man zum Glück erlernen kann, um Präsentationen professionell zu gestalten. Wenn das "Mindset" stimmt, haben Sie damit bereits den Grundstein für einen guten Auftritt gelegt. Gewöhnen Sie sich also schon einmal an den Gedanken – SIE sind die Show!

1.2 BÜHNE FREI FÜR IHREN AUFTRITT – ODER GEHT ES AUCH EINE NUMMER KLEINER?

Haben Sie sich nach dem Lesen der ersten Zeilen dieses Buches vielleicht schon etwas über meine Wortwahl gewundert? Bühne, Auftritt, Show? Das liest sich eher wie ein Theaterratgeber. Fehlt nur noch der Begriff "Entertainment". Stimmt. Den habe ich tatsächlich noch nicht verwendet, obwohl er auch dazugehört. Aber natürlich nur im übertragenen Sinne. Wenn ich von einem "Auftritt" spreche bzw. schreibe, meine ich damit jede Art von Präsentation, die Sie sich vorstellen können.



Das kann ein kurzer Beitrag in einer Dienstbesprechung oder ein Zwischenbericht in einer Projektgruppen-Sitzung sein. Sie informieren die Führungskräfte Ihrer Verwaltung über geplante Maßnahmen der Personalentwicklung oder stellen im Finanzausschuss vor, welche Auswirkungen die Corona-Pandemie auf den städtischen Haushalt hat. Sie berichten in einem Arbeitskreis über die Ergebnisse eines interkommunalen Leistungsvergleichs oder stellen als nebenamtlicher Dozent im Unterricht einem Lehrgang die Kernelemente des Sozialstaates vor. Sie präsentieren im Rahmen Ihrer Abschlussprüfung der Prüfungskommission die Möglichkeiten und Grenzen bei der Evaluation von Fortbildung oder stellen im Verlauf eines Bewerberauswahlverfahrens dem Auswahlgremium einige wichtige Faktoren für den sinnvollen Einsatz von Homeoffice-Arbeitsplätzen vor. Die Liste ließe sich noch seitenlang fortsetzen.

Es gibt unzählige Anlässe, bei denen Sie Ihre Themen ausgewählten Zielgruppen unter häufig sehr wechselnden Rahmenbedingungen präsentieren. Die Zeitvorgaben für Ihre Präsentation werden variieren, die Anzahl der Teilnehmenden, die Beschaffenheit und Ausstattung des Raumes usw. Immer, wenn Sie in irgendeiner Form vor Publikum präsentieren, bezeichne ich das gerne als Auftritt. Dabei sind Sie ihr eigener Regisseur, der seine Präsentation professionell vorbereitet und den Zuhörenden vorstellt. Sie überlassen möglichst nichts dem Zufall und planen den Ablauf wie bei einem Theaterstück.

2. EINE FRAGE DER HALTUNG – PRÄSENTIEREN IST KOPFSACHE

2.1 ÜBERPRÜFEN SIE IHR MINDSET – BANGE MACHEN GILT NICHT!

In meinen Trainings bitte ich die Teilnehmenden in der Anfangsphase, mir ihre Erwartungen an das Seminar zu nennen. Mir geht es nicht darum, meinen Seminarfahrplan abzuarbeiten, sondern ihnen möglichst gute Hilfestellungen anzubieten. Manchmal formuliere ich diesen Teil so, dass ich die Anwesenden danach frage, ob sie mir eine ganz konkrete "Baustelle" benennen können, an der sie arbeiten möchten. Die individuellen Antworten decken eine große Bandbreite ab.

Manche wissen schon von sich, dass sie sehr schnell sprechen und benötigen hier Unterstützung, andere möchten das Visualisieren am Flipchart lernen, wieder anderen geht es um Tipps zum Folienlayout oder um Methoden, wie man die Aufmerksamkeit des Publikums gewinnt. In den meisten Gruppen ist es jedoch so, dass sich viele Teilnehmende (auch) mehr Sicherheit und Souveränität wünschen, weil sie sich bei ihren Präsentationen unwohl fühlen. "Ich mag überhaupt nicht präsentieren!" ist eine Antwort, die ich nicht nur von Auszubildenden höre. Hier schwingt häufig noch eine gewisse (verständliche) Prüfungsangst mit. Aber auch vielen "gestandenen" Führungskräften und Mitarbeitenden geht es so.

Welche Einstellung jemand zum Präsentieren hat, wird schon in der kurzen Vorstellungsrunde deutlich. Formulierungen wie "Ich muss immer im Finanzausschuss präsentieren." oder "Ich muss regelmäßig vor den Führungskräften vortragen." weisen schon darauf hin, dass sich diejenigen etwas Schöneres vorstellen können, als sich vor Publikum zu stellen.



Das kleine Wörtchen "muss" verrät schon einiges, was auf Nachfrage dann konkretisiert wird. Für viele ist Präsentieren immer noch eine große Hürde, über die sie am liebsten nicht springen möchten. Die Teilnehmenden malen sich in Gedanken ein düsteres Bild aus und befürchten das Schlimmste. Oft muss hier der befürchtete "Blackout" als große Bedrohung herhalten. "Wem von Ihnen ist denn schon einmal ein Blackout passiert?", möchte ich dann gerne wissen. Eine große Stille setzt ein. Offenbar niemandem!

Die Angst davor, auf einmal nichts mehr zu wissen, lähmt viele. Aber wie wahrscheinlich ist das denn? Sie werden sich auf die zu vermittelnden Inhalte gut vorbereitet haben. Das ist jedenfalls der Anspruch, den man an eine professionelle Präsentation haben darf. Und dann stehen Ihnen ja noch verschiedene Hilfsmittel zur Verfügung: Die Schlagworte auf den Folien, Ihr Stichwortzettel in Ihrer Hand oder die Möglichkeit, in PowerPoint Notizen zu notieren, die Ihnen am Laptop auf die Sprünge helfen, wenn Sie tatsächlich einmal ins Stocken geraten sollten.

Um auf die Überschrift dieses Kapitels zurückzukommen: Präsentieren ist (zu einem ganz großen Teil) Kopfsache. Wenn Sie sich permanent innerlich dagegen wehren und sich gedanklich selbst "runterziehen", indem Sie sich immer wieder vorstellen, was alles bei Ihrer Präsentation schiefgehen kann, wird es schiefgehen. Das nennt man "selbsterfüllende Prophezeiung" und ist ein Phänomen aus der Psychologie. Ich will die wissenschaftlichen Hintergründe hier gar nicht näher ausführen.

Entscheidend ist, dass dieser Effekt zum Glück auch in die andere – positive – Richtung funktioniert. Wenn Sie also überzeugt davon sind, dass Sie die Herausforderung – die Präsentation – meistern können und sich mit einem guten Gefühl auf die Aufgabe einlassen, sind die Chancen sehr hoch, dass Ihnen ein guter Auftritt gelingen wird.

Wie wäre es, wenn Sie das erdrückende Wort "muss" durch eine Formulierung wie auf dem nebenstehenden Bild ersetzen, die Ihnen die Last von den Schultern nimmt? Ob eine Präsentation gut oder schlecht läuft, hängt ganz entscheidend von Ihrer inneren Haltung ab. Ihre innere Haltung spiegelt sich dabei auch in besonderer Weise in Ihrer äußeren Haltung wider.



Ihre Körpersprache verrät schon auf den ersten Blick, mit welcher Einstellung Sie auf die Bühne kommen. Um es einmal übertrieben zu formulieren: Ist es Ihr Gang zum Schafott oder wird es Ihr Triumphzug? Das Publikum erkennt ganz schnell, ob Sie mit hängenden Schultern und zögernden Bewegungen oder mit aufrechtem Oberkörper und klarem, zuversichtlichem Blick vor Ihnen stehen.

Damit kein Missverständnis aufkommt: es geht nicht darum, sich etwas "schön zu reden". Natürlich kann bei jeder Präsentation etwas schiefgehen. Dann ist das eben so und man muss mit dem "Problem" möglichst souverän umgehen. Aber dieses vermeintliche "Worst-Case-Szenario" darf Sie nicht die ganze Zeit im Vorfeld belasten und hemmen.

2.2 ÜBUNG MACHT DEN MEISTER – DEFINITIV!

Sie können jede Menge dafür tun, dass Ihre Präsentation im Normalfall funktionieren wird. Ich behaupte einfach mal ganz selbstsicher: Wenn Sie die Tipps und Hinweise in diesem Buch beachten, sind Sie in der Lage, jedes Thema souverän und professionell zu präsentieren. Dazu gehören dann nur noch zwei Dinge. Sie müssen sich natürlich mit Ihrer Zielgruppe befassen und inhaltlich gut auf die Materie vorbereiten, zu der Sie vortragen werden. Und Sie sollten jede Gelegenheit zum Üben nutzen, damit Sie in eine gewisse Routine kommen und sich Abläufe automatisieren. Das führt dazu, dass Sie sich mit jeder weiteren Präsentation immer mehr auf die Inhalte fokussieren können, weil Sie mit jedem zusätzlichen Auftritt mit hoher Wahrscheinlichkeit neue positive Erfahrungen gesammelt haben und wissen, dass Sie sich auf die reinen Aspekte des Präsentierens verlassen können.

Holen Sie sich immer wieder nach einer Präsentation von Ihrem Vorgesetzten oder Kollegen ein Feedback. Was lief gut, was könnte man noch optimieren? Das können und sollten Sie natürlich auch alleine in Ruhe reflektieren, aber häufig ist man mit sich selbst zu kritisch. Die Fremdwahrnehmung ist hier eine gute Hilfe, auf der einen Seite wohltuende Bestätigung zu erhalten, auf der anderen Seite aber auch Tipps zu bekommen, um sich in Details nach und nach noch weiter zu verbessern. Nutzen Sie wirklich jede Übungsmöglichkeit. Jedes Erfolgserlebnis ermutigt Sie, Präsentationen nicht als etwas "Schlimmes" zu betrachten, sondern eher als Chance zu zeigen, was Sie können. Wenn Sie mit dieser positiven Einstellung an die Sache herangehen, verliert das "Gespenst" Präsentation seinen Schrecken und diese Aufgabe wird für Sie zur Normalität. "Üben, üben und nochmals üben" ist somit auch der Schlüssel, um die gewünschte Sicherheit und Souveränität für die eigenen Auftritte zu gewinnen. Mentale Stärke verleiht Ihnen Rückenwind bei Ihren Präsentationen.

2.4 WAS MAN ALS PRÄSENTIERENDER VON SPITZENSPORTLERN LERNEN KANN – INTERVIEW MIT FRANK BUSEMANN



Frank Busemann, Speaker, Moderator, Autor, Olympiazweiter im Zehnkampf 1996 in Atlanta, Sportler des Jahres 1996

Der Dortmunder hat nach Beendigung seiner sportlichen Karriere den Kontakt zum Sport nie verloren. Er ist vielen bekannt aus zahlreichen Fernseh-Reportagen von Sport-Großereignissen und dem ARD-Morgenmagazin und engagiert sich bei der Sportabzeichen-Tour für den Deutschen Olympischen Sportbund. Der ehemalige Weltklasse-Leichtathlet hat mehrere Bücher veröffentlicht und tritt seit Jahren als Speaker vor großem Publikum auf. Seine Schwerpunktthemen dabei sind Motivation, Gesundheit und Bewegung.

Kontakt:

Internet: www.frankbusemann.de Mail: fb@frankbusemann.de

B. B.: Sie haben vor 85.000 Zuschauern in Atlanta die Silbermedaille im Zehnkampf gewonnen. Da war es doch sicher kein Problem, vor 100 Leuten einen Vortrag zu halten, oder?

Frank Busemann: Von wegen! Ich habe es immer geliebt, vor vielen Menschen Sport zu machen. Da war es egal, ob es 1.000 Leute bei einem Sportfest waren oder 85.000 bei Olympia – das sind immer verdammt viele Zuschauer. Vor Menschen zu reden, habe ich am Anfang gehasst. Es hat mich eine riesige Überwindung gekostet, diese neue Aufgabe anzugehen. Ich habe in meinen 13 Schuljahren ganze drei Referate gehalten, weil ich mich immer schön gedrückt habe. Ein Bekannter von mir hat eine Zeit lang in Australien gelebt. Dort gibt es in den Schulen die Übung "show and tell". Da üben schon die kleinen Kinder, sich vor andere zu stellen und Geschichten zu erzählen. Das hätte mir sicher auch geholfen.

B. B.: Wie sind Sie dann doch auf die Bühne gekommen?

Frank Busemann: Jemand hat mich gefragt, ob ich nicht etwas aus meiner Sportkarriere berichten könnte. Ganz ehrlich – das hat mich natürlich geehrt und ich habe zugesagt. Allerdings ohne zu wissen, was da auf mich zukommt. Das Reden an sich habe ich durch die zahlreichen Interviews gelernt. Ich konnte so nach einem Wettkampf meine Emotionen rauslassen und die Journalisten bekamen die Informationen, die sie für ihre Berichterstattung brauchten. Das war eine Win-Win-Situation. Es hat mir auch Spaß gemacht, über meinen Sport zu reden. Ich dachte allerdings auch immer, dass das zu Hause gar keiner mitbekommt (lacht).

B. B.: Wie geht man mit dem "Druck" vor Auftritten um? Kennen Sie auch Lampenfieber?

Frank Busemann: Nervosität gehörte zum Sport immer dazu. Eine gewisse Aufregung und ein Magengrummeln sind nicht schlimm. Im Gegenteil – das beflügelt sogar. Ein Trainer hat einmal zu mir gesagt: "Wenn du kein Lampenfieber mehr hast, bleib zu Hause!" Michael Johnson, vierfacher Olympiasieger und achtfacher Weltmeister über 200 und 400 Meter, hat es noch etwas anders beschrieben: "Jedes Mal, wenn ich im Startblock sitze, habe ich Angst. Aber ich liebe diese Angst." Das Gefühl kannte ich auch. Im besten Fall gibt es Dir den Kick für eine herausragende Leistung.

Als Vertreter des Schulverwaltungsamtes wollen Sie die Eltern einer Grundschule über die geplante Neugestaltung des Schulhofes informieren. Da die Finanzlage der Kommune schwierig ist, möchten Sie die Eltern davon überzeugen, sich aktiv in Form von handwerklichen Eigenleistungen an der Umgestaltung zu beteiligen. Optimal läuft es, wenn sich zahlreiche Elternteile in die von Ihnen vorbereitete Liste eintragen und tatkräftige Hilfe zusagen. Sollten Sie nach Ihrem Appell feststellen, dass sich die gewünschte Beteiligung mangels Zuspruchs der Eltern nicht oder nicht ausreichend durch Eigenleistung realisieren lässt, könnten Sie als Rückzugsziel dafür werben, dass sich die Eltern stattdessen finanziell (durch Spenden) an der Neugestaltung beteiligen. Sollte auch das nicht auf Resonanz stoßen, haben Sie zumindest Ihr Minimalziel erreicht und die Eltern über die geplante Neugestaltung informiert. Ob sich diese in der Praxis dann überhaupt umsetzen ließe, steht auf einem anderen Blatt und bedarf neuer Überlegungen.

3.2 DAS PUBLIKUM IMMER IM AUGE – DIE ZIELGRUPPENANALYSE

Ganz entscheidend für eine erfolgreiche Präsentation ist die intensive Analyse der Zielgruppe. Es gibt kaum etwas Schlimmeres bei einer Präsentation, als an Ihrem Publikum vorbeizureden, weil Sie sich nicht genug Gedanken darüber gemacht haben, wer eigentlich warum vor Ihnen sitzt. Dabei spielt es keine Rolle, ob Sie die Zuhörer dadurch langweilen, dass Sie längst bekannte Daten und Fakten präsentieren, oder die Teilnehmenden inhaltlich "abhängen", weil ihnen wichtige Vorkenntnisse oder notwendige Informationen fehlen und sie Ihnen deshalb nicht folgen können. Im Ergebnis wird das Publikum sehr verärgert über die verschwendete Zeit sein. Damit das nicht passiert, sollten Sie genügend Zeit dafür einplanen, sich mit Ihrer Zielgruppe zu befassen.

Dazu gehören organisatorische Aspekte wie die erwartete Gruppengröße, um die passenden Räumlichkeiten zu buchen, den Medieneinsatz darauf abzustimmen oder genügend Exemplare des Handouts vorzubereiten. Zur professionellen Vorbereitung gehört es aber auch, sich mit den einzelnen Menschen zu beschäftigen, um die Präsentation so maßgeschneidert wie möglich ausrichten zu können.



Als Unterstützung kann die folgende Checkliste dienen:

CHECKLISTE: ZIELGRUPPENANALYSE

- Wie viele Personen nehmen teil (Auswirkungen auf Raum und Medieneinsatz)?
- Wie setzt sich die Gruppe zusammen?
 - Unterschiedliche oder einheitliche Hierarchie?
 - Beteiligte Dienststellen, Abteilungen, Gremienvertreter?
 - Wie ist die Interessenlage (gemeinsame oder gegensätzliche Positionen)?
 - Wie steht es um die Beziehungsebene der Teilnehmenden (unbekannt, bekannt, vertraut, mit Konfliktpotenzial behaftet)?
 - Welche Funktionen haben die Teilnehmenden (beratend, entscheidungsbefugt)?
- Weshalb nehmen die Personen teil (freiwilliges dienstliches oder privates Interesse oder nur "Pflichtteilnahme" als Vertreter eines betroffenen Bereiches)?
- Welche Vorkenntnisse und Erfahrungen zum Thema sind bei den Teilnehmenden vorhanden?
- Welchen konkreten Nutzen hat das Publikum von den präsentierten Inhalten, Vorschlägen, Lösungen?
- Welche Fragen könnten die Zuhörenden haben?
- Mit welcher Einstellung zum Thema und zum Präsentierenden ist zu rechnen (ablehnend, neutral, zustimmend)?
- Gibt es "Meinungsmacher" oder "Wortführer", mit denen in der Frage- und Diskussionsrunde besonders zu rechnen ist?
- Welche Erwartungen haben die Zuhörer im Hinblick auf die Inhalte, die Medienauswahl (was ist Standard?) oder die Rahmenbedingungen (Zeit, Raum, Catering)?

Nicht alle Fragen lassen sich ohne Weiteres beantworten – das hängt ganz individuell von der jeweiligen Zielgruppe ab. Im besten Fall können Sie auf eigene Erfahrungen setzen, manchmal hilft es auch, Kollegen zu befragen, die mit der betroffenen Zielgruppe schon einmal zusammengearbeitet haben. Oft ist es auch möglich, sich ganz konkret an einen oder mehrere Vertreter der Zielgruppe zu wenden und offen die genannten Fragen zu stellen.

Das unterstreicht Ihr persönliches Engagement und Interesse daran, die Präsentation wirklich maßgeschneidert zu gestalten und kommt bei der Zielgruppe naturgemäß sehr positiv an. Bei einer weitgehend unbekannten Zusammensetzung des Publikums können Sie über manche Dinge nur spekulieren. Nehmen Sie dann einen Perspektivwechsel vor und versetzen sich gedanklich in die Lage der Zuhörenden. Selbst wenn Sie auf diese Weise nur einen Teil der Fragen ansatzweise beantworten können, ist das immer noch besser, als "im Nebel zu stochern" und ohne Zielgruppenanalyse vor das Publikum zu treten.

Vortragens authentisch ist oder ob Sie einzelne Humor-Passagen "eingebaut" haben, weil Sie einmal gelesen haben, dass man damit eine Präsentation gut würzen kann...

5.3.7 Eyecatcher – dem Publikum ins Auge stechen

Nehmen Sie diese Methode bitte nicht wörtlich! Der Begriff "Eyecatcher" stammt aus dem Marketing und wird häufig mit "Blickfang" übersetzt. Zeigen Sie dem Publikum ein Bild, das so beeindruckend ist, dass die Augen der Zuhörer direkt daran "kleben" bleiben. In der Werbebranche arbeiten unzählige kreative Personen daran, genau diese Reaktion durch ihre Anzeigenkampagnen zu erzielen.



Ungewöhnliche oder (für den eigentlichen Kontext) überraschende Motive fangen das Publikum im wahrsten Sinne des Wortes ein und führen zu einer deutlich höheren Aufmerksamkeit als "normale" Visualisierungen, die man schon zig Mal gesehen hat. Diesen Effekt haben Sie bestimmt schon selbst erlebt, wenn Sie z. B. im Wartezimmer beim Arzt oder beim Frisör in Zeitungen, Zeitschriften oder Fachmagazinen geblättert haben. Sie schlagen Seite für Seite um, und auf einmal richtet sich Ihre Konzentration ganz auf eine Abbildung, die sich von allen anderen merklich unterscheidet. Volltreffer. Die Werbeleute haben ihr Ziel erreicht. Das bedeutet noch nicht, dass Sie das Produkt kaufen. Aber Sie sind zumindest schon darauf aufmerksam geworden.

Auf dem Privatsender Pro 7 gibt es eine Sendung mit dem Namen "Big Pictures". Der Moderator Aiman Abdallah präsentiert darin spektakuläre Bilder. Die Story dahinter wird anschließend in kleinen Filmen vorgestellt.

Eyecatcher sind in diesem Sinne auch "Big Pictures", und zwar in doppelter Hinsicht. Das Großartige an diesen "Hinguckern" sollte das Motiv sein. Also keine 08/15-Aufnahme, die einem schon mehrfach begegnet ist und dadurch langweilig wirkt, sondern eben ein

"besonderes" Foto mit einer kräftigen Aussage- und Anziehungskraft. Dabei kann es sich um einen echten Schnappschuss handeln, aber auch um ein digital (in der Regel von Profis) nachbearbeitetes Bild, bei dem z. B. über das eigentliche Foto mit einem Bildbearbeitungsprogramm ein Prozesszyklus, ein Diagramm, eine Entwicklungslinie oder passende Fachbegriffe "gelegt" (eingefügt) wurden. "Big" sind diese Eyecatcher aber auch, weil sie in der Regel eine so hohe Auflösung haben, dass sie in Top-Qualität bei einer Präsentation auf der Leinwand wiedergegeben werden können, wenn sie eine PowerPoint-Folie komplett ausfüllen.

Neben Fotos als Eyecatcher eignen sich auch gut gestaltete Flipcharts. Wenn Sie damit Ihre Präsentation "würzen", erhalten Sie mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit als "Dank" die Aufmerksamkeit des Publikums. Obwohl es den Trend zum "Handgezeichneten" schon seit einiger



7. DER KÖRPER IST DER GRÖSSTE SCHWÄTZER ALLER ZEITEN – EIN PAAR BASICS ZUR KÖRPERSPRACHE

Der erste Teil des Titels dieses Kapitels stammt aus einem Zitat von Samy Molcho, ein israelischer Pantomime mit österreichischer Staatsangehörigkeit (geb. 1936), der neben zahlreichen Fernseh- und Theaterauftritten als Seminarleiter, Buchautor und Herausgeber von Videos zum Thema Körpersprache weltweit bekannt geworden ist.



Ich durfte vor einigen Jahren an einem 90-minütigen Vortrag von ihm bei einer großen Veranstaltung teilnehmen und war begeistert, wie leicht und spielerisch er dem Publikum das komplexe Thema Körpersprache nähergebracht hat. Ein absoluter Profi!

7.1 KÖRPERSPRACHE ENTSCHLÜSSELN – KEINE LEICHTE AUFGABE!

Körpersprache hat so viele unterschiedliche Facetten, dass man damit ganze Bücher füllen kann (was viele Autoren auch getan haben). An dieser Stelle möchte ich Ihnen ein paar Hinweise mit auf den Weg geben, die Ihnen helfen, auf der Bühne souverän und professionell zu wirken. Körpersprache ist dabei allerdings nicht nur komplex, sondern auch kompliziert. Oder besser gesagt, die Entschlüsselung von Körpersprache. Manchmal ist sie ziemlich eindeutig. Wenn jemand mit einer Keule in der Hand vor Ihnen steht und diese schon mit Schwung hochgehoben hat, ahnen Sie, dass das vermutlich für Sie kein gutes Ende nehmen wird. So ging es übrigens unseren Vorfahren zu der Zeit, als es noch keine Sprache gab, um sich zu verständigen. Die Körpersprache der anderen signalisierte, wie gerade die Stimmung ist. Das Beispiel habe ich schon beim Thema "Lampenfieber" verwendet. Die Reaktionen, die in unserem Gehirn ablaufen, sind aber tatsächlich noch weitgehend dieselben wie vor Jahrtausenden. Und im Zweifel orientieren wir uns auch heute noch eher an der körpersprachlichen Wahrnehmung als an dem, was das Gegenüber möglicherweise tatsächlich ausspricht. Körpersprache schlägt Sprache – so könnte man es einfach formulieren.

Neben diesen Situationen, in denen es vermutlich keine zwei Meinungen darüber gibt, was uns die Körpersprache "sagen" soll, gibt es aber auch unzählige Konstellationen, wo es nicht so eindeutig ist, was der Körper des Anderen gerade signalisiert (oder signalisieren will). Körpersprache funktioniert nicht wie eine "Wenn-dann-Formel" in einem Tabellenkalkulationsprogramm. Wenn Herr Braun so guckt oder so sitzt oder seine Hände so hält, bedeutet das eindeutig dies oder das oder jenes. So einfach ist es eben nicht. Körpersprache wird individuell interpretiert und hängt ganz stark vom Kontext ab, in dem die körpersprachliche Aktion gerade stattfindet.

Es ist also nicht sinnvoll, etwa nur auf eine einzelne Geste, die Armhaltung oder den Blick einer Person zu achten, sondern es ist das Gesamtbild der Person zu betrachten und dabei auch noch die konkrete Situation zu berücksichtigen, in der man sich gerade befindet. Dazu ein einfaches Beispiel:

7.3.4 Die Körperhaltung – auf den richtigen Stand(-punkt) kommt es an

Wer würde Sie mehr beeindrucken? Ein Redner, der mit leicht gebeugtem Oberkörper und hängenden Schultern nur zögerlich auf die Bühne kommt und bei seinen Ausführungen unruhig von einem Bein auf das andere wippt? Oder ein Vortragender, der mit aufgerichtetem Oberkörper und zielstrebigem Schritt auf das Publikum zugeht und bei seiner Präsentation



fest auf beiden Beinen steht, wenn er seinen Standpunkt vertritt?

Die Antwort fällt Ihnen nicht schwer. Erst recht nicht, wenn Sie sich vorstellen, dass der erste Redner vermutlich seinen Blick eher sparsam ins Publikum richten und seine leise Stimme wahrscheinlich etwas brüchig klingen wird, während der zweite Präsentierende seine Botschaften mit kräftiger Stimme und klarem Blickkontakt zum Publikum verkündet.

Die Körperhaltung strahlt unzählige nonverbale Signale aus und spiegelt ebenso wie die Mimik das Innenleben des Präsentierenden wider. Sind Sie von sich und Ihren Aussagen überzeugt, werden Sie selbstbewusst und überzeugend auftreten. Zweifeln Sie an Ihrem eigenen Auftreten und den Lösungen, die Sie vorstellen wollen, wird das Publikum schnell entschlüsseln, dass da etwas nicht stimmt. Wenn Ihre Worte (Sprache) und Ihr Auftreten (Körpersprache) voneinander abweichen, führt das zu Irritationen, weil etwas ganz Entscheidendes fehlt: Kongruenz. Dieser Begriff hat mehrere Bedeutungen, je nachdem, in welchem Kontext er verwendet wird. Bezogen auf das Präsentieren ist damit gemeint, dass Sie und Ihr Körper dieselbe Sprache sprechen müssen – es geht um Übereinstimmung.

Das Publikum wird Ihnen Ihre Worte nicht "abnehmen", wenn ihr Körper etwas anderes signalisiert. Zusammen mit den anderen Facetten der Körpersprache ist die positive Körperhaltung ein Schlüssel zum Erfolg. Das nebenstehende Zitat von Augustinus Aurelius (Philosoph und Heiliger) bringt den Zusammenhang absolut treffend auf den Punkt.



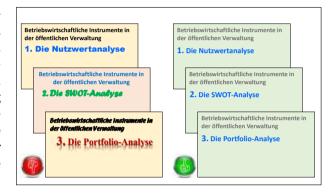
Treten Sie voller fachlicher Überzeugung und Begeisterung für Ihr Thema und mit einem gesunden Selbstbewusstsein vor Ihr Publikum, dann wird es Ihnen gelingen, den Funken oder die Flamme auf Ihre Zuhörer überspringen zu lassen!

Im Hinblick auf die Körperhaltung wird empfohlen, mit leicht gespreizten Beinen in Schulterbreite eine feste Position einzunehmen, die Ihnen einen sicheren Halt gibt. Andere Beinstellungen (Füße überkreuzt oder ein Fuß auf die Hacke gestellt) führen häufig zu wippenden Bewegungen, die als Unsicherheit des Präsentierenden interpretiert werden könnten.

8.2.11 Gleiches gleich behandeln – bleiben Sie beim Layout konsequent

Der Grundsatz, Gleiches gleich zu behandeln, ist nicht nur ein verfassungsrechtliches Prinzip, sondern auch ein zentrales Element in der Typografie. Obwohl PowerPoint oder andere Programme eine Vielzahl an Möglichkeiten bieten, Schriftarten und -größen, Farben und die Anordnung auf den Folien zu variieren, sollten Sie davon absehen. Was als willkommene Abwechslung erscheint, sorgt eher für unnötige Verwirrung beim Publikum. Unsere Augen "scannen" jede Folie komplett, und unser Gehirn versucht, mit den übermittelten Informationen gewisse Muster zu erkennen, die eine Orientierung und das Verstehen erleichtern. Ständig neue Variationen der Visualisierung sind anstrengend. Tappen Sie also nicht in diese PowerPoint-Falle!

Wenn Sie einmal eine Auswahl hinsichtlich der Schrift, Schriftgröße, Farbe etc. getroffen haben, sollten Sie dieses Layout konsequent umsetzen. Die Beispiele auf der linken Seite der nebenstehenden Abbildung machen deutlich, dass das Layout offenbar willkürlich von Folie zu Folie verändert wurde. Die Slides auf der rechten Seite haben dagegen eine klare optische Struktur.



Die nächsten drei Folien haben auch ein konsequentes Layout. Hier würde es störend wirken, wenn ohne erkennbaren Grund ein Bild plötzlich auf der rechten Seite und der Text dazu auf der linken Seite platziert wäre oder Sie zwischendurch ein großflächiges Bild verwenden. Ein solcher erkennbarer Grund könnte dagegen der Wechsel zu einem weiteren Gliederungspunkt Ihrer Präsentation sein.

Wenn Sie auf Ihrer am Flipchart sichtbaren Agenda darauf hinweisen, dass Sie nun z. B. zum dritten Themenschwerpunkt Ihres Vortrags kommen, kann danach Ihr Layout durchaus wechseln. 10 oder 15 Slides im selben Design wirken irgendwann auch ermüdend, selbst wenn sie an sich noch so gut gestaltet sind.







8.2.12 Bitte nicht alles von der Stange – individuelle Bullet Points erstellen

Wenn man danach fragt, was viele Leute an PowerPoint-Folien stört, hört man unter anderem immer wieder "Ein Aufzählungszeichen nach dem anderen!". Diese Aufzählungszeichen werden auch als Bullet Points bezeichnet und prägen tatsächlich auch heute noch das Erscheinungsbild vieler Slides. Fünf, zehn und manchmal noch mehr "Spiegelstriche" versuchen, eine gewisse optische Struktur (Linie) in den aufgelisteten Text zu bringen.

8.2.14 Design im Detail – noch ein paar Tipps

Mit passenden Bildern ist es möglich, die Aufmerksamkeit der Betrachter auf die zentralen Elemente (z.B. eine Aussage oder Grafik) einer Folie zu lenken. Wenn Sie Fotos mit Personen bzw. Gesichtern nutzen, sollten Sie darauf achten, dass die Blicke auf Ihre Kernaussage ausgerichtet sind und nicht davon wegleiten. Das Publikum nimmt die Blickrichtung auf und fokussiert sich so auf das Wesentliche. Am einfachsten ist es natürlich, wenn Sie ein Foto finden, das diesem Ansatz entspricht. Falls nicht, können Sie den gewünschten Effekt durch das "Spiegeln" des Bildes erzielen.

Klicken Sie das Foto an und wählen Sie im Menüband die Registerkarte "Bildformat" aus. Dort finden Sie die Auswahloption "Drehen" und können die Variante "Horizontal spiegeln" nutzen. Manchmal steckt der Teufel aber im Detail: Ist auf dem Motiv Schrift zu sehen, wird diese auch gespiegelt – das macht das Motiv ungeeignet. Die beiden Beispiele unten verdeutlichen, dass die jeweils linke Folie durch das Motiv eher von dem Text weglenkt, während die rechten Folien durch die Blickrichtung der Personen dem Publikum als "Wegweiser" dienen.



Schwarz oder weiß – welcher Hintergrund ist besser? Das ist Geschmackssache! Wie Sie an den beiden unten abgebildeten Folien sehen, ist der Inhalt identisch und beide Slides kommen sogar ohne Bild aus. Es gibt viel freien Raum, der aber dazu führt, dass die bewusst knapp gehaltene Schrift umso mehr ins Auge sticht – insbesondere das rote Ausrufezeichen sowie die bewusst spiegelbildlich angeordneten roten Buchstaben d und b. Beim Feedback geht es genau um dieses Spiegeln dessen, was man wahrgenommen hat ...





8.3.2 Das richtige Material für Ihren Werkzeugkoffer – die Grundausstattung

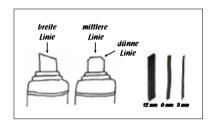
Bei den Stiften gibt es große Unterschiede. Wenn Sie solche mit einer Rundspitze verwenden, kommt es nicht so sehr auf die Handhaltung an. Die gezogene Linie bleibt konstant gleich breit – weil der Stift gar nicht mehr hergibt. Verwenden Sie stattdessen einen Stift mit Keilspitze, können Sie damit mehrere Schriftbreiten erzeugen. Auch auf größere Distanz gut lesbar ist der BigOne von Neuland (6–12 mm), den es in 59 (!) Farben gibt.



Für Visualisierungen kommen besonders der schwarze (Nr. 100) und blaue (Nr. 300) Stift, wegen des hohen Kontrasts zum weißen Papier, und die graue Variante (Nr. 101) zum Einsatz, die auch als Schattenstift bezeichnet wird. Der BigOne eignet sich wegen des großen Schriftbildes besonders für Überschriften und wenige Stichwörter auf einem Plakat.



Der "kleine Bruder" von Neuland (No.One) mit einer Keilspitze von 2–6 mm leistet gute Dienste, wenn etwas mehr (kleinerer) Text notwendig ist. Beim Zeichnen von Linien oder Rahmen kommt er ebenfalls zum Einsatz. Im Fachhandel gibt es aber natürlich auch noch andere Stifte, die auf Wasserbasis hergestellt und geruchsarm sind, z. B. den Uni Prockey von Mitsubishi.



Um Farbe ins Spiel zu bringen, haben sich die Wachsmalblöcke von Stockmar bewährt. Damit habe ich tatsächlich schon im Kindergarten-Alter meine ersten Erfahrungen gesammelt. Ich habe nicht schlecht gestaunt, als ich diese Farben aus Bienenwachs wieder in den Händen hielt, um damit heute Plakate für Präsentationen farbig zu gestalten. Es gibt die Wachsmalblöcke in Sets mit 8 und 16 Farben oder als Einzelexemplar.

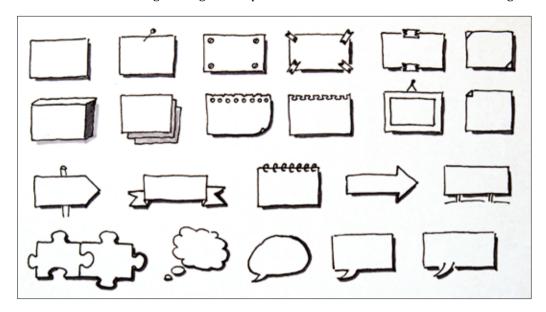


Bei nur gelegentlicher und richtiger Anwendung halten die Blöcke fast "ewig" – sie können bei Bedarf aber auch einzeln nachgekauft werden. Durch das kompakte Format kann man sehr zügig größere Flächen einfärben – das ist der Vorteil gegenüber Wachsmalstiften.

Häufig werden auch Moderationskarten verwendet, die es in verschiedenen Farben gibt. Man kann sie mit Nadeln an den Pinnwänden befestigen oder wie oben beschrieben auch mit Magneten oder Kleberöllchen am Flipchart anbringen. Obwohl die Karten mit den kräftigen Farben an sich gut zu erkennen sind, ist es mit der Schrift darauf manchmal problematisch, weil der Kontrast nicht groß genug ist – hier eignen sich die blasseren Farben besser.



Hier die bereits oben angekündigten Beispiele von Textcontainern mit Schattenwirkung:



8.3.7 Die Welt ist bunt – bringen Sie Farbe ins Spiel

Zu den Materialien, die bei der Gestaltung von Flipcharts nicht fehlen sollten, gehören Wachsmalblöcke. Damit lassen sich farbige Akzente setzen, die das Auge auf die wesentlichen Punkte des Plakates lenken. Das können die Textcontainer sein, einfache Motive, Ausrufezeichen, Verbindungspfeile oder auch der Raum zwischen einzelnen Gestaltungselementen. So verlockend es auch sein mag - das komplette Einfärben eines Plakates ist nur in seltenen Fällen zielführend. Das Flipchart bekommt dann eher den Charakter eines Posters, das zwar schön anzuschauen ist, aber eben nicht gezielt die Blicke leitet. Empfohlen wird auch, nicht zu viele unterschiedliche Farben gleichzeitig zu verwenden. Auch wenn Sie sich das Set mit 16 Farben beschaffen, geht es immer nur darum, einige davon sinnvoll zu kombinieren. Welche gut harmonieren, probiere ich meistens vorher aus. Auf dem Foto erkennen Sie, dass sich schöne Farbverläufe erzielen lassen.

Die richtige Handhabung der Wachsmalblöcke erfordert etwas Übung. Nehmen Sie den Block wie abgebildet zwischen den Daumen und den Mittelfinger. Mit dem Zeigefinger üben Sie etwas Druck von oben auf den Block aus. Je fester Sie drücken, umso kräftiger wird der Farbabrieb. Indem Sie den Block leicht anheben, nutzen Sie nur die hauchdünne Kante zum Einfärben.





8.3.9 Plakatideen – ein paar Beispiele aus der Praxis

Im Hinblick auf die Motivauswahl gibt es zwei Varianten. Wenn Sie zu Ihrem Thema ein passendes und eindeutiges Motiv finden, sollten Sie es nutzen, weil es eine enge Verbindung zu Ihren Inhalten hat. Manchmal bietet sich aber kein spezielles Symbol für die ausgewählte Thematik an. In diesen Fällen können Sie auf "allgemeine" Motive zurückgreifen, die Sie für jeden Inhalt nutzen können.

In das Licht eines Scheinwerfers können Sie sämtliche Inhalte schreiben – und sprachlich Ihre Präsentation damit einleiten, dass Sie die folgenden Punkte "etwas genauer beleuchten werden". Bild und Sprache passen dann gut zusammen. Auch der Stenoblock lässt sich universell einsetzen. Anstelle der vier Textcontainer könnten Sie auch eine typische Gliederung mit Bullet Points oder eine Definition dort platzieren. Die Lupe ist ein Klassiker, den Sie auch sprachlich wieder gut nutzen können, um darauf hinzuweisen, dass Sie "die folgenden Aspekte etwas näher betrachten" oder – um im Bild zu bleiben – "unter die Lupe nehmen werden".

Die Lupe bekommen Sie übrigens in dieser Größe auf das Plakat, indem Sie das Motiv mit einem Tischbeamer (früher war es der Overheadprojektor) an das Flipchart projizieren. Je nachdem, wie Sie den Abstand variieren, verändert sich die Größe des Motivs. Auf diese Weise können Sie z. B. die Lupe noch größer auch auf eine Pinnwand übertragen. Wenn Sie die Lupe nicht als Gliederung mit schon vorbereitetem Text nutzen, bietet sich dieses Motiv auch gut dazu an, die Inhalte gemeinsam mit der Gruppe in einer Seminar- oder Unterrichtssituation zu erarbeiten und auf Zuruf zu vervollständigen. Neben dem Plakat als "Hingucker" sorgt diese Vorgehensweise für weitere Aufmerksamkeit im Lernprozess.







In die Schriftrolle können Sie neben einer Gliederung auch einen kurzen Gesetzestext, eine Definition oder ein Zitat scheiben und das Plakat dauerhaft sichtbar lassen, um ggf. immer wieder darauf zurückkommen zu können. Durch die Verwendung heller Farbtöne ist der Text noch gut lesbar, obwohl er hier ausnahmsweise mit eingefärbt wurde. Der Weg bietet sich oft an, wenn Sie inhaltlich tatsächlich mehrere "Stationen" abhandeln. Im Projektmanagement werden hier häufig anstelle der Schilder am Wegesrand "Meilensteine" als zusätzliches Symbol verwendet, um auf wichtige Eckpunkte hinzuweisen.

Wenn es um wiederkehrende Ereignisse oder einen feststehenden Zyklus geht, wird dies oft durch einen Kreislauf dargestellt. Drei bis fünf Prozessschritte lassen sich ganz gut abbilden, darüber hinaus wird es zu kleinteilig und schwer lesbar. Die Textcontainer mit den einzelnen Schritten können live mit Malerkrepp oder Magneten nach und nach am Flipchart befestigt

B. B.: Von Magiern weiß man ja, dass sie etwas aus dem Hut zaubern können. Ich habe bei Ihnen schon gesehen, dass Sie etwas aus dem Flipchart gezaubert haben.

Johannes Sauer: Ich kann tatsächlich etwas zaubern (lacht). Mit dem Flipchart funktioniert das aber auch. Wenn man z. B. mit einer Schere oder einem Cutter einen Schlitz in ein Flipchart-Motiv schneidet, kann man Dinge aus dem Schlitz ziehen. Das hat immer etwas "Magisches". Wer diesen Effekt mag, findet viele weitere Ideen damit in unserem neuesten Buch "Kreativ präsentieren!".

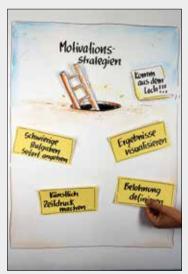












Im Bild oben links sieht man das Grundmotiv. Nun wird ganz langsam die Leiter aus dem Loch gezogen, damit der Effekt auch wirken kann. Wie funktioniert der Trick? Das Loch wird am unteren Rand eingeschnitten, so dass es eine Öffnung bekommt. Das obere Ende der Leiter wird umgeknickt. Dadurch entsteht ein kleiner "Haken", an dem man die Leiter später aus dem Schlitz ziehen kann.

Unten rechts sieht man das Gesamtplakat, das durch Beiträge der Teilnehmenden oder vorbereitete Karten des Präsentierenden ergänzt wird.

8.3.11 Kleben ist das neue Zeichnen – Tipps für Mehrfach-Auftritte

Wenn Sie Gefallen daran gefunden haben, Flipcharts zu gestalten und ein bisschen Zeit in entsprechende Übungen investiert haben, werden Sie feststellen, dass das Entwerfen und Layouten von Plakaten richtig Spaß machen kann. Im Vergleich zum Erstellen einer Power-Point-Präsentation dauert die "Herstellung" allerdings etwas länger. Für diejenigen, die im Seminar- und Unterrichtsbetrieb als Dozenten tätig sind oder aufgrund anderer Umstände ein Thema häufiger präsentieren und Inhalte nicht nur vorstellen, sondern Ergebnisse gemeinsam mit den Teilnehmenden erarbeiten wollen, bietet sich eine Alternative an. Statt immer wieder das notwendige Material neu zu erstellen, können Sie die aufwendigsten Elemente – in der Regel die Motive bzw. Symbole – so aufbereiten, dass Sie diese mehrfach nutzen können.

Johannes Sauer und Axel Rachow haben zu Beginn ihres Interviews beschrieben, wie sie mit dieser Möglichkeit umgehen und welche Effekte sich damit erzielen lassen.

Zum Abschluss des Themas Visualisierung möchte ich noch eine Variante ins Spiel bringen, die noch haltbarer und deshalb langlebiger als Karton ist – die sogenannten Kapa-Platten, Foamboards oder Schaumstoffplatten. Diese gibt es in Stärken von 3–15 mm und sind auch aus dem Modellbau bekannt. Sie können Ihr Motiv direkt auf diese Platten zeichnen, ggf. aber auch ausdrucken und darauf kleben. Mit einem scharfen Cuttermesser können Sie vorsichtig (!) überflüssige Ränder abschneiden und haben so ein attraktives Objekt zur Verfügung, das Sie immer wieder einsetzen können. Mit mehreren kleinen "Haftröllchen" aus Malerkrepp auf der Rückseite können Sie Ihre Motive leicht auf einem Flipchart oder einer Pinnwand anbringen und Stichworte live ergänzen.





8.4 EIN HIGHLIGHT AUS DER PRAXIS – EIN GANZ BESONDERER HINGUCKER

Ich freue mich immer besonders, wenn ich Seminarteilnehmende mit meiner Begeisterung für Visualisierungen am Flipchart "anstecken" kann. Das abgebildete Plakat stammt von Margitta Augustin, die in einer Prüfungssituation zum Thema "Führen auf Distanz" die dazu verwendbaren Werkzeuge dargestellt hat. Nur punktuell hat sie einzelne Aspekte noch mit einer zusätzlichen PowerPoint-Folie unterstützt, ansonsten reichte dieses Plakat, um die verschiedenen Facetten des Themas zu verdeutlichen. Man könnte kritisieren, dass sogar schon zu viele gezeichnete Elemente zu sehen sind und das Plakat "zu voll" sei. In dem speziellen Fall war ich einfach nur absolut begeistert von diesem echten Eyecatcher, der unterstreicht, dass man auch einen Volltreffer landen kann, wenn man sich nicht an alle Tipps hält.

