



Leseprobe

Bruno Augustoni

Professionell präsentieren

ISBN (Buch): 978-3-446-44285-6

ISBN (E-Book): 978-3-446-44335-8

Weitere Informationen oder Bestellungen unter

<http://www.hanser-fachbuch.de/978-3-446-44285-6>

sowie im Buchhandel.

Inhalt

1	Einleitung	5
1.1	Verkaufen	6
1.2	Bedeutung der Präsentation und Demonstration	6
1.3	Arten von Präsentationen	7
1.4	Die fünf Erfolgsfaktoren für eine professionelle Präsentation	8
2	Die Vorbereitung	10
2.1	Ziel der Präsentation	10
2.2	Thema der Präsentation	11
2.3	Begrüßung	11
2.4	Einleitung der Präsentation	13
2.5	Hauptteil der Präsentation	13
2.6	Schluss der Präsentation	14
2.7	Fragen und Einwände	15
2.8	Vorbereitungsfragen	16
3	Die Zuhörer	18
3.1	Bedeutung der Zuhörer	18
3.2	Begrüßung der Zuhörer	19
3.3	Namen	20
3.4	Interaktion und Zuhörerorientierung	22
3.5	Feedback und Zustimmung einholen	25
3.6	Barrieren	28
3.7	Umgang mit Teilnehmern bei Fragen und Angriffen ...	29
3.8	Rhetorik	32
3.9	Argumentation	41
4	Der Präsentator	46
4.1	Die Sprache	47
4.2	Der Körper	53
5	Die Visualisierung	71
5.1	Folien	72
5.2	Flipchart	79

5.3	Mind Mapping	80
5.4	Beamer	84
5.5	PowerPoint-Präsentationen.....	85
5.6	Unterlagen für die Zuhörer	86
5.7	Muster	87
5.8	Fragenkatalog für die Visualisierung	88
6	Umfeld	89
6.1	Zeit	89
6.2	Dauer der Präsentationen	91
6.3	Raum	92
6.4	Sitzordnung	92
6.5	Störungen	93
6.6	Probepäsentation	93
7	Präsentation im Team	94
8	Die Produktdemonstration	95
8.1	Das Produkt.....	95
8.2	Die Demonstration	97
8.3	Der Demonstrator.....	100
8.4	Anlässe für Produktdemonstrationen	101
8.5	Die Team-Demonstration	104
9	Medien – die indirekte Präsentation	106
9.1	Das Interview	106
9.2	Das Interview im Printmedium.....	111
9.3	Das Interview im Radio/TV	113
9.4	Social Media – soziale Netzwerke	117
9.5	Die Web-Präsentation	121
9.6	Die E-Mail	123
10	Checklisten für Präsentationen	124
Literatur	126
Der Autor	127

1 Einleitung

Präsentieren gehört zu den alltäglichen Aufgaben in unserem Berufsleben. Es werden immer wieder neue Strategien, Konzepte oder ganz einfache Unterlagen in den unterschiedlichsten Situationen zu präsentieren sein.

Inhaltlich sind die meisten Präsentationen sehr gut vorbereitet und in ihrem Gehalt auch entsprechend fundiert. Das eigentliche Präsentieren jedoch, d. h., die Art und Weise, wie der Inhalt zu den Zuhörern „transportiert“ wird, lässt sehr oft noch viel Potenzial offen.

Das Wie ist viel entscheidender, als man im Allgemeinen annimmt. Auch wenn zwei Präsentatoren inhaltlich genau das Gleiche sagen, kommt beim Zuhörer trotzdem ganz Unterschiedliches an. Warum? Eben weil der eine sich ausschließlich dem Inhalt widmet, während sich der andere von der Vorbereitung über die Durchführung bis hin zur Nachbearbeitung seiner Präsentation intensiv über das Transportieren der Botschaften Gedanken macht.

Aus der Kommunikationsforschung hat man folgende Erkenntnis gewonnen: Jede Kommunikation läuft auf zwei Ebenen ab, nämlich auf der Sach- und Beziehungsebene (Bild 1).

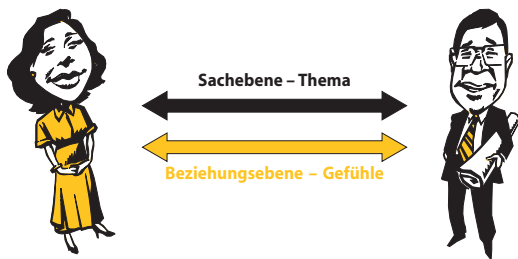


Bild 1: Kommunikationsebenen

Es ist das Wie, das über den Erfolg oder Misserfolg einer Präsentation entscheidet. Das Wie weckt bestimmte Emotionen in uns, und diese entscheiden, ob wir eine positive oder negative Haltung einnehmen. Anders ausgedrückt, das Gefühl entscheidet schlussendlich immer darüber, ob etwas „gekauft“ wird.

1.1 Verkaufen

Verkaufen im weiteren Sinne bedeutet jedes systematische Kommunizieren mit einem Partner. Das heißt, dass auch jede Präsentation eine Art von Verkaufen darstellt. Der Präsentator versucht die Zuhörer durch seine Präsentation von irgendetwas zu überzeugen: Im Idealfall sind sie dann vorbehaltlos seiner Meinung. Dieses Irgendetwas kann eine Idee, eine Strategie, ein Konzept oder ganz einfach ein Produkt sein. Verkaufen umfasst viele Untertätigkeiten wie z. B.:

Interesse wecken, fragen, zuhören, bestätigen, präsentieren, demonstrieren, visualisieren, argumentieren, Einwände beseitigen, Fragen beantworten, bestätigen lassen usw.

So gesehen verkauft jeder Mensch täglich irgendetwas. Sei dies eine Idee in der Firma oder sogar in der Familie.

Verkaufen im engeren Sinne beinhaltet zusätzlich eine Gegenleistung, die aus einer Ware oder Geld bestehen kann.

1.2 Bedeutung der Präsentation und Demonstration

Präsentationen und Demonstrationen sind ein wesentlicher, ja manchmal sogar entscheidender Bestandteil von Verhandlungen und Gesprächen. In solchen Momenten kann der Präsentator Vor- und Nachteile sowie seine Fachkompetenz auf bestimmten Gebieten aufzeigen. Hier kann er Inter-

esse wecken, zum Denken anregen, begeistern, die Zuhörer dazu bringen, sich voll und ganz mit ihm und seinen Aussagen zu identifizieren. In der Verkaufstechnik würde man hier vom Begriff Kaufen sprechen. Täglich werden Tausende von Präsentationen gemacht. Genau genommen ist jede Meinungsäußerung eine Präsentation.

Der entscheidende Unterschied zwischen einer Präsentation und Demonstration besteht darin, dass bei der Demonstration nicht nur das Ohr und das Auge angesprochen werden. Bei einer Demonstration werden auch die anderen Sinnesorgane wie Tast-, Geschmacks- und Geruchssinn angesprochen.

Die täglichen Präsentationen werden oft durch Demonstrationen ergänzt.

Der Einfachheit halber benutzen wir in der Folge ausschließlich den Begriff Präsentation.

1.3 Arten von Präsentationen

Grundsätzlich sind zwei Arten von Präsentationen zu unterscheiden:

- ▶ Frontalpräsentation (Präsentation vor einer Gruppe)
- ▶ Gesprächspräsentation (Präsentation am Tisch)

Oftmals wird vergessen, dass die Gesprächspräsentation eine sehr häufig gebrauchte Art der Präsentation ist. In fast jedem Gespräch gibt es eine Phase, in der einer der Gesprächspartner beginnt, irgendetwas zu präsentieren, z.B. ein Muster, eine Unterlage oder die Komponente eines Gerätes.

Die **Frontalpräsentation** ist das, was viele unter einer Präsentation verstehen. Der Präsentator stellt sich vor eine Gruppe von Zuhörern und referiert über ein Thema.

Die **Gesprächspräsentation** ist die Präsentation im Rahmen eines Gesprächs oder einer Verhandlung am Tisch.

Beide Arten von Präsentationen haben ihre Besonderheiten und folgen deshalb bestimmten Regeln.

Im Weiteren wird vor allem auf die Frontalpräsentation eingegangen. Sie finden jedoch sowohl in bestimmten Kapiteln als auch am Schluss dieses Buches einige Hinweise für die Gesprächspräsentation.

Frontalpräsentation



Gesprächspräsentation



Bild 2: Präsentationsarten

1.4 Die fünf Erfolgsfaktoren für eine professionelle Präsentation

Die fünf Erfolgsfaktoren für eine professionelle Präsentation sind:

- ▶ Vorbereitung
 - ▶ Zuhörer
 - ▶ Präsentator
 - ▶ Visualisierung
 - ▶ Umfeld
-

Wer diese fünf Faktoren beherrscht, wirkt professionell und kann sogar trockenen Inhalt begeisternd präsentieren.

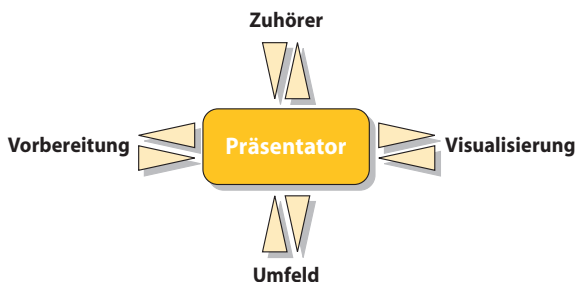


Bild 3: Die fünf Erfolgsfaktoren
