

RENÉ BORBONUS

Die Kunst der Präsentation



Sich glaubwürdig vor anderen darstellen –
ohne Show-Business

Überarbeitete Auflage

»Soft Skills kompakt«

4.
Auflage

Verlag

Junfermann

René Borbonus
Die Kunst der Präsentation
Sich glaubwürdig darstellen – ohne Show-Business

Reihe

Soft Skills kompakt

Herausgegeben von Stéphane Etrillard

Band 4

- Band 1 – Stéphane Etrillard: *Erfolgreiche Rhetorik für gute Gespräche*
- Band 2 – Sabine Mühlisch: *Fragen der KörperSprache*
- Band 3 – Reinhold Vogt: *Gedächtnis-Training in Frage & Antwort*
- Band 4 – René Borbonus: *Die Kunst der Präsentation*
- Band 5 – Ute Simon-Adorf: *Was Sie schon immer über Coaching wissen wollten ...*
- Band 6 – Arno Fischbacher: *Geheimer Verführer Stimme*
- Band 7 – Ute Simon-Adorf: *Mentaltraining in Frage & Antwort*
- Band 8 – Stephan Ulrich: *Menschen grafisch visualisieren*
- Band 9 – Jürgen W. Goldfuß: *Wer sich nicht führt, der wird verführt*
- Band 10 – Doris Kirch: *Der Stress-Coach*
- Band 11 – Stéphane Etrillard: *Charisma – einfach besser ankommen*
- Band 12 – Birgit Lutzer: *Bringen Sie es auf den Punkt!*
- Band 13 – Ursu Mahler: *Der Konflikt-Coach*
- Band 14 – Roland Arndt: *Jedes Telefonat ein Erfolg*
- Band 15 – Rositta Beck-Rappen: *Büro-Effizienz*
- Band 16 – Zach Davis: *Zeitmanagement für gestiegene Anforderungen*
- Band 17: Stéphane Etrillard: *Fair zum Ziel*
- Band 18 – Stéphane Etrillard: *Auftritt und Wirkung*
- Band 19 – Branka Ternegg: *Überzeugungspsychologie*



www.junfermann.de



blogweise.junfermann.de



www.facebook.com/junfermann



twitter.com/junfermann



www.youtube.com/user/Junfermann

RENÉ BORBONUS

DIE KUNST DER PRÄSENTATION

SICH GLAUBWÜRDIG DARSTELLEN –
OHNE SHOW-BUSINESS

Überarbeitete Neuauflage

Junfermann Verlag
Paderborn
2016



Copyright © Junfermann Verlag 2007
4., überarb. Auflage 2016
Covergestaltung / Reihenentwurf Christian Tschepp
Coverfoto © bellestock/Fotolia.com
Satz & Layout JUNFERMANN Druck & Service, Paderborn

Alle Rechte vorbehalten.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt.

Jede Verwendung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar.

Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-95571-545-8

Dieses Buch erscheint parallel in diesen Formaten:

ISBN: 978-3-95571-543-4 (EPUB), 978-3-95571-495-6 (Print),
978-3-95571-544-1 (MOBI).

Inhalt

Vorwort zur Neuauflage 2016	7
1. Espresso für Ihre Präsentation: Der packende Opener.....	11
2. Und danach? Der Hauptteil und das Vortragsende.....	27
3. Die Kraft von Bilderwelten und Storytelling nutzen	43
4. Praxistipps für nützliche Hilfsmittel	59
5. Der kleine Notfallkoffer: Was tun bei Einwänden, Störern, Nervosität, Blackout und anderen Katastrophen?	71
6. Die Leute fesseln mit gutem Stil.....	87
Schlusswort oder: Ein Credo für mehr Sprachstil in der Präsentation.....	103
Lese-Empfehlungen	109

Vorwort zur Neuauflage 2016

Das Thema Präsentieren ist ein echtes Phänomen. Trotz unzähliger Bücher, die sich damit beschäftigen, und reichlich Schulungsangeboten treten doch immer wieder ähnliche Fragen auf. Darum veröffentlichte ich 2007 die Erstauflage dieses Buches, in dem ich einige häufig gestellte und besonders praxisrelevante Fragen aufgegriffen und jeweils ein Lösungsangebot dazu „gestrickt“ habe.

Seit der ersten Auflage dieses Buches wurde das Präsentieren nicht neu erfunden. Dennoch sind die Anforderungen an eine gute Präsentation im Detail gestiegen – und mit ihnen die Relevanz der Fragen, die mir immer wieder gestellt und die in diesem Buch gebündelt beantwortet werden.

Ich beobachte im Wesentlichen zwei Trends. Zum einen den Trend zur Verdichtung: Redner sollen immer mehr Information in immer kürzerer Zeit vermitteln können. Diese Entwicklung speist sich aus mehreren Veränderungen unserer Arbeits- und Lebenswelt. Zum einen haben wir heute Zugriff auf eine unüberschaubare Flut an Informationen – mehr, als wir überblicken, beurteilen und verdauen können. Parallel dazu wird die Arbeit immer komplexer. Unsere Aufgabenfelder werden zugleich spitzer und umfangreicher. Sie setzen immer mehr Kompetenzen voraus, und immer mehr davon sind Wissenskompetenzen mit vielfältigen Überschneidungen.

Viele Menschen leiden deshalb an einer kognitiven Müdigkeit. Sie sind überfordert von all den Botschaften, mit denen sie täglich bombardiert werden. Dadurch wird die Aufmerksamkeitsspanne immer kürzer, die Toleranz für Überflüssiges immer niedriger. Die Gedanken gehen heute schneller auf Wanderschaft als früher. Es ist schwieriger geworden, die Aufmerksamkeit der Menschen zu binden und zu halten – auch und gerade der Menschen, vor denen wir als Präsentierende sprechen.

Dadurch sind die Anforderungen an Struktur und Prägnanz weiter gestiegen: Wir erwarten von einem Redner, dass er uns über sein Thema ins Bild setzt, ohne uns zu überfrachten. Eine gute Präsentation ist zugleich eine Übung in Vollständigkeit wie in Beschränkung. Sie ordnet ein, priorisiert, schlägt eine Bresche durch die Informationsflut zu jedem Thema. Verdichtung bedeutet also: die Informationen, auf die es wirklich ankommt – und zwar so, dass sie ankommen.

Der zweite Trend hält schon länger an: Die Erwartungen an den Unterhaltungswert sind weiter gestiegen. Mit Kommunikationstrends wie dem Content Marketing oder dem Corporate Storytelling hat sich in vielen Unternehmen die Überzeugung Bahn gebrochen, dass man Menschen eher über Geschichten und Nutzwert erreicht und bindet denn über nackte Zahlen, Daten und Fakten. Anschauliche Bilder und fesselndes Storytelling sind deshalb heute unverzichtbare Bestandteile einer erfolgreichen Präsentation. Das gilt intern, wenn zum Beispiel eine Strategie oder eine Projektidee präsentiert werden sollen. Und es gilt extern, wenn es Kunden von einem Produkt, einer Dienstleistung oder dem eigenen Unternehmen zu überzeugen gilt.

Dieser Trend ist der Grund, warum Baumärkte den Schöpfer im Manne ansprechen, anstatt mit der Langlebigkeit einer Motorsäge zu protzen. Warum Kosmetikfirmen wahlweise die Prinzessin, die Mutter oder die Entscheiderin in der Frau ins Visier nehmen, anstatt über Hautalterung zu sprechen. Warum Autobauer ein Bild vom idealen Leben inszenieren, anstatt PS-Zahlen für sich sprechen zu lassen. Ersteres bleibt hängen, Letzteres nicht.

Beide Trends gehen Hand in Hand: Ein Publikum mit kürzerer Konzentrationsspanne ist auch ein Publikum, das sich schneller langweilt. Das gilt bei Präsentationen im Unternehmenskontext genauso wie in der Werbung.

Die Herausforderung, die sich jedem Vortragenden stellt, hat sich durch diese Trends noch zugespitzt. Wenn es um wirkliche Überzeugungsarbeit geht, reicht es schon lange nicht mehr, nur solide zu prä-

sentieren. Es gilt vielmehr, die Präsentation ein wenig anders zu gestalten als die anderen, ohne dabei in nichtssagendes Show-Business zu verfallen, bei dem das Wichtigste in den Hintergrund rückt: die Inhalte. Es ist heute wichtiger denn je, einen glaubwürdigen Weg zu finden, um in Erinnerung zu bleiben.

In diesem Punkt hat sich nämlich nicht das Geringste verändert: Eine starke Präsentation lebt von ihrer Substanz. Bei aller Kürze und aller Unterhaltung ist die seriöse Basis eines Themas durch nichts zu ersetzen. Auch nicht durch grandioses Infotainment oder eine glänzende Visualisierung. Schon gar nicht durch Charisma. All das hilft, all das sind Wirkverstärker. Doch der Kern einer gelungenen Präsentation ist und bleibt ein solides Know-how. An dieser Konstante in der Kunst des Präsentierens ist seit der Antike nicht zu rütteln – und dabei wird es auch bleiben.

Dasselbe gilt für die Grundidee dieses Buches: Ich glaube, dass allen Uni-Kursen und Management-Trainings zum Trotz das Präsentieren von Ideen und Konzepten noch lange nicht so gut gelingt, wie es könnte. Den Hauptgrund sehe ich darin, dass wir unsere Zuhörer leicht überfordern, anstatt sie zu entlasten und bei ihren Bedürfnissen zu packen. Dafür müssen wir aber in der Lage sein, sie abzuholen. Und das ist der Knackpunkt, an dem viele Präsentationen scheitern: Wir vergessen leicht, dass wir schon Experten sind in dem, worüber wir referieren – unsere Zuhörer dagegen oft (noch) nicht. Wir verlieren sie, weil wir es verpassen, uns ihnen anzunähern und sie in unsere Überlegungen einzubeziehen. Wir setzen zu viel voraus und geben den Menschen zu wenig Anknüpfungspunkte.

Wenn Menschen über längere Zeit tief in ihre Materie eingetaucht sind – und das sind wir als Präsentierende in aller Regel –, vergessen wir, wie es ohne all das Wissen war. Wir verlieren das Gefühl dafür, wann wir uns verständlich und anschaulich ausdrücken und wann nicht. Deshalb greifen wir nicht zur einfacheren Formulierung, zum erklärenden Bild, zur fesselnden Geschichte. Stattdessen werfen wir mit Fachbegriffen, Zahlen und Statistiken um uns, die nur dem Zweck

dienen, uns selbst als Experten in Szene zu setzen. Diese Strategie geht nicht auf: Wen wir nicht verstehen, dem vertrauen wir nicht.

Das bedeutet: Wir berauben uns unseres eigenen Wirkungspotenzials, wenn wir unsere Fühler nicht in Richtung Publikum ausstrecken.

Dieses Buch soll Ihnen einige Ideen geben, wie Sie Ihre Präsentation wirkungsvoller und verständlicher gestalten können. Die Antworten sind aus zahllosen verschiedenen Präsentationen, Reden und Vorträgen entstanden, die ich bei meiner Arbeit als Kommunikationstrainer gesehen, begleitet und selbst gehalten habe. Aus all diesen Praxisbeispielen aus dem ‚echten Leben‘ habe ich die wichtigsten Dos und Don'ts des professionellen Präsentierens abgeleitet. Neben den praktischen Tipps kommt es mir darauf an, ein Bewusstsein zu schaffen für den messbaren Mehrwert einer guten Präsentation.

Dabei habe ich etwas versucht, was ich auch allen Präsentierenden ans Herz lege: sich kurz fassen. Wenngleich Redundanzen gut für das Verständnis sein können, wollte ich sie mit Blick auf die zahlreichen Präsentations-Bücher am Markt doch möglichst gering halten. Wundern Sie sich also bitte nicht, wenn einige Grundlagen wie beispielsweise eine PowerPoint-Einführung für Anfänger hier ausgeblieben sind.

Einen kurzen Dank kann ich Ihnen nicht ersparen: Ich danke Waltraud, Andrea, Christina und Theo, ohne die mein Leben als Trainer und somit auch dieses Buch nicht möglich gewesen wären.

Nun wünsche ich Ihnen viel Freude bei der Lektüre, einige gute Impulse und natürlich schon im Voraus viele Präsentations- und Redenerfolge! Wann immer Sie Fragen haben oder auch nur von Ihren Präsentationserlebnissen berichten wollen, kommen Sie doch einfach auf mich zu! Meine Kontaktdaten finden Sie am Ende des Buches.

Kommen Sie gut an!

Ihr *René Borbonus*

1. Espresso für Ihre Präsentation: Der packende Opener

Stellen Sie sich vor, Sie schlagen erwartungsvoll ein neu gekauftes Buch auf, beginnen gespannt die ersten Seiten zu lesen und sind nach zwei Minuten schon so gelangweilt, dass Sie das Buch weglegen und wahrscheinlich auch nie mehr zur Hand nehmen. Der Grund: Der Text bzw. die Geschichte hat es nicht geschafft, Sie von Anfang an zu packen und zu fesseln. Die Folge: Sie haben sofort ein Urteil gefällt und werden das Buch wohl niemals lesen, auch wenn sich die Geschichte drei Seiten später so spannend entwickelt, dass Sie das Buch auf einen Schlag durchlesen würden. Dasselbe gilt für eine Präsentation. Selbst wenn Sie im Hauptteil Ihres Vortrages auftrumpfen, haben Sie einen Großteil der Aufmerksamkeit des Publikums bereits verloren, wenn Sie schwach starten.

Professionelle Redner und Präsentatoren verweisen immer wieder auf die unermessliche Bedeutung eines gelungenen Einstiegs. Warum ist der Erfolg der gesamten Präsentation so eng mit einem guten Opener verknüpft?

„Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance“ oder: „Der erste Eindruck prägt“ – Sprichwörter und kluge Aphorismen, die uns die Macht des ersten Eindrucks immer wieder vor Augen führen, gibt es reichlich. Und Sie selbst haben sicher auch schon mehrfach Erfahrungen gemacht, die genau das bestätigen. Denken Sie nur an Veranstaltungen, bei denen mehrere Redner gesprochen haben: Zu Beginn der Rede herrscht eine gespannte Erwartungshaltung, und die Aufmerksamkeit der Zuhörer ist bei 100 Prozent. Gute Redner nutzen die Chance, die eben diese hohe Aufmerksamkeit bietet, und schaffen es, sie über den gesamten Vortrag aufrechtzuerhalten. Bei schlechten Rednern wird der Aufmerksamkeitsfaden dagegen immer dünner und droht ganz abzureißen. Oder haben Sie schon einmal erlebt, dass nach einem verpatzten und faden Einstieg eine wirklich mitreißende Präsentation folgte?