



Marco von Münchhausen

# Rhetorik und Präsentationstechniken

Die Kunst, frei zu reden und zu überzeugen

E-Book inside



Marco von Münchhausen

# Rhetorik und Präsentationstechniken

Die Kunst, frei zu reden und zu überzeugen

## Impressum

---

Copyright: © Junfermann Verlag, Paderborn 2024

Covergestaltung: Junfermann Druck & Service GmbH & Co. KG, Paderborn

Satz & Layout: SATZ-BILD-GRAFIK Klaus Waldbart Druckservice, Martinsried

Redaktionelle

Mitarbeit: Ingo P. Püschel

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 Vervielfältigung, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Bibliografische Information der deutschen Nationalbibliothek.

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

ISBN 978-3-7495-0614-9

Dieses Kartenset erscheint parallel als E-Box. ISBN 978-3-7495-0615-6 (PDF)

## Zu Zweck und Nutzung dieser Kartei

Diese Kartei ist für jeden gedacht, der vor anderen vorträgt oder präsentiert, also:

- für **Präsentierende** im beruflichen Bereich;
- für **Redner bei politischen oder gesellschaftlichen Anlässen** (wie z.B. Geburtstagen, Hochzeiten oder Jubiläen);
- für **Lehrer und Dozenten** an Schulen und Hochschulen;
- für **Profi-Redner** und Keynote-Speaker;
- sowie für **alle, die vor einer Gruppe oder einem Publikum** auftreten, um Menschen mit ihrer Rede oder Präsentation zu **erreichen, zu informieren** oder zu **überzeugen**.

Rede, Vortrag, Präsentation, Schulung, Vorlesung und Unterricht lassen sich insofern nicht genau abgrenzen. Diese Kartei gilt letztlich für alle diese Situationen.

Die Kartei ist **modulhaft** gestaltet, sodass jeder Nutzer – je nach seinem Anliegen und Wissensstand – sich **auf die Karten beschränken** kann, die für ihn **hilfreich und erforderlich** sind.

**Noch ein Wort zum Sprachgebrauch:** Die Darstellung auf Karteikarten lebt von Prägnanz und Kürze. Das Ziel einer möglichst kompakten und dennoch verständlichen Darstellung kollidiert allerdings immer wieder mit der Forderung nach einer gendergerechten Sprache.

Wo immer es möglich war, wurde gendergerecht formuliert. Konnte dies aus Platzgründen oder weil die Verständlichkeit gelitten hätte, nicht umgesetzt werden, wird hierfür um Verständnis gebeten.

**Dr. Marco von Münchhausen** ist vielfach ausgezeichnete(r) Keynote-Speaker (u.a. Hall of Fame der German Speakers Association GSA), Seminarleiter und erfahrener Rhetorikcoach. Er gibt seit 1990 Seminare und Einzelcoachings in Rhetorik und Präsentationstechnik, ist Dozent im Rahmen der Speakerausbildung der GSA und als Experte für strukturierte, verständliche, anschauliche und praxisorientierte Wissensvermittlung in der Lehrer:innen- und Dozent:innenausbildung tätig.

## Speaker-Coaching in Rhetorik und Präsentationstechnik

- Sie halten regelmäßig oder immer wieder mal Reden und Vorträge ... vor kleinerem oder größerem Publikum ... im beruflichen oder privaten Umfeld?
- Sie wollen Kunden, Teams, Chefs mit packenden Präsentationen überzeugen?
- Sie sind schon professioneller Redner – und wollen sich noch den letzten Schliff holen?

### **Speaker-Coaching ist die ideale Ergänzung und Fortsetzung zur Kartei für Rhetorik- und Präsentationstechnik.**

- Aufbauend auf Speaker-Basics und Speaker-Specials analysieren wir gemeinsam, was schon gut läuft – und wo noch Verbesserungspotenzial besteht.
- Anhand eines Videomitschnitts oder eines Livevortrages erstelle ich eine ausführliche Analyse zu Ihrem Vortrag und Ihrer Bühnenperformance.
- Und dann besprechen wir diese Analyse und feilen gemeinsam an Rhetorik und Präsentationstechnik. Am Ende des Coachings wissen Sie ganz genau, an welchen Stellen Ihrer Rede Sie schon richtiger Profi sind – und wo Sie (oft mit wenig Aufwand) noch viel mehr Wirkung erzielen können.

[info@vonmuenchhausen.de](mailto:info@vonmuenchhausen.de) | [www.muenchhausen-coaching.de](http://www.muenchhausen-coaching.de)



# Inhaltsverzeichnis

## Teil A: Rhetorik

### I Grundlagen

- 1 Die Essenz! – Worum es geht
- 2 Die zwei Schritte der professionellen Wissensvermittlung
- 3 Keine Perfektion! – Aber Basics als Must
- 4 Basics – Specials – Tops
- 5 Das Wichtigste nach der R.E.B.E.N.-Formel
- 6 Überzeugung und Begeisterung

### II Anfang und Schluss

- 1 Das A & O Ihres Vortrags oder Ihrer Präsentation
- 2 Begrüßung – Einstieg – Anfang
- 3 Die Begrüßung
- 4 Der Einstieg
- 5 Anders Anfangen Als Alle Anderen – AAAAA (Übersicht)
- 6 AAAAA-Möglichkeiten (1)
- 7 AAAAA-Möglichkeiten (2)
- 8 AAAAA-Möglichkeiten (3)
- 9 Zusatztipp zum Anfang und Dont's
- 10 Der Schluss (1)
- 11 Der Schluss (2)

### III Die Vorbereitung

- 1 Grundsätze der Vorbereitung
- 2 Die 7 Phasen der Vorbereitung
- 3 1. Schritt: Vorabinformationen einholen (klären)
- 4 2. Schritt: Stoffsammlung und Reduktion
- 5 3. Schritt: Aufbau – Struktur – Gliederung
- 6 Strukturvarianten der sog. „Fünf-Satz-Struktur“
- 7 4. Schritt: Gestalten des Vortrags
- 8 Tipps zu Gestaltungsmitteln
- 9 6. Schritt: Formulierung – Sprachstil
- 10 Sprachstil – Übersicht
- 11 Dont's und Zusatztipp
- 12 Das Manuskript
- 13 Outfit & Kleidung
- 14 Letzte Vorbereitungstipp

### IV Vor dem Auftritt und in Aktion

- 1 Letzter Check vor Ort (1)
- 2 Letzter Check vor Ort (2)
- 3 Checkliste vor Ort
- 4 Unmittelbar vor einer (anmoderierten) Rede oder Präsentation
- 5 Während des Vortrags (der Präsentation)
- 6 Stand – Haltung – Hände (Do's)
- 7 Stand – Haltung – Hände (Dont's)
- 8 Körpersprache und Gestik

# Inhaltsverzeichnis

- 9 Blickkontakt und Mimik
- 10 Stimme und Sprechweise
- 11 Stimmtraining und Warm-up-Übungen (1)
- 12 Stimmtraining und Warm-up-Übungen (2)
- 13 Standortwechsel und Ankertechniken
- 14 Am Schluss einer Rede oder Präsentation
- 15 Und außerdem und vor allem

## V Specials

- 1 Storytelling (1) – Warum?
- 2 Storytelling (2) – Was & Wie? 12 Tipps (I)
- 3 Storytelling (3) – Was & Wie? 12 Tipps (II)
- 4 Storytelling (4) – Story-Struktur
- 5 Humortechniken (1)
- 6 Humortechniken (2)
- 7 Humortechniken (3)
- 8 Humortechniken (4)

## VI Schwierigkeiten meistern

- 1 12 Mittel gegen Lampenfieber (Übersicht)
- 2 12 Mittel gegen Lampenfieber (1)
- 3 12 Mittel gegen Lampenfieber (2)
- 4 12 Mittel gegen Lampenfieber (3)
- 5 12 Mittel gegen Lampenfieber (4)
- 6 Filmriss und Blackout – Grundregeln
- 7 Pannenhilfe bei „Filmriss“

- 8 Zwischenfragen, Einwände, Angriffe (1)
- 9 Zwischenfragen, Einwände, Angriffe (2)
- 10 Umgang mit technischen Störungen

## VII Umsetzung und ständige Weiterentwicklung

- 1 Die Stufen auf dem Weg zur Meisterschaft
- 2 Wachstum – Flow – Routine
- 3 Umsetzungstipps

## Teil B: Präsentationstechnik

### I Präsentationsmedien

- 1 Präsentationstechnik – Übersicht
- 2 Präsentationsmedien – Übersicht
- 3 Klassische Präsentationsmedien (1)
- 4 Klassische Präsentationsmedien (2)
- 5 Digitale Präsentationsmedien (1)
- 6 Digitale Präsentationsmedien (2)

### II Visualisierungstypen

- 1 Visualisierungstypen je nach Inhalt – Übersicht
- 2 Zahlen und Diagramme
- 3 Diagrammwahl
- 4 Strukturen und Zusammenhänge
- 5 Abläufe, Entscheidungssituationen und Sonderformen
- 6 Beispiele für Sonderformen

## III Präsentation mit PowerPoint

- 1 Präsentation mit PowerPoint – Allgemeines
- 2 Die fünf Hauptfehler bei der Erstellung einer Präsentation
- 3 Grundsätze der Gestaltung bei PPT (1)
- 4 Grundsätze der Gestaltung bei PPT (2)
- 5 Grundsätze der Gestaltung bei PPT (3)
- 6 Folien: Aufbau und Gestaltung bei PPT (1)
- 7 Folien: Aufbau und Gestaltung bei PPT (2)
- 8 Technische Tipps zur Erstellung einer PPT – Übersicht
- 9 Technische Tipps zur Erstellung einer PPT (1)
- 10 Technische Tipps zur Erstellung einer PPT (2)

## IV Virtuelle Veranstaltungen / Onlinepräsentationen

- 1 Virtuelle Veranstaltungen und Onlinepräsentationen (1)
- 2 Virtuelle Veranstaltungen und Onlinepräsentationen (2)

Weiterführende Literatur und Quellen



# Teil A – Rhetorik

## I. Grundlagen



Zur stets großen Verblüffung der Teilnehmer beginne ich fast alle meine Rhetorik- und Präsentationstechnikseminare mit der Frage: „*Wer von Ihnen mag eigentlich gerne Zitronen?*“

Egal, wie klein oder groß die Gruppe ist, es finden sich immer ein paar, die sofort „*Hier!*“ rufen. – „*Sehr gut, dann habe ich Ihnen etwas mitgebracht.*“ – Ich greife hinter mich, enthülle einen Korb, der mit gelb leuchtenden Zitronen gefüllt ist, und verteile die Zitronen an die, die sich gemeldet haben. Dann fordere ich die Zitronenliebhaber auf: „*Bitte, beißen Sie hinein und lassen Sie sich's schmecken!*“

In sehr, sehr seltenen Fällen kommt einer der Teilnehmer dem nach. Von fast allen bekomme ich einen Korb – „*Nein, danke!*“

Mit gespieltem Erstaunen frage ich dann nach dem Grund der Ablehnung: „*Gespritzte Schale!*“ (nein, das zählt nicht, es sind immer ungespritzte und gewaschene Biozitronen) – „*Zu hart!*“ – „*Zu bitter!*“ – „*Unverdaulich!*“ – „*Auf diese Weise ungenießbar!*“ – So tönt es auch von den Zitronenfans. – „*OK, kein Problem*“, bekommen sie als Antwort und schon hole ich eine Zitronenpresse, ein Messer und ein Glas aus meinem Requisitenkoffer.

Ich zerteile die Zitronen, presse sie aus und reiche dann die Gläser mit dem Zitronenextrakt wieder den Kandidaten. Bei vielen erfolglos, noch immer will es nicht schmecken. „*Zu sauer*“, „*zu konzentriert*“ sei das. Auch darauf bin ich gefasst, habe Verständnis, doch ich gebe nicht auf. Ich will meine Zitronen – in welcher Form auch immer – an den Mann oder die Frau bringen.

Der Requisitenkoffer ist auch noch nicht leer. Ich hole also einen Barshaker hervor, gieße den Zitronenextrakt hinein, gebe etwas Zucker dazu, Wasser und schüttle das Ganze (und falls sie das selbst mal ausprobieren: Nehmen Sie immer stilles Wasser, alles andere führt zu Problemen). – „*Frisch gepresste Zitronenlimonade – wer möchte probieren?*“ Verwundert es, dass sich nun nahezu alle melden ... und es ihnen schmeckt?

„*Und das, was ich da gerade demonstriert habe, ist die Essenz des ganzen Seminars. Das werden wir nun zwei Tage lang trainieren.*“

Natürlich lasse ich die Teilnehmer nicht allein mit ihrer Limonade, respektive dem, wofür diese Metapher steht. Denn worum geht es? Dies zeigt die folgende Karte A 1 2 „Die zwei Schritte der professionellen Wissensvermittlung“:

- Die **Zitronen** sind die **Ergebnisse wissenschaftlicher Recherchen**: Berge von Detailwissen, oft sogar gespickt mit Fußnoten- und Anmerkungsapparaten. Für den „Normalverbraucher“, für die meisten Zuhörer, die nicht vom Fach sind, ungenießbar, unverdaulich und schlicht nicht erforderlich.
- **Der erste wichtige Schritt der professionellen Wissensvermittlung** besteht immer darin, die Wissensfülle auf das Wesentliche zu reduzieren, die Essenz herauszufiltern, sie **auf den Punkt zu bringen**. Aber auch dieser *Extrakt* ist für die meisten immer noch zu *abstrakt*, also unbekömmlich in seiner Konzentration.
- Daher muss nun in einem **zweiten Schritt** dieses komprimierte Wissen **strukturiert und veranschaulicht**, mit Interaktion und Spielen **emotionalisiert** werden. Dann kann es leicht und dauerhaft aufgenommen und verarbeitet werden – es geht also um die Kunst des „didaktischen Limonademixens“, und dafür steht diese ganze Metapher.

Machen Sie daher in Ihren Vorträgen und Präsentationen „aus Zitronen Limonade“. Damit werden Sie Ihre Zuhörer erreichen, bereichern ... und begeistern!

