

Wider die Langeweile

In diesem Artikel geht es darum, was man bei Präsentationen tun kann, um zu verhindern, dass sich die Zuhörer langweilen. Die Ergebnisse kurz zusammengefasst: präsentieren lernen und üben; sich auf das Publikum gut vorbereiten und einige konkrete Tipps umsetzen.

WAREN SIE SCHON einmal auf der Baselworld, der internationalen Uhrenmesse gigantischen Ausmaßes? Abgesehen davon, dass man dort Uhren Hunderter Hersteller zu sehen bekommt, kann man auch sehr viel über Präsentation lernen. Denn bei wenigen Produkten geht es so sehr um die Präsentation wie bei Uhren, diese sind einander nämlich in ihrer Funktion sehr ähnlich. Wohl gemerkt: in ihrer Funktion, nicht in ihrer Technik. Wir wollen es uns ja hier nicht mit Uhrenliebhabern verscherzen.

Und doch: Die mechanischen Uhren tun alle vor allem eines, sie zeigen die Zeit an. Manche sind ein bisschen größer, manche ein bisschen kleiner, manche schlicht und andere extravagant, die Materialien vergleichbar. Auch hinsichtlich der messbaren Faktoren wie Ganggenauigkeit, Gangreserve oder Lebensdauer und Wartungsintervalle unterscheiden sich die mechanischen Uhren nicht großartig von einander. Eines haben sie überhaupt gemein: In Funktionsvielfalt und Ganggenauigkeit können sie mit einer 50-€-Quarzuhr allesamt nicht mithalten. Was macht also den Unterschied aus? Was bestimmt, ob eine Uhr um 100,-, 500,-, 5.000,- oder gar

50.000,- € verkauft wird? Es ist die Marke. Es geht darum, wie eine Uhr präsentiert wird. Und genau aus diesem Grund sind Uhren ein so hervorragendes Beispiel – und mit ihnen die Baselworld. Präsentation ist alles!

Die großen Aussteller auf der Baselworld sind allesamt Meister der Präsentation. Na gut, sie lassen sich das auch genug kosten. Ein großer Stand in der Haupthalle kostet 4 bis 6 Millionen € Standmiete für die Woche. Die Stände schauen aber nicht wie herkömmliche Messestände aus, sondern eher wie kleine Hotels. Diese Gebäude im Gebäude haben allesamt eine Rezeption, an der man als Privatperson ohne Termin gar nicht vorbeikommt. Man hat daher ständig das Gefühl, die wirklich tollen Dinge gar nicht zu Gesicht zu bekommen und merkt schnell: Man ist nicht die Zielgruppe. Das sind nämlich die Händler und Juweliere aus der ganzen Welt, die dort mit den Herstellern Lieferverträge großen Umfangs abschließen sollen – und dafür einiges geboten bekommen. So ein »Messestand« kostet in der Herstellung ca. 30 Millionen €, haben wir erfahren. Und damit noch nicht genug: Wir wissen von einem Side-

Event, das 2016 während der Messe in einer angemieteten und umgebauten Lagerhalle in Hafennähe stattfand. Kosten für den Uhrenhersteller: 22 Millionen € für die Woche, zusätzlich zu den Kosten für Messestand und Miete. Geladen waren dort nur spezielle Gäste, die von Live-Musik über Sportwettkämpfe bis hin zu kulinarischen Besonderheiten alles geboten bekamen, was mit Geld zu kaufen ist – selbstverständlich auf Top-Niveau. Wozu der Aufwand? Damit die Gäste (= Einkäufer) die umgebaute Lagerhalle am besten eine Woche lang nicht verlassen. Was ist dort daher verboten? Langeweile!

Zurück in die Realität. Eine Präsentation im Berufsalltag hat mit diesen Auswüchsen natürlich nicht viel gemein, das ist eine völlig andere Welt. Aber auch hier gilt: Das Publikum darf sich nicht langweilen. Zum Glück kann man das auch dann verhindern, wenn dafür keine Millionen zur Verfügung stehen. Wir haben Experten gebeten, uns Tipps zur Vermeidung von Langeweile bei Präsentationen zu geben.

Schien Ninan (Training & Creative Director bei HPS) spricht von der Aufmerksamkeit als Grundvoraussetzung: »Die Aufmerksamkeit steigt am Beginn Ihrer Präsentation bzw. der Rede zunächst an. Die Zuhörer sind anfangs neugierig, Fragen sich, worum genau es bei Ihrem Vortrag geht, vor allem aber versuchen die Zuhörer, Sie als Vortragenden einzuordnen. Sie möchten wissen: Wie tickt die Person? Wie bewegt sie sich? Wie spricht sie? Wie ist sie so drauf? Wie geht sie das Thema an?

Nach einer gewissen Zeit der hohen Aufmerksamkeit, oft bereits nach den ersten 5 Minuten, haben Ihre Zuhörer aber bereits alle wesentlichen Informationen, um Sie einzuordnen. Dann geht es bei vielen Vorträgen mit der Aufmerksamkeit leider nur noch bergab. Man muss also versuchen – auch wenn es der Inhalt des Vortrags per se nicht hergibt –, bewusst regelmäßig »Highlighter« einzubauen, um die Aufmerksamkeit hoch zu halten. Diese müssen Sie zum Teil bewusst planen. Dazu haben wir bei HPS ein eigenes Toolsheet entwickelt.«

Die 9 Instrumente daraus sind: Medienbruch, Zitat, Statistik, Irreführung, Demo, Anekdote, Gegenstände, Humor und Frage. Schien Ninan erklärt den Einsatz: »Im Wesentlichen sind diese 9 Highlighter unsere Tipps, um Ihren Vortrag im Vorhinein so zu gestalten, dass die Aufmerksamkeitskurve hoch bleibt. Sie sollten sich also Ihren Vortrag, wenn er einmal inhaltlich fertig gestellt ist, ansehen und dazu parallel die erwartete Aufmerksamkeitskurve der Zuhörer zeichnen. Oft spüren Sie dann selbst: »Ah, an der Stelle wird's nicht so spannend.« Und genau dort bauen Sie dann einen der 9 Highlighter ein.«

Auch Patrick Nini (Trainer, Speaker und Autor) sieht bei der Vermeidung von Langeweile den Schlüssel zum Erfolg in der Vorbereitung. Er konzentriert sich dabei aber auf die Zielgruppe: »Um einen Zuhörer an eine Präsentation zu binden, sollte man sich im Vorfeld Gedanken zur Relevanz des Themas machen. Gehen Sie individuell auf die Bedürfnisse der Zuhörer ein! Folgende Fragen können Sie sich dabei beantworten: Wer ist Ihr Zuhörer? Was beschäftigt ihn? Was hat er für Probleme? Kurz gesagt: Der Zuhörer möchte dort abgeholt werden, wo er gerade steht. Nur so kann eine Präsentation den erwünschten Mehrwert bieten. Ein Zuhörer behält Informationen nur, wenn sie für ihn relevant sind.« Und ganz konkret während des Vortrags: »Gelangweilte Zuhörer müssen nicht sein. Binden Sie Ihre Zuhörer in Ihren Inhalt und Ihre Bühnen-Performance ein! Abstimmungen im Publikum sind z.B. eine Methode, um individuell auf das Publikum einzugehen. Sie können Ihren Inhalt entsprechend adaptieren, wenn Sie mehr über Ihr Publikum erfahren haben. Soll-



Schien Ninan

»Wenn Sie Menschen nichts zu bieten haben, sollten Sie besser nicht präsentieren. Es werden schon genug unnötige Präsentationen gehalten.«
www.hps-training.com

Sprechen Sie die Sprache des Erfolgs.

Einzelsprachtraining besonders günstig: **Berlitz Happy Hour**





Aktionspreis:
Einzeltraining
nur € 49,- statt
€ 55,- pro
Einheit

Schnell und effektiv in einer Fremdsprache durchstarten:
Jetzt zu ausgewählten Unterrichtszeiten besonders günstig.
Fragen Sie nach den speziellen **Berlitz Happy Hour** Zeiten.



Tel. 01/602 45 43
www.berlitz.at/berlitz-happy-hour



Patrick Nini

»Gehen Sie individuell auf die Bedürfnisse der Zuhörer ein. Wer ist Ihr Zuhörer? Was beschäftigt ihn? Was hat er für Probleme?«
www.patricknini.com



Steve Ash

»Wenn ich nur sage, dass ich in den nächsten Minuten über ein bestimmtes Thema sprechen werde, wird sich das Publikum denken: Na und?«
www.berlitz.at

ten die Zuhörer wirklich einschlafen, könnten Sie auch einfach die Position wechseln, indem Sie durch den Raum gehen. Sprechen Sie Personen im Publikum direkt an und Sie werden merken, das gesamte Publikum ist bei Ihnen.«

Steve Ash (Training Development Specialist bei Berlitz) gibt zwei Tipps, wie man Langweile bei den Zuhörern verhindern kann: »Beim ersten Tipp geht es um mich selbst als Präsentator. Es gibt zwar feine kulturelle Unterschiede, aber prinzipiell will jedes Publikum folgende Frage beantwortet haben – und bei einer 10-minütigen Präsentation muss das in 30 Sekunden abgeschlossen sein: Warum ich? Was macht mich zum Experten? Wenn ich das nicht biete – gemeinsam mit Augenkontakt, einer selbstbewussten Stimme und einer gleichermaßen aktivierenden wie ausgeglichenen Körpersprache – werde ich nur selten eine zweite Chance erhalten, einen guten ersten Eindruck zu machen.

Der zweite Tipp bezieht sich auf die Aussage, die ich treffen, argumentieren oder beweisen will. Ein Redenschreiber Kennedys hat es die »Headline« genannt. Wenn ich nur sage, dass ich in den nächsten Minuten über ein bestimmtes Thema sprechen werde, wird sich das Publikum denken: Na und? Ich brauche eine überzeugende Aussage, einen Punkt, den ich ins Treffen führe, sodass sich auch mein größter Kritiker denkt: »Okay, da höre ich jetzt zu.«

Oft ist es ja so, dass einige Menschen der Präsentation beiwohnen, ohne wirklich Interesse daran zu haben. Was kann man tun, um diese Menschen für die Präsentation zu gewinnen?

Schien Ninan: »Hart gesagt: Wenn Sie Menschen nichts zu sagen bzw. zu bieten haben, sollten Sie besser nicht präsentieren. Es werden schon genug unnötige Präsentationen gehalten. Wenn Sie aber etwas zu sagen haben, sollten Sie die Interessen Ihrer Zuhörer gleich zu Beginn aktiv adressieren! Also gleich ansprechen, warum es diese Zuhörer interessieren sollte:

- Heute geht es um ...
- Das ist für Sie wichtig, weil ...
- Sie als ... interessieren sich dabei für ...«

Steve Ash setzt auf die Vorbereitung: »Es ist klar, dass ich mich über das Publikum vorab genau informieren muss. Dazu gehören auch jene Personen, die vielleicht nur auf Anordnung vom Chef dabei sind oder glauben, dass das Thema für sie keine Relevanz hat. Für diese Personen einen Eintrittspunkt für ihr Interesse zu finden, lässt sie vielleicht erkennen, dass etwas für sie dabei ist. Zum Beispiel könnten sich anwesende Controller bei einem Vortrag über ein Verkaufs-

thema eine Aufmerksamkeits-Auszeit gönnen. Allein das Wissen, dass diese Controller dabei sein könnten, reicht schon aus, um Teile der Präsentation so vorzubereiten, dass man sie damit anspricht.«

Manchmal erkennt man erst während der Präsentation, dass einige Zuhörer kein oder wenig Interesse daran haben. Was kann man dann noch tun?

Helga Steiner (Inhaberin von Steiner Consulting): »Wie Sie Präsentationsfrust auf jeden Fall erzeugen, ist ganz einfach:

- Reden Sie so lange Sie wollen!
- Kümmern Sie sich nicht um Vorkenntnisse und Einstellungen der Zuhörer!
- Konzentrieren Sie sich voll auf Ihre Unterlagen!
- Verschwenden Sie keine Zeit auf Vorbereitung!
- Zeigen Sie, dass Sie besser sind als die Zuhörer!

Wie Sie jedoch wirklich alle Zuhörer abholen, ist nicht ganz so ein leichtes Unterfangen und wird sicherlich von der Anzahl der Personen, die im Raum sind, abhängen. Diese 6 Check-Points geben auf jeden Fall Abhilfe:

- Die Zielgruppe muss »brennen«: Wecken Sie das Interesse der Zielgruppe!
- Klare Aussagen treffen: Führen Sie Beispiele an und erzählen Sie Geschichten!
- Einfache Struktur einhalten: Bauen Sie die Inhalte schlüssig und schrittweise auf!
- Visuelle Hilfsmittel einbauen: Aktivieren Sie durch Bilder, sprechen Sie durch Symbole, zeigen Sie Diagramme und vieles mehr!
- Schnelle Antworten geben: Bestehen Sie im Kreuzfeuer durch Sicherheit!
- Persönlich präsent sein: Überzeugen Sie durch Ihren Auftritt!«

Patrick Nini: »Es lohnt sich herauszufinden, was denn der Grund für das geringe Interesse ist. Beispielsweise könnten die Zuhörer verpflichtet worden sein zuzuhören. Vielleicht wollten sie gar nicht teilnehmen. Drei Tipps kann ich dazu geben:

- Zeigen Sie Ihren Zuhörern explizit den Nutzen auf. Zum Beispiel: Wenn ihr diese Punkte beachtet, reduziert sich euer Arbeitsaufwand beim nächsten Monatsabschluss von zwei Stunden auf 20 Minuten.
- Sie könnten sich auch solidarisch zeigen. Angenommen es ist 5 vor 12 und alle warten sehnsüchtig auf das Mittagessen. Fragen Sie: »Wer von Ihnen hat schon Hunger?« Sie könnten mit etwas Humor antworten: »Dann bin ich nicht alleine – lassen Sie uns die Präsentation gemeinsam schnell über die Bühne bringen.« So erhalten Sie Wohlwollen und damit Aufmerksamkeit.

- Sollten die Zuhörer immer noch kein Interesse haben, suchen Sie den Dialog. Sprechen Sie das Thema mutig und offen an. Fragen Sie Ihre Zuhörer, warum sie hier sind und was sie erwarten.«

Steve Ash: »Ich muss akzeptieren, dass ich nicht immer alle zufriedenstellen kann. Aber: Das Publikum während der Präsentation zu ›lesen‹, ist der Schlüssel zum Erfolg. Dadurch kann ich erkennen und darauf eingehen, wenn z. B. jemand einem bestimmten Punkt nicht zustimmt (›Manche von Ihnen sind davon vielleicht nicht überzeugt ...‹) oder etwas nicht verstanden wird (›Oder anders ausgedrückt: ...‹).«

Wie kann man Zuhörer bewusst aktivieren?

Helga Steiner: »Dafür gibt es keine 0815-Regel. Das abwechslungsreiche Vermitteln von Informationen, das Eingehen auf die Teilnehmer, ein überzeugtes Auftreten und all die Punkte, die in Workshops trainiert werden, müssen zu der Person, die vorträgt, passen. Authentisch sein, ist ein sehr wesentlicher Faktor.«

Patrick Nini: »Gehen Sie mit Ihrem Publikum in einen Dialog und binden Sie die Zuhörer in das Geschehen ein. Das erfordert natürlich ein hohes Maß an Spontanität, Flexibilität und Vor-

bereitung. Die Arbeit wird sich lohnen und bereichert Ihre Präsentation ungemein.«

Schien Ninan: »Erstens, spontan die Interessen der Zuhörer ansprechen! Zum Beispiel: ›Ich denke, der folgende Punkt ist für Ihre Branche besonders wichtig. Sie wollen ja die entscheidenden Veränderungen nicht verpassen.‹ Zweitens, mit Körpersprache und Stimme aktiv variieren. Nähern Sie sich Ihren Zuhörern, werden Sie leiser, vergrößern Sie Ihre Gestik. Hier gibt es eine ganze Bandbreite an Möglichkeiten, um die Zuhörer spontan zu aktivieren. Drittens, Fragen an Ihre Zuhörer stellen.«

Apropos Stimme: Mit dieser beschäftigt sich der folgende Artikel. Unsere Frage nach der Bedeutung von Stimme für den Erfolg einer Präsentation, wird von Helga Steiner so beantwortet: »Sprache und Stimme sind sehr wichtig. Richtiges Sprechen und der gezielte Einsatz der Sprache sind lernbar. Talent ist hilfreich, aber das Üben ist unverzichtbar. Eine monotone oder schlampige Aussprache reduziert die Aufmerksamkeit und die vermittelten Inhalte kommen nicht wie gewünscht beim Empfänger an.«

Lesen Sie mehr darüber auf den nächsten Seiten. **T**



Helga Steiner

»Das abwechslungsreiche Vermitteln von Informationen, das Eingehen auf die Teilnehmer, ein überzeugtes Auftreten und all die Punkte, die in Workshops trainiert werden, müssen zu der Person, die vorträgt, passen.«
www.steinerconsulting.at



„Ich profitiere noch heute von meiner Trainerausbildung bei Buhr & Team. Das dort erlangte Wissen ist die Grundlage für meine Trainingskonzepte.“

Dr. Steffi Burkhart, Absolventin der 3. Staffel