

Nick Fitzherbert
Die perfekte Präsentation

Nick Fitzherbert

DIE PERFEKTE PRÄSENTATION

Erfolgreich im Beruf mit den Erkenntnissen
der Wahrnehmungspsychologie

Aus dem Englischen von Andrea Panster

ARISTON 

Die Originalausgabe dieses Buches erschien 2011 unter dem Titel
Presentation Magic! bei Marshall Cavendish International (Asia)
Private Limited



Verlagsgruppe Random House FSC® N001967
Das für dieses Buch verwendete FSC®-zertifizierte Papier
Schleipen liefert Cordier, Deutschland.

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

Copyright © Nick Fitzherbert 2011
Copyright licensed by Marshall Cavendish International
© der deutschsprachigen Ausgabe 2014 Ariston Verlag
in der Verlagsgruppe Random House GmbH
Alle Rechte vorbehalten

Umschlaggestaltung: Weiss Werkstatt München
Satz: EDV-Fotosatz Huber/Verlagsservice G. Pfeifer, Germering
Druck und Bindung: Clausen & Bosse, Leck
Printed in Germany 2014

ISBN 978-3-424-20080-5

*Ich widme dieses Buch allen Zauberkünstlern
auf der ganzen Welt, die so liebenswürdig sind, ihre Kreativität,
ihren fachkundigen Rat und ihre Inspiration weiterzugeben.*

*Die berufliche Neuorientierung hat meinem Leben neuen
Schwung gegeben. Dafür bin ich auch der Zauberervereinigung
The Magic Circle sowie Paula, Louis und Eliza für ihre liebevolle
Unterstützung an der Heimatfront zu Dank verpflichtet.*

Inhalt

Einleitung	15
-------------------------	-----------

TEIL I – AUFBAU

1. Warum es so wichtig ist, sich Zeit für den Präsentationsaufbau zu nehmen.	27
2. Publikumsbindung	32
2.1 Vorstellungen und Erwartungen	32
2.2 Knüpfen Sie an die Vorkenntnisse Ihres Publikums an	37
2.3 So erzeugen Sie Empathie	40
2.4 So bekommt Ihre Botschaft eine Bedeutung für Ihr Publikum	44
2.5 So entscheiden Sie über die beste Vorgehensweise	50
2.6 Möglichkeiten der Publikumsbindung	53
2.7 Alternativen zu PowerPoint	63
3. Aufmerksamkeit	78
3.1 Warum Fokus so wichtig ist	78
3.2 Anfang und Ende	82

3.3	Wie Sie Aufmerksamkeit erregen	84
3.4	Wie Sie Aufmerksamkeit erhalten.....	94
3.5	Wie Sie den Höhepunkt Ihres Vortrags gestalten, planen und umsetzen	97
4.	Wirkung.....	102
4.1	Die schriftliche Ausarbeitung	102
4.2	Fürs Ohr schreiben	105
4.3	Worte, die wirken	107
4.4	Die Gefahren negativer Formulierungen.....	112
4.5	Die Überarbeitung.....	116
4.6	Visuelle Hilfsmittel	119
4.7	Wie Sie die Erinnerung lebendig halten.....	126
5.	Überzeugung.....	131
5.1	Seien Sie überzeugt	131
5.2	Seien Sie authentisch.....	132
5.3	Seien Sie offen und überzeugen Sie »zufällig«...	134
5.4	Was Überzeugung zerstört.....	135
5.5	Schalten Sie nicht auf Autopilot	136
5.6	Selbstvertrauen	137
6.	So gestalten Sie eine PowerPoint-Präsentation, die Ihren Vortrag unterstützt	139

TEIL II – VORBEREITUNG

7.	Vorüberlegungen	167
7.1	Vor wem und wie vielen werden Sie sprechen?..	167

7.2	Wo werden Sie sprechen?	169
7.3	Wie viel Zeit haben Sie?	173
7.4	Die Ausrüstung	174
7.5	Besondere Anlässe zur Nervosität.	177
8.	Proben	179
8.1	Stellen Sie die Situation nach	179
8.2	Der Ablauf	182
8.3	Helfen Sie Ihrem Gedächtnis auf die Sprünge. . .	189
8.4	Stellen Sie sich auf mögliche Probleme ein	196
8.5	Der »Starbucks-Test«	200

TEIL III – VORTRAG

9.	Ankunft und Aufbau	205
9.1	Machen Sie sich mit Ihrer Umgebung vertraut. .	205
9.2	Nehmen Sie den Raum in Besitz.	207
9.3	Positionieren Sie sich richtig	211
10.	Publikumsbindung	214
10.1	Die Vorstellung	215
10.2	Der erste Eindruck	216
10.3	Die Eröffnung	217
11.	Persönliche Möglichkeiten der Publikumsbindung	219
11.1	Die Stimme.	219
11.2	Der Blick.	229
11.3	Der Körper.	233

12. Technische Möglichkeiten der Publikumsbindung	240
12.1 PowerPoint – so sorgen Sie dafür, dass es Ihren Vortrag unterstützt	240
12.2 PowerPoints Funktionen optimal nutzen	242
12.3 Fernbedienung	248
12.4 Laserpointer	249
12.5 Filmausschnitte	249
13. Aufmerksamkeitslenkung	253
13.1 Einen Fokus schaffen	254
13.2 Einen neuen Fokus setzen	257
13.3 Vom Umgang mit visuellen Hilfsmitteln	259
13.4 Was den Blickkontakt stört	264
14. Zur Wirkung Ihres Vortrags	267
14.1 Ablenkungen großräumig verhindern	268
14.2 Den »Einschlafpunkt« erkennen	271
14.3 Vom Umgang mit Fragen	272
14.4 Die Platzierung des Frage-und-Antwort-Teils und der Höhepunkt Ihres Vortrags	273
15. Wie Sie Ihren Vortrag zum Höhepunkt führen und Ihr Publikum überzeugen	277
15.1 Der Höhepunkt Ihres Vortrags	277
15.2 Das Publikum überzeugen	279
16. Inspiration aus der Welt der Musik	281

Inhalt

Anhang	285
1. Die wesentlichen Unterschiede zwischen einem Gespräch und einer Präsentation	285
2. Techniken der Nachrichtendestillation	288
3. »Harmlose Tricks«	295
4. Zauberhafte Präsentationen auf einen Blick	301
 Mehr über den Autor	 315

Die Regeln der Zauberkunst in der Unternehmenskommunikation

Publikumsbindung	Aufmerksamkeit
1. Die von Ihnen geweckten Vorstellungen und Erwartungen bilden den Rahmen jeder Kommunikation. 2. Die Faktoren Prestige, Atmosphäre, Ambiente und Wunsch können Vorstellungen und Erwartungen stärken oder schwächen. 3. Kommunikation ist nur dann effektiv, wenn sie an die Vorkenntnisse des Publikums anknüpft. 4. Das Gehirn filtert den Großteil der eingehenden Informationen heraus und lässt nur durch, was es für wichtig hält.	5. Konzentrierte Aufmerksamkeit erfordert einen klaren Fokus. 6. Die Aufmerksamkeit wandert von links nach rechts, um schließlich links zur Ruhe zu kommen. 7. Das Publikum wird ansehen, was Sie ansehen, worauf Sie zeigen, worauf Sie mit Worten hinweisen. 8. Neugier, Bewegung, Geräusche, Kontrast und alles Neue oder andere sind Freund und Feind zugleich – all dies kann die Aufmerksamkeit fesseln. 9. Die weitere Umgebung kann Ihrer Botschaft zu- oder abträglich sein. 10. Jedes inhaltliche Element ist Ihrer Botschaft entweder zu- oder abträglich. 11. Abwechslung verkürzt die Konzentrationsphasen und erhält so die Aufmerksamkeit.

Wirkung	Überzeugung
12. Die Sinne bieten fünf verschiedene Zugangs-möglichkeiten zum Gehirn. 13. Anfang und Ende bleiben in Erinnerung. 14. Negative Formulierungen behindern die Kommunikation; man muss sie erst entwirren, bevor man sie deuten kann. 15. Allzu Vertrautes wird »unsichtbar«. 16. Anhaltende Wirkung erzielt man nur, wenn die Information ins Langzeitgedächtnis übergeht.	17. Um überzeugend zu sein, müssen Sie selbst überzeugt sein. 18. Offenheit zerstreut Zweifel, Beteuerungen schüren sie. 19. Der Mensch hat mehr Vertrauen in Schlüsse, die er selbst gezogen hat. 20. Die Reaktionen der Menschen werden durch die Reaktionen ihrer sozialen Gruppe beeinflusst. Nick Fitzherbert

Einleitung

Die meisten Zauberer werden Ihnen auf die Frage, wie sie zur Zauberkunst gekommen sind, unweigerlich erzählen, dass sie im Alter von ungefähr sechs Jahren ihren ersten Zauberkasten geschenkt bekamen. Bei mir war das anders. Es begann im Jahr 1991. Damals leitete ich eine PR-Agentur und war auf der Suche nach einer Showeinlage für mein Betriebsfest. Ich engagierte eine Zauberkünstlerin namens Fay Presto, deren Spezialität es unter anderem war, brennende Zigaretten durch die Jacken der Gäste und Flaschen durch massive Tische zu drücken, während sie ihre Geldscheine in der Luft schweben ließ. Fay tat all dies und noch viel mehr, und von Stund an war ich Feuer und Flamme. Ich machte die einschlägigen Geschäfte, Clubs, Zeitschriften und Kongresse ausfindig. Allmählich schlich sich die Zauberkunst auch in die neuen Wettbewerbspräsentationen meiner PR-Agentur, was mich in Kontakt mit Zaubertickerfindern und einigen ganz außergewöhnlichen Denkern brachte.

Je mehr ich über die Zauberkunst lernte, desto mehr wuchs meine Überzeugung, dass viele der Prinzipien, auf denen die Tricks aufbauten, auch im Geschäftsleben sehr nützlich sein konnten. Schließlich drehte sich in meinem Beruf als PR-Berater alles darum, die Aufmerksamkeit anderer zu lenken, sie zu beeinflussen und die Menschen zu überzeugen. Abgesehen von

den Elementen der Täuschung schien es mir, als hätten die Zauberkünstler dieser Welt im Grunde die gleichen Ziele wie ich. Die Bestätigung dafür kam von James »The Amazing« Randi, der weithin als einer der großen Gurus in der Welt der Zauberkunst gilt. Er sagte: »Zauberkünstler sind die besten Kommunikatoren der Welt. Der Haken ist nur: Alles, was sie sagen, ist falsch!«

Es gab also tatsächlich Spielraum, dachte ich, um mehr mit den psychologischen Prinzipien anzufangen, auf denen die Tricks beruhten, als lediglich Kaninchen aus Hüten zu zaubern und vollkommen funktionstüchtige Gegenstände verschwinden zu lassen. Zum Glück fiel mein Vorstoß in die Welt der Magie damit zusammen, dass eine neue Generation von jungen Zauberkünstlern wie Andy Nyman, Marc Paul und Anthony Owen in Erscheinung trat, die im Rahmen von John Lenahans Club *Monday Night Magic* in einem Pub in London auftraten. Sie näherten sich der Zauberkunst auf eine völlig neue Art und Weise, die eher in die Richtung des Gedankenlesens ging und eine Reihe entsprechender psychologischer Fähigkeiten nutzte. Schließlich gesellte sich ein weiterer Zauberkünstler aus der Szene Bristols dazu: Sein Name war Derren Brown, und als ich Ende der 1990er-Jahre seinen ersten Vortrag bei einem Zauberkongress miterlebte, blieb den Anwesenden vor Verblüffung der Mund offen stehen. Schon bald tat er sich mit Owen und Nyman zusammen, um in Fernsehshows aufzutreten, und der Rest ist Geschichte. Für mich war wichtig, dass Derren neue Bezugspunkte zur Welt der Zauberkunst schuf. Damit war die Vorstellung der Menschen von Magie nicht mehr auf ihre Erinnerungen an Kinderfeste und Leute wie Paul Daniels und Tommy Cooper beschränkt.

Irgendwann fasste ich mir ein Herz und bewarb mich um die Mitgliedschaft in der international führenden Zauberkünstlervereinigung *The Magic Circle*, die über eine riesige Bibliothek verfügt und mir Zugang zu vielen der besten magischen Köpfe der Welt verschaffte. Mithilfe dieser Quellen konnte ich meine Überlegungen vertiefen und die Regeln der Zauberkunst identifizieren – 20 Prinzipien, deren sich die Top-Zauberkünstler instinktiv bedienen und die meiner Ansicht nach in der Geschäftswelt gleichermaßen wirksam sind. Im Grunde sind diese Regeln ganz einfach. Für mich liegt darin auch ihre Schönheit, und erst der magische Zusammenhang erweckt sie zum Leben.

Bei diesen Regeln geht es hauptsächlich darum, *warum* Magie funktioniert, und weniger darum, wie sie funktioniert. Denn das darf ich nicht verraten – man würde mich sofort aus dem *Magic Circle* ausschließen! Vermutlich kann ich aber sagen, dass einer der Gründe für diese strikte Geheimhaltung dieser ist: Vieles ist schlichtweg so unglaublich simpel, dass Sie schwer enttäuscht wären, wenn Sie dahinterkämen. In den meisten Fällen geht es in der Tat fast ausschließlich um die Art und Weise der Präsentation.

Bei der ersten Begegnung mit den Menschen, deren Präsentationstechnik ich mit den Regeln der Zauberkunst verbessere, erkläre ich, dass sie während der Schulung all das lernen werden, was auch in den üblichen Trainingsprogrammen vermittelt wird, ergänzt durch die Prinzipien, die ich in der Welt der Zauberkunst entdeckt habe. Für gewöhnlich beginne ich mit einer kurzen Einführung, die folgendermaßen abläuft:

Ich nehme einen Stapel Spielkarten zur Hand und mische sie, während ich erzähle, dass ich Mitglied in der weltbe-

rühmten Zauberervereinigung *The Magic Circle* bin. Ich sage, dass wir uns jeden Montagabend an einem streng geheimen Ort treffen, um dann zu verraten, dass unser Hauptquartier in London in der Nähe der Euston Station liegt und sich unsere Räumlichkeiten ganz wunderbar anbieten, falls jemand nach einem ausgefallenen Ort für eine Firmenveranstaltung sucht. Der eine oder andere war schon einmal dort, wir plaudern kurz über das Hauptquartier und bauen eine Beziehung auf. Jeden Montagabend aber tummeln sich dort Zauberkünstler jeglicher Couleur. Viele von ihnen drängen sich um Tische und zeigen einander Kartentricks. Ich mische weiter und zeichne ein Bild von mir im Kreise der Zauberkünstler. »Ziehen Sie eine Karte«, sage ich, »egal welche. Sagen Sie einfach Stopp!« Ein Seminarteilnehmer zeigt auf eine Karte und ich frage, ob er es sich noch einmal anders überlegen möchte. Er zieht, zeigt die Karte den anderen, und ich beginne damit, vermeintlich seine Gedanken zu lesen. Ich sage: »Ich könnte jetzt ein ganzes Programm abspulen, so wie Derren Brown es tut. Ich könnte Sie bitten, an Farben, Formen, Werte, Bilder und so weiter zu denken. Ich kann Ihnen aber auch einfach sagen, dass Sie die Herz-Zwei in der Hand haben« – was auch der Fall ist. An dieser Stelle mache ich schnell weiter, bevor es peinlich wird und die Anwesenden zum Beispiel applaudieren.

»Sie erinnern sich, dass ich sagte, der Trick sei oft erstaunlich einfach? Nun, in diesem Fall trifft das uneingeschränkt zu, denn bis auf die unterste Karte, die Sie sehen konnten, besteht das Spiel ausschließlich aus Herz-Zweien ... « Die Anwesenden stöhnen und ich erkläre, dass sogar bei einem

so einfachen Trick verschiedene Regeln der Zauberkunst zum Zug kommen.

Zum Beispiel **Regel 3: *Kommunikation ist nur dann effektiv, wenn sie an die Vorkenntnisse des Publikums anknüpft.***

Ich kann mit Spielkarten kommunizieren, weil alle Menschen damit vertraut sind. Mit Tarot-Karten dürfte es weniger gut funktionieren, da die wenigsten etwas mit Begriffen wie »große Arkana« anfangen können. Das erinnert mich an ein Beispiel aus der Geschäftswelt, einen Vortrag von Bill Gates, den ich vor vielen Jahren gehört habe. Im Grunde sprach er davon, dass wir bald mit »Personal Digital Assistants« arbeiten würden. Aber diesen Begriff verwendete er damals noch nicht. Er sprach weder von »PDAs« noch von »Palm Pilots«. Wir hätten es nicht verstanden, da diese Geräte noch nicht erfunden waren. Stattdessen beschrieb er sie als »eine Art elektronische Geldbörse« und half uns damit, uns vorzustellen, welche Größe und Form sie haben, wo wir sie aufbewahren und wie wir sie verwenden würden. Er knüpfte in seiner Kommunikation an das an, was uns bereits bekannt war.

Am wichtigsten aber ist **Regel 1 – *Die von Ihnen geweckten Vorstellungen und Erwartungen bilden den Rahmen jeder Kommunikation.*** Sobald ich die Karten zur Hand nehme, öffnet sich in den Köpfen der Anwesenden eine Datei. Sie erinnern sich an alles, was sie über Kartenspiele wissen – 52 Karten, vier Symbole, zwei Farben und so weiter. Ferner schließen sie Unzutreffendes wie etwa die Möglichkeit aus, dass alle Karten gleich sein könnten. So können sich Zau-

berkünstler sicher sein, dass sie ihr Publikum mit bestimmten Schlüsselbegriffen und -verhaltensweisen bestens darauf vorbereitet haben, ihre Botschaft zu hören.

Sobald Sie wissen, welche »Dateien« Sie öffnen, kommt **Regel 2** ins Spiel: *Die Faktoren Prestige, Atmosphäre, Ambiente und Wunsch können Vorstellungen und Erwartungen stärken oder schwächen*. In diesem Fall erzähle ich allen, dass ich Mitglied der weltberühmten Zauberervereinigung *The Magic Circle* bin (Prestige), und beschreibe das Umfeld unseres Clubs (Atmosphäre und Ambiente). Mit Menschenkenntnis und etwas Glück wähle ich zudem einen Freiwilligen, der Freude an der Zauberkunst hat (Wunsch).

Ich erkläre, dass viele Regeln im Grunde ganz einfach sind und erst durch die Zauberkunst zum Leben erweckt werden. **Regel 5** etwa – *Konzentrierte Aufmerksamkeit erfordert einen klaren Fokus* – war mir schon immer bewusst. Aber in 20 Jahren in der PR-Branche ist sie mir nie so klar geworden wie durch die Worte des kanadischen Zauberkünstlers Gary Kurtz (eines ausgebildeten Psychologen): »Spalten Sie niemals die Aufmerksamkeit zwischen sich und dem, was Sie tun.« Ich zeige, dass dies in der Zauberkunst unter anderem heißt, Kartentricks niemals mit nach unten ausgestreckten Armen zu machen. Natürlich schauen die Anwesenden sofort auf die Karten in meinen Händen und ich erkläre, dass ihre Aufmerksamkeit nun zwischen meinem Gesicht und ausgerechnet meinem Schritt hin- und herpendelt – wo sie ganz bestimmt nicht hingehört! Viel besser ist es, die Karten zum Gesicht zu heben und so einen

klaren Fokus zu schaffen. Bei geschäftlichen Präsentationen sollten Sie sich nicht zu weit von Ihren Requisiten oder der Leinwand entfernen. Außerdem sollten Sie allmählich anfangen zu überlegen, wie Sie Ihre Botschaft vereinfachen können, um sowohl körperlich als auch geistig einen klaren Fokus zu schaffen.

Nachdem Sie einen klaren Fokus geschaffen haben, können Sie **Regel 6 – Die Aufmerksamkeit wandert von links nach rechts, um schließlich links zur Ruhe zu kommen** – zu Ihrem Vorteil nutzen. Der Grund dafür ist, dass dies der westlichen Leserichtung entspricht. Ich baue mich, die Leinwand und alle visuellen Hilfsmittel grundsätzlich vom Publikum aus gesehen von links nach rechts auf. Auf diese Weise sehen die Leute zuerst mich, dann meine Requisiten an, um schließlich mit ihrer Aufmerksamkeit automatisch zu mir zurückzukehren.

Auch **Regel 18 – Offenheit zerstreut Zweifel, Beteuerungen schüren sie** – kommt im Szenario meines albernem kleinen Tricks zum Tragen. Alle Zauberkünstler werden sagen: »Ziehen Sie eine Karte, egal welche. Wollen Sie es sich noch einmal überlegen?« Und so weiter ... Sie geben sich betont offen, um den Verdacht zu zerstreuen, sie könnten schummeln. Sätze wie »Ich habe hier ein ganz normales Kartenspiel« sind dagegen zu vermeiden. Derartige Beteuerungen werden das Misstrauen eher schüren, als es zu zerstreuen. In der Geschäftswelt könnte das Äquivalent dazu lauten: »Sie können sich jederzeit gern bei allen unseren Kunden erkundigen.« In Wirklichkeit gibt es vielleicht durchaus den einen oder ande-

ren, den man besser nicht fragen sollte, aber ein so freimütig wirkendes Angebot sollte Vertrauen wecken.

Abschließend wäre da noch **Regel 19 – Der Mensch hat mehr Vertrauen in Schlüsse, die er selbst gezogen hat**. Während ich angeblich Gedanken lese, um herauszufinden, dass der Freiwillige die Herz-Zwei gezogen hat, lasse ich das Publikum einen Blick auf die unterste Karte werfen. Wenn die Anwesenden auf diese Weise – und sei es nur unbewusst – registrieren, dass sie eine weitere Karte sehen können, wird ihnen dies bestätigen, dass alles in Ordnung zu sein scheint. Ihr Gehirn wird alles glauben, was Sie ihm mitteilen, aber grundsätzlich infrage stellen, was ein anderer ihm sagt. Gelingt es Ihnen also, Ihr Publikum zu überzeugen, ist es gewissermaßen »eingenordet« und bereit für Ihre Botschaft.

Wenn ich PR-Leute schule, weise ich darauf hin, dass Öffentlichkeitsarbeit aus ebendiesem Grund so wirksam ist. Gute PR heißt nicht »verkaufen, verkaufen, verkaufen«, sondern zur rechten Zeit die richtigen Leute mit der Botschaft oder dem Produkt bekannt zu machen und sie ihre eigenen Schlüsse ziehen zu lassen.

Zauberhafte Präsentationen

Dieses Buch beruht auf dem Material, das ich Einzelnen oder auch ganzen Teams aus allen Bereichen des geschäftlichen Lebens in meinen Schulungen vermittele. Diese Menschen haben die verschiedensten Bedürfnisse und müssen unter anderem

Wettbewerbspräsentationen halten, Angestellte über wichtige Dinge in Kenntnis setzen, sich ihren Aktionären stellen, vor Preisgerichten sprechen, Interessengruppen überzeugen und natürlich verkaufen. In einem typischen Seminar mache ich die Teilnehmer wie oben beschrieben mit den Prinzipien der Regeln der Zauberkunst bekannt. Danach bitte ich sie um eine kurze geschäftliche Präsentation, die von mir besprochen und von allen Anwesenden diskutiert wird, damit jeder aus den Stärken und Schwächen der anderen lernt.

In der Mittagspause schicke ich die Teilnehmer meist los, einen Zaubertrick zu lernen, der im Allgemeinen auf ihr Unternehmen oder ihre Organisation zugeschnitten ist und den sie im Laufe des Nachmittags vorführen müssen. Ich tue dies aus verschiedenen Gründen, vor allem aber, weil ein Zaubertrick gewissermaßen eine auf wenige Minuten komprimierte Präsentation ist und sie im Hinblick auf Einstieg, Schluss, Spannungsaufbau, Publikumsbeteiligung und den Umgang mit visuellen Hilfsmitteln sehr viel lernen können. Viele Teilnehmer bezeichnen dies als den hilfreichsten Teil des Tages, da sie aus sich herausgehen müssen und viele nützliche Prinzipien lernen.

Wenn ich sie bitte, ein Zauberkunststück vorzuführen, hat das zudem den erheblichen Vorteil, dass nützliche und attraktive Persönlichkeitszüge zum Vorschein kommen können, die bei geschäftlichen Präsentationen mitunter verborgen bleiben. Manche Menschen sind bei beruflichen Vorträgen sehr steif und förmlich und protestieren selbst dann, wenn ihre Kollegen sie zu mehr »Lässigkeit« ermutigen: »Aber meine Kunden erwarten das von mir! Schließlich kümmere ich mich um ihr Geld.« Sobald sie jedoch ihren Zaubertrick vorführen, verändert sich ihre ganze Körpersprache. Auf ihrem Gesicht liegt ein

Lächeln, das in ihrer Stimme zu hören ist. Sie geben etwas von sich preis und man erwärmt sich für sie. Dadurch wirken ihre Worte überzeugender. Da sie diese Wirkung selbst sehen und spüren können, besteht die neue Zielsetzung darin, zumindest ein klein wenig von diesem Ansatz auf ihre geschäftlichen Präsentationen zu übertragen, damit es ihnen besser gelingt, ihr Publikum zu binden.

Schulungstage enden üblicherweise mit einer Gruppendiskussion, in der die Teilnehmer erörtern, welche Veränderungen sie künftig an ihren Präsentationen und ihrem Vortragsstil vornehmen wollen. Manchmal ist es lediglich eine Frage kleiner, aber feiner und wirkungsvoller Veränderungen. Manchmal ist es fast schon eine Offenbarung. Ich bekomme Rückmeldungen wie: »Es ist, als wären sie vom grauen Star befreit. Im Büro macht ein neuer Spruch die Runde: ›Das würde Nick niemals erlauben‹.«

Dieses Buch beruht auf den Inhalten, die ich in meinen Seminaren vermittele. Es enthält die Summe meiner 20-jährigen Erfahrung mit regelmäßigen Wettbewerbspräsentationen und anderen Präsentationen in meiner Funktion als PR-Berater, verbunden mit vielen Dingen, die ich als Mitglied der weltweit führenden Zauberkünstlervereinigung gelernt habe, sowie dem frischen Wissen und den neuen Erfahrungen, die ich tagtäglich erwerbe. Der Hauptteil des Buches ist in drei gleich wichtige Abschnitte gegliedert: Wir widmen uns zunächst dem *Aufbau*, ehe wir auch nur daran denken, zur *Vorbereitung* oder dem *Vortrag* überzugehen.

AUFBAU

Im ersten Teil werden wir uns zunächst ansehen, wie wichtig es ist, dass Sie Zeit in die Bausteine Ihrer Präsentation investieren, da diesem Abschnitt oft nicht genügend Bedeutung beigemessen wird. Anschließend werden wir uns nacheinander mit den einzelnen Bausteinen beschäftigen. Sie werden Ihnen helfen, das Interesse des Publikums erstens zu wecken und zweitens zu halten, während Sie auf den Höhepunkt Ihres Vortrags hinarbeiten. Dazwischen werden wir diese Punkte durch kurze Abhandlungen zu den Themen Wirkung und Überzeugung ergänzen. Nur wenn Sie sich bereits im Stadium des *Präsentationsaufbaus* mit diesen Faktoren beschäftigen, wird Ihnen beim *Vortrag* der Erfolg gewiss sein.

Noch eine stilistische Anmerkung, bevor wir beginnen: Ich werde die Gruppen oder Personen, an die sich Ihr Vortrag richtet, grundsätzlich als »Publikum« bezeichnen. Ich werde mich nicht dafür entschuldigen, falls das ein wenig theatralisch klingt; Sie werden Ihr Publikum durch sorgfältige Planung überzeugen, und je kleiner es ist, desto sorgfältiger werden Sie planen müssen.

Warum es so wichtig ist, sich Zeit für den Präsentationsaufbau zu nehmen

Ein Bauarbeiter braucht Steine und weitere Materialien sowie einen Plan, wann und wie diese einzubauen sind, damit ein Haus entsteht. Auch der Zauberkünstler durchläuft einen Konstruktionsprozess, um eine magische Erfahrung zu schaffen. Die »Bausteine« des magischen Prozesses sind unter anderem Aufmerksamkeit, Einfühlungsvermögen, Faszination, Tempo, Überzeugung und Fokus. Damit sie zum optimalen Zeitpunkt im richtigen Verhältnis verarbeitet werden, ist gründliche Planung vonnöten.

Allzu oft wird im Präsentationstraining zu viel Gewicht auf den Vortrag und nur sehr wenig auf die beiden anderen wesentlichen Elemente *Aufbau* und *Vorbereitung* gelegt – wenn überhaupt.

Inzwischen erwarten die Teilnehmer von einem Präsentationstraining lediglich Hilfe bei ihrem Vortrag. Mehr wird oft auch nicht geboten. Die Trainer sind häufig Schauspieler und haben ihre ganz eigenen Vorstellungen davon, wie man zu atmen, zu stehen, die Stimmbänder aufzuwärmen hat. Daneben

wird sehr viel Wert darauf gelegt, dass der Vortrag jedes Teilnehmers aufgezeichnet wird, was Kamerateams, technische Schwierigkeiten und endlose Wiedergaben mit sich bringt.

All dies ist *durchaus* wichtig. Ich bin allerdings überzeugt davon, dass der *Aufbau* ebenso wichtig ist wie der *Vortrag*. Dazu möchte ich Ihnen gleich vorab ein kleines Geheimnis verraten: Wenn der *Aufbau* stimmt, macht das den *Vortrag* deutlich einfacher. Dies liegt daran, dass die in den *Aufbau* investierte Zeit dazu dient, den Inhalt zu ordnen und aufs Wesentliche zu beschränken, wodurch ein natürlicher Fluss entsteht, der dem Rhythmus und der Nuancierung des Sprechers entspricht.

Ich wurde einmal für ein Einzeltraining mit der Leiterin der Personalabteilung eines führenden Finanzdienstleistungsunternehmens engagiert. Die Aufgabenstellung war allem Anschein nach ganz einfach: »Ich muss mich hier im Stadion vor die ganze Firma hinstellen und weitreichende strukturelle Veränderungen ankündigen. Und ich bin starr vor Angst.« Sie erwartete wohl, dass ich den Schwerpunkt darauf legen würde, wie sie ihre Nerven beruhigen, schwierigen Fragen begegnen und kritische Themen umgehen konnte. Aber nachdem ich einen recht wackeligen ersten Durchlauf der Rohfassung ihres Vortrages gesehen hatte, breitete ich Ausdrucke ihrer Folien auf einem großen Tisch aus. Einige ordnete ich neu, und ich vereinfachte alles zum Teil dadurch, dass ich andere ganz verwarf. »Versuchen Sie es einmal so«, bat ich meine neue Klientin, die etwas verblüfft dreinschaute, weil ich ihre Präsentation auseinandergenommen hatte. Was folgte, war eine deutlich prägnantere und selbstbewusster vorgetragene Präsentation, was sie zu weiteren kleinen Veränderungen anregte. Nach dem dritten Durchlauf verkündete sie: »Jetzt habe ich keine Angst mehr, weil der Vortrag ganz

natürlich fließt. Ich habe das Gefühl, von Herzen zu sprechen, und muss nicht ständig überlegen, was wohl als Nächstes kommt.« Auf diese Weise war die ursprüngliche Aufgabe ziemlich schnell erledigt und wir hatten noch reichlich Zeit, um uns darauf zu konzentrieren, wie wir der Präsentation Kraft verleihen, den Raum optimal nutzen und den Vortrag noch fesseln-der und sogar interaktiv gestalten konnten.

Der richtige *Aufbau* erleichtert den *Vortrag* und macht die ganze Präsentation effektiver. Diese Geschichte zeigt auch, wie hilfreich Beistand von außen ist. Im Hinblick auf den *Präsentationsaufbau* werden Sie oft feststellen, dass die richtigen Inhalte bereits vorhanden sind, aber neu geordnet und überarbeitet werden müssen. Wir werden uns später noch ausführlicher mit dem Überarbeitungsprozess beschäftigen, vor allem mit der Notwendigkeit, besonders gelungene Formulierungen oder Lieblingseinfälle schonungslos zu streichen – »kill your darlings«, wie es im Filmgeschäft heißt. Die objektive Sicht eines Menschen, der mit der Thematik weniger vertraut ist, kann hier von unschätzbarem Wert sein.

Videokameras

Was die Verwendung von Videoaufzeichnungen im Präsentationstraining betrifft, möchte ich sagen, dass Trainer meiner Ansicht nach oft zu schnell ihre Kamerateams herbeirufen, ohne das Für und Wider eines solchen Vorgehens abzuwägen. Obwohl Videokameras heutzutage fast allgegenwärtig sind, gibt es immer noch viele Menschen, die sich ungern aufzeichnen lassen. Es kann Folter sein, wenn ein ganzer Saal voller Kollegen

alle Nuancen der eigenen Person bäugt und die eigenen Hautprobleme riesengroß auf der Leinwand des Sitzungsraums zu sehen sind. Ich werde gelegentlich ausdrücklich in Firmen bestellt, deren Angestellte durch ihre Erfahrungen mit Schauspielern und Kamerateams traumatisiert sind – vor allem in Firmen mit jungen, unerfahrenen Trainees. Sie müssen sich fragen, was Sie sich von Filmaufnahmen der Schulungsteilnehmer erhoffen. Natürlich spricht einiges dafür, dass Videoaufzeichnungen sinnvoll sein können, wenn sich erfahrene Präsentatoren einiger unschöner Angewohnheiten entledigen und ihren Vortrag perfektionieren möchten. Da aber die wenigsten Menschen tatsächlich im Fernsehen auftreten müssen, spielt es im Grunde keine Rolle, ob sie vor der Kamera einen guten Eindruck machen, und das ganze Drumherum könnte sie einfach verunsichern.

Zum Glück gibt es einen wunderbaren magischen Präzedenzfall, der für kamerafreie Schulungen spricht. Der legendäre Zauberkünstler Tommy Cooper pflegte seinen Freunden im Showgeschäft davon abzuraten, vor dem Spiegel zu üben. Als diese ihre Verwunderung darüber zum Ausdruck brachten – schließlich müssen Zauberkünstler bei bestimmten Tricks die verschiedenen Blickwinkel überprüfen –, erklärte Cooper, wenn man vor dem Spiegel übe, widme man sich selbst mehr Aufmerksamkeit als dem Publikum, das eigentlich im Mittelpunkt stehen sollte. Ich habe mich darüber mit dem bekannten Zauberkünstler Geoffrey Durham unterhalten, der Cooper recht gab. Er ging sogar noch einen Schritt weiter und erklärte, dass der Blick durch das Üben vor dem Spiegel zudem auf einen Punkt fixiert werde, der sich nicht auf der richtigen Höhe befinde, um den Großteil des Publikums zu erreichen.

Auf den Punkt gebracht

Wenn Sie Zeit in den Aufbau Ihres Vortrags investieren, machen Sie ihn damit inhaltlich und strukturell besser. Außerdem erleichtert es die Präsentation und ermöglicht es Ihnen, einen großartigen Vortrag zu halten.



Nick Fitzherbert

Die perfekte Präsentation

Erfolgreich im Beruf mit den Erkenntnissen der Wahrnehmungspsychologie

DEUTSCHE ERSTAUSGABE

Paperback, Klappenbroschur, 320 Seiten, 13,5 x 20,6 cm
ISBN: 978-3-424-20080-5

Ariston

Erscheinungstermin: April 2014

Überzeugen mit fesselnden Präsentationen

Hunderte von Präsentationen werden täglich gehalten. Den meisten Vortragsrednern fällt dabei eines besonders schwer: das Publikum in ihren Bann zu ziehen. Der erfahrene PR-Berater Nick Fitzherbert zeigt anhand einer Fülle von Alltagsbeispielen und erprobten Tricks, wie man die Aufmerksamkeit der Zuhörer steuern und deren Wahrnehmung so beeinflussen kann, dass jeder Vortrag ein echter Publikumserfolg wird... und zugleich vor allem eines: perfekt anders!



Der Titel im Katalog