**ZEHN REGELN FÜR GUTE PRÄSENTATIONEN**

Langweilige Präsentationen kennt jeder.

Jeder kennt es: ewige Meetings mit langweiligen Präsentationen, reine Fachinhalte ohne persönlichen Bezug oder Inspiration, übervolle PowerPoint-Folien, an denen sich der Vortragende entlanghangelt und von denen er im schlimmsten Fall abliest.

Sie werden gebeten, eine Präsentation oder einen Vortrag zu halten und wollen es einmal anders und besser machen als bisher? Sie würden gerne Kollegen und Mitarbeiter inspirieren und einen starken Eindruck hinterlassen?

– z.B. eine persönliche Geschichte erzählen und sie gut zu erzählen, sich auf eine Kernidee fokussieren, vom Ende her denken und sich strikt an ein Zeitlimit halten. Hier sind 10 Regeln für großartige Präsentationen, mit der Sie aus jedem Thema einen packenden Vortrag im TED-Stil machen können:

STARTEN SIE MIT EINER GROSSEN IDEE

Teilen Sie eine große Vision oder eine neue Idee. Nehmen Sie sich vor, den besten Vortrag zu halten, den Sie je gegeben haben. Achten Sie auf Ihren ersten Satz, überraschen Sie das Publikum. Starten Sie zum Beispiel mit einer starken „Warum“-Frage („Die ganze Welt ist digital und netzwerkartig organisiert. Warum sind unsere firmeninternen Prozesse eigentlich noch immer analog und linear?“). „Warum“-Fragen sind stärker als „Wie“-Fragen und erzeugen eine Spannung beim Publikum, was der Grund hinter dem beschriebenen Zustand oder dem Umstand sein könnte – die Zuhörer werden nun weiter zu hören, denn sie wollen diesen Grund erfahren.

ZEIGEN SIE IHR WAHRES ICH

Erzählen Sie von Ihren Leidenschaften und Träumen, aber auch von Ihren Zweifeln, Ängsten und Fehlschlägen. Teilen Sie eine Wahrheit, die aus Ihren persönlichen Erfahrungen stammt. Haben Sie keine Angst, sich verletzbar zu zeigen. Gerade das ist häufig im Management und in der Bürowelt nicht üblich und gerade Führungskräfte scheuen sich Schwäche zu zeigen. Wirklich überzeugen und inspirieren kann man Menschen jedoch nur, wenn man sich menschlich zeigt, und zum Mensch sein gehören auch Zweifel und Ängste. Indem Sie davon und von Ihren Fehlschlägen erzählen, wird echte Identifikation und Bindung hergestellt und Menschen werden Ihnen zuhören und Ihnen folgen.

LEGEN SIE DEN FOKUS AUF EINE KERNAUSSAGE

Fragen Sie sich: Worüber sollten die Leute sprechen, nachdem Ihr Vortrag vorüber ist und sie in die Pause oder an ihren Arbeitsplatz zurückgehen? Was ist die eine Botschaft und Kernaussage, die hängenbleiben soll? Versuchen Sie möglichst nicht, mehrere Erlebnisse, die nach und nach eine Veränderung in Ihrem Leben bewirkt haben, in einer Präsentation unterzubringen. Gestalten Sie Ihren Vortrag so, dass er die Grundbedürfnisse jedes Menschen anspricht: Liebe und Zugehörigkeit, Begehren und Eigennutz, Lernen und Wachstum sowie Hoffnung und Veränderung. Um diese Konzepte angemessen zu präsentieren, wählen Sie eine einzige, starke, vereinende Idee. Ein Ereignis, eine Idee ist Bezugspunkt für den gesamten Vortrag. Fragen Sie sich zum Beispiel: Was war der glücklichste oder der traurigste Moment, was ist die wichtigste Lehre, die ich gezogen haben? Erst wenn Sie dieses Thema haben, entwickeln Sie Ihre Geschichte.

DENKEN SIE AN DAS ENDE, BEVOR SIE ANFANGEN

Was ist Ihr letzter Satz? Um die Präsentation einprägsam zu gestalten, wählen Sie ein Schlagwort oder einen Slogan aus, der ihn zusammenfasst. Ein perfektes Ende ist ein „Call to Action“ (Handlungsaufruf). Dieser kann als Frage formuliert sein („was hindert Sie daran, X auszuprobieren“) oder sich direkt als Aufforderung an das Publikum richten („ich brauche Sie alle bei X“ oder „wenn Sie nun in den nächsten Tagen wieder zu Ihren Teams zurückkehren, fragen Sie sich: Was kann ich tun, um...“).

Bei Geschichten hilft ein gutes Ende (Happy End), Motivation zu erzeugen, während ein schlechtes Ende (das Scheitern des Protagonisten) eine wichtige Lehre vermittelt.

TRETEN SIE MIT DEN EMOTIONEN DER ZUHÖRER IN VERBINDUNG

Gestalten Sie jeden Vortrag und jeden Abschnitt Ihres Vortrags so, dass er beide Gehirnhälften anspricht. Fakten, Daten, Strategien, Ratschläge und Techniken sprechen die linke Gehirnhälfte an, wohingegen Geschichten und Handlungen die emotionale rechte Hälfte ansprechen. Ziel Ihrer Präsentation muss es sein, dass die Zuhörer die Auffassung einer Situation ändern oder, dass sie eine Handlung vornehmen. Nehmen Sie daher die Zuhörer auf eine emotionale Reise mit. Zitieren Sie Fakten, um Ihre Glaubwürdigkeit zu demonstrieren und die skeptische linke Gehirnhälfte zu überzeugen. Kombinieren Sie Fakten mit emotionalen Geschichten, um die rechte Gehirnhälfte anzusprechen. Setzen Sie Statistiken so ein, dass Sie einen emotionalen Bezug zum Zuhörer schaffen. Sagen Sie nicht „20 Millionen Deutsche leiden an Herzkrankheiten“, sondern „Schauen Sie sich hier im Raum um. Einer von Vier hier ist herzkrank und wird daran sterben.“ Scheuen Sie sich nicht davor, Ihre Zuhörer zum Lachen oder Weinen zu bringen. Nur weil ein Thema ernst ist, heißt es nicht, dass die Zuhörer nicht zwischendurch über eine witzige Bemerkung von Ihnen lachen dürfen.

MACHEN SIE DAS KOMPLEXE EINFACH

Sprechen Sie nicht in Abstraktionen. Geben Sie Beispiele, seien Sie konkret. Nutzen Sie visuelle Wörter und Metaphern. Wenn Sie zum Beispiel über den zu hohen Fleischkonsum sprechen und warum Sie und Andere dennoch nicht Vegetarier geworden sind, sagen Sie nicht „das Thema stellt die Menschheit vor große Herausforderungen“ und „zu viele Menschen essen noch Fleisch“, sondern machen es persönlich, sprechen das Publikum direkt an und nutzen ausdrucksstarke Sprache, zum Beispiel mit „Ich wusste das alles, aber dennoch war ich irgendwie nicht bereit, das Fleischessen ganz aufzugeben. Stellen Sie sich vor: Ihr letzter Hamburger.“

MACHEN SIE KEINE EGO-SHOW

Wenn Sie sich selbst als der große Held Ihrer Geschichte präsentieren, werden die Zuhörer das Interesse an Ihnen und Ihrer Botschaft verlieren. Versuchen Sie, nur der Führer des Publikums für die Reise durch Ihre Geschichte zu sein. Machen Sie jemand Anderen zum Helden Ihrer Geschichte (einen Mentor, Ihren Partner, einen Kollegen, den Busfahrer...).

LESEN SIE IHREN VORTRAG NICHT AB

Notizen in Spiegelstrichform auf kleinen Moderatorenkarten sind ok, freie Rede ist besser. Ihre visuellen Materialien, die Sie zur Unterstützung heranziehen, sollten kaum Text haben, damit der Text nicht zu Ihnen in Konkurrenz tritt. Fotos und Gegenstände zur Illustration sind am Besten, übersichtliche Grafiken können ebenfalls zum Einsatz kommen. Drehen Sie sich nie zu einer Leinwand hinter Ihnen um! Merken Sie sich die Meilensteine Ihres Vortrags so, dass Sie ihn frei sprechen können und immer wieder zu diesen Meilensteinen zurückkommen können. Visualisieren Sie Ihre Geschichte vor Ihrem inneren Auge.

HALTEN SIE SICH AN IHR ZEITLIMIT

Setzen Sie sich ein klares Zeitlimit, wenn es nicht extern bereits vorgegeben ist, und halten Sie sich strikt daran. Dies zwingt dazu, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren und die Dramaturgie des eigenen Vortrags gut zu planen und im Blick zu haben.

ÜBEN SIE, ÜBEN SIE, ÜBEN SIE

Üben Sie Ihren Vortrag möglichst häufig - für das Timing, für Klarheit, für das Erzielen eines Effektes. Oft sind es die Speaker, die sich schon für sehr gut halten, deren Vortrag dann letztendlich nicht überzeugt und nicht mitreißt.

Übrigens ist noch kein Meister vom Himmel gefallen.

Führungskräfte in Unternehmen können durch Beachten dieser zehn Regeln dazu beitragen, die Kommunikationskultur im Unternehmen zu verändern, das Schaffen von Innovationen zu begünstigen und darüber hinaus auch „leadership“ neu zu praktizieren – Führung durch Inspiration.