

Lalli* *Presentation Seminars*

and your presentation will make a difference!

Presentation Essentials



Studenten & Berufseinsteiger *



Herzlich Willkommen! *

In dieser Broschüre habe ich für Sie ein paar wertvolle Tipps zusammengestellt, die Ihnen dabei helfen werden, mit Ihrer Präsentation einen echten Unterschied zu machen. Ich freue mich auf ein vertiefendes Seminar, Training oder Coaching mit Ihnen und wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

Because we are ONE world !

DR. ROBERTO LALLI DELLE MALEBRANCHE

L a l l i *Executive Coaching

Präsentations-Essentials für Studenten und Berufseinsteiger *

„Das Große ist nicht, dies oder das zu sein, sondern man selbst zu sein.“

Søren Kierkegaard

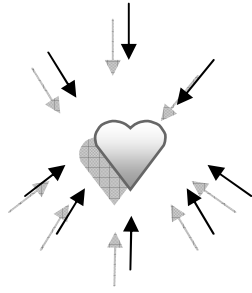
Was einen jungen von einem alten Menschen unterscheidet, ist vor allem seine/ ihre Energie und Offenheit. Während wir jung sind, haben wir eine ganze Menge von beidem. Das ist die gute Nachricht. Die schlechte ist: Wir setzen diese Energie und Offenheit wenig bewusst und wenig fokussiert ein, vor allem deshalb, weil wir am Anfang unseres Lebens noch nicht genau wissen, wofür wir eigentlich stehen und eintreten wollen.

Was das mit der Kunst der Präsentation zu tun hat? Wenn wir ganz allein vor dem Publikum agieren und etwas präsentieren, präsentieren wir immer auch uns selbst. Und mit jeder Bewegung unseres Körpers, mit jeder Nuance unserer Stimme und mit jeder Interpretation der Realität, die wir vorbringen, geben wir eine ganze Menge von uns selbst preis. Wir offenbaren den anderen, wie wir uns selbst und die Welt sehen. Das ist ein Hauptgrund für unsere Angst zu präsentieren: unsere „emotionale Nacktheit“ im Angesicht der anderen, in einer Phase unseres Lebens, da wir mehr denn je auf der Suche nach Sinn und somit verwundbar sind.

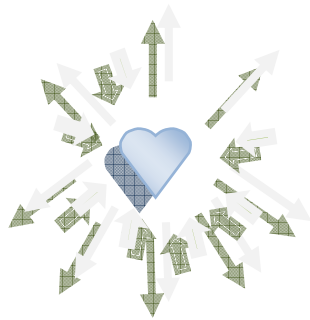
Dieser Angst begegnen zu können, erfordert ein Umschalten von „Flucht“ zu Mut zur persönlichen Entwicklung und dem Annehmen von Herausforderungen.

Liebe zu uns selbst wäre dabei eine gute Ausgangsbasis, um Liebe für das Thema und das Publikum empfinden zu können, nur fehlt sie den Allermeisten von uns. Nicht selten sehen wir uns selbst kritischer als der kritischste Fremde, und unsere (Lebens-)Angst speist sich vor allem aus der Befürchtung, unseren eigenen Ansprüchen nicht genügen zu können. Wenn wir dann im Mittelpunkt der

Aufmerksamkeit anderer Menschen stehen, empfinden wir das nicht als Chance für Austausch und Wachstum, sondern eher als bedrohlich.



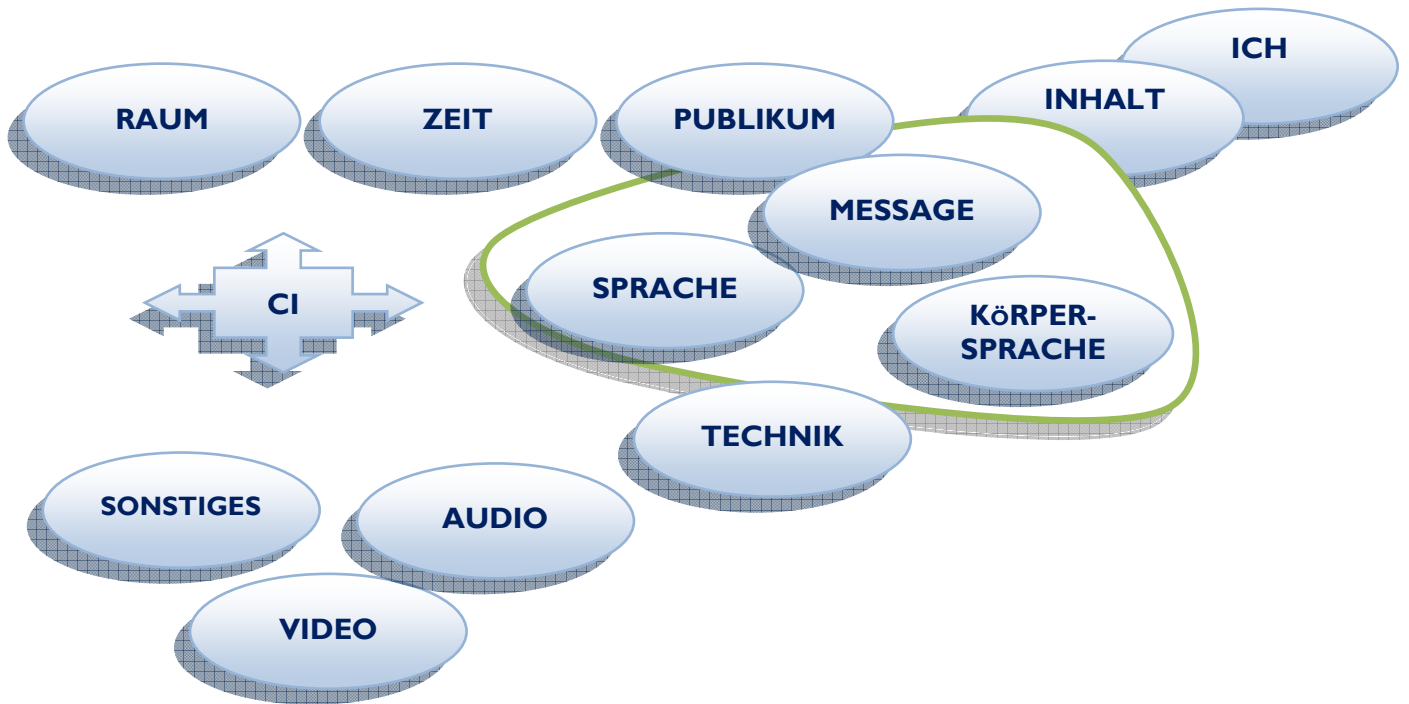
Entsprechend spulen wir die Präsentation herunter und sind froh, wenn sie endlich vorüber ist, und wir wieder in der Masse untertauchen können. Wären wir uns unserer Einzigartigkeit und *gleichzeitig* unserer Verbundenheit mit allen übrigen Lebewesen bewusst, würden wir ganz anders leben - und präsentieren.



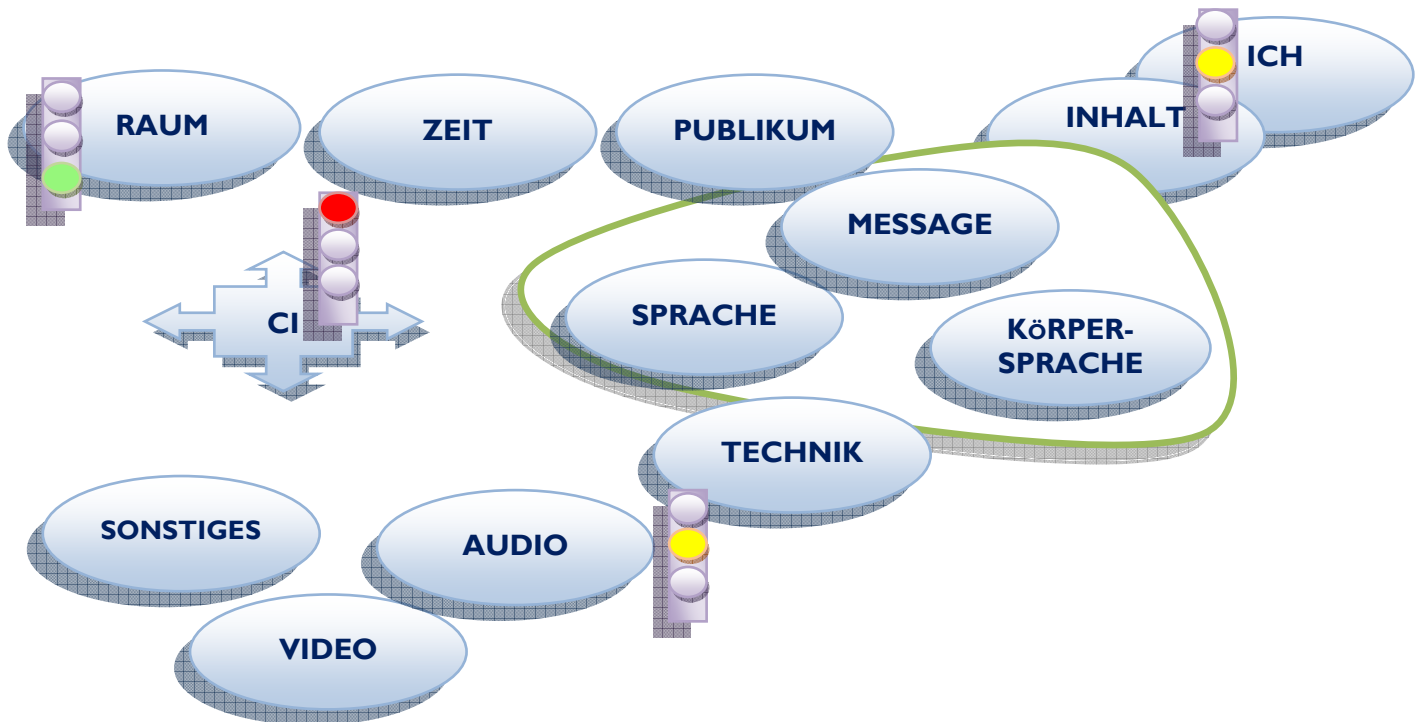
Dann würden wir zu dem stehen, was wir den anderen zu geben haben, ohne gleichzeitig unsere Offenheit für die Realitätsentwürfe unserer Mitmenschen einzubüßen. Nonverbal, also nicht-sprachlich, würde sich das in einem selbstbewussten *Standing* und einer positiven Raumbeherrschung ausdrücken, sprachlich in vielen „wir“ (anstatt „man“) und inhaltlich in einem roten Faden, der einer eigenen, mutigen Interpretation des Themas, also unserer „Realität“, entspringt.

Sie fragen sich jetzt wahrscheinlich, wie Sie dorthin gelangen. Die Antwort besteht aus mehreren Dimensionen bzw. aus kleinen Verbesserungen auf diesen.

Schauen wir uns daher zunächst die relevanten Dimensionen Ihrer Präsentation an:



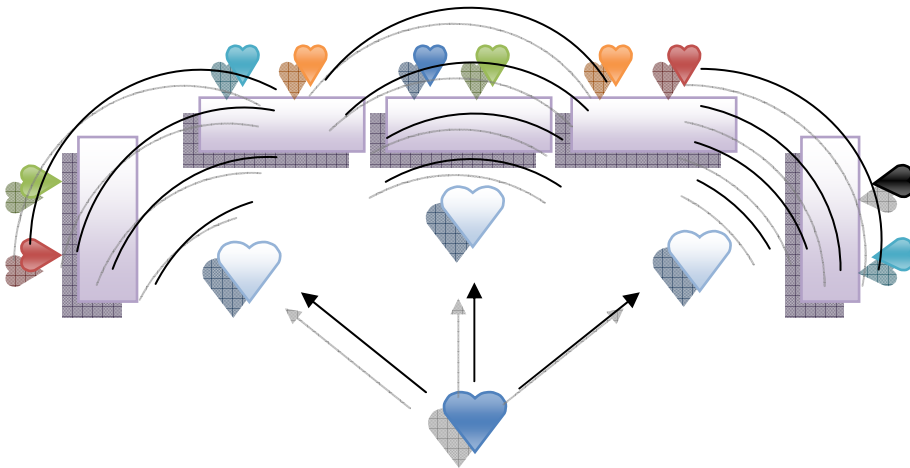
Nun denken Sie sich bitte zu jeder Dimension eine Ampel, die anzeigt, wie zufrieden Sie mit sich selbst in Hinblick auf diese sind bzw. wie gut Sie die damit verbundenen Herausforderungen meistern:



Was zeigen Ihre Ampeln zur Zeit jeweils an? Grün, gelb oder rot? Ihre Entwicklungsaufgabe besteht darin, alle Ampeln im Laufe der Zeit auf grün zu bringen. Das mag Wochen, Monate oder Jahre dauern, aber Sie sind jung und haben noch viel Zeit - und Spaß - vor sich.

Und hier noch ein paar Tipps zu den einzelnen Dimensionen:

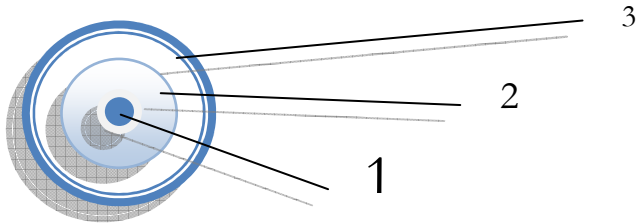
Der RAUM, in welchem Sie vortragen, sollte Ihnen bekannt und vertraut sein. Schauen Sie ihn sich auf jeden Fall rechtzeitig an. Das hat zwei Vorteile: Zum einen können Sie Ihren erfolgreichen Vortrag visuell vorwegnehmen, zum anderen bekommen Sie ein Gefühl dafür, wie Sie den Raum beherrschen können. Sie machen das wie ein Popstar allein durch Ihre Position an einem bestimmten Punkt des Raumes. Aktivieren Sie immer wieder gezielt (alle) Teile des Publikums.



Schon deshalb müssen Sie während Ihres gesamten Vortrags weitestgehend von Ihren Folien und von Ihrem Notebook unabhängig sein.

ZEIT: Die meisten Vorträge sind - viel - zu lang. 20 bis 40 Minuten, länger sollte Ihre Präsentation nicht dauern. Das in Tokio entstandene Präsentations-Format *Pecha Kucha* ist in dieser Hinsicht eine gute Übung für Sie: zwanzig Folien mit einer Festeinstellung von 20 Sekunden pro Folie (bzw. pro Fotografie, da das *Pecha Kucha* mit sehr wenig Text auskommt), macht 6 Minuten 40 Vortragslänge insgesamt. Versuchen Sie das bitte, es hilft Ihnen ungemein, das *Core*, also das Herzstück Ihres Vortrags, zu identifizieren und zu *shapen* und wenige, aber dafür überzeugende Sätze zu sprechen.

INHALT: Wie gut Sie dem Publikum Ihre Message (bitte nur eine!) vermitteln können, hängt maßgeblich davon ab, ob Sie Ihnen selbst klar genug ist. Was wollen Sie Ihrem Publikum sagen, was genau beim Publikum bewirken? Und wieso ist das, was Sie zu sagen und zu zeigen haben für uns Andere wichtig? („So what?“) Wenn Ihnen das Core Ihres Anliegens glasklar ist, können Sie Ihren Vortrag in zwei Minuten („Aufzug-Pitch“) oder aber in 40 halten. Gehen Sie bei der Planung von der „Zielscheibe“ aus, überlegen Sie sich, was das Core Ihrer Präsentation ausmacht (1), was wichtig ist, weil es das Core klarer macht (2) und was das Verständnis für den Inhalt des Vortrags beim Publikum ebenfalls fördert, aber nötigenfalls weggelassen werden kann (3).



AUFBAU/ VERMITTLUNG: Klarheit betreff der zentralen Message Ihres Vortrags, bedeutet noch nicht automatisch Klarheit darüber, wie Sie diese Ihrem Publikum vermitteln. Hier ist es sicher von Vorteil, wenn Sie möglichst viel über Ihr Publikum wissen, also vorhandene Erwartungen, Werthaltungen und Handlungsmuster abschätzen können. Aber unabhängig davon hat jeder Vortrag einen Anfang, eine Mitte und ein Ende, und das hilft Ihnen bei der Planung. Beginnen sollten Sie übrigens nie mit der Vorstellung Ihrer Person oder einer Gliederung Ihrer Präsentation, sondern immer mit einer guten Geschichte. Eine gute Geschichte ist

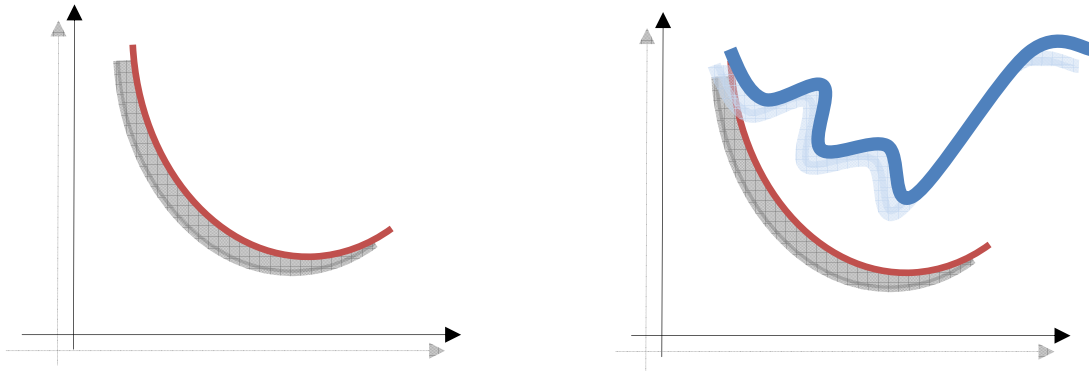
konkret spannend glaubwürdig emotional bildhaft

und sie sollte bereits die Message Ihrer Präsentation enthalten bzw. einleiten. Erst dann stellen Sie sich vor und heißen Ihr Publikum willkommen. Sprechen Sie dabei nie von Ihrem „Vortrag“, nehmen sie das Wort „Präsentation“ möglichst nicht in den Mund. Sie präsentieren zwar etwas - ein Anliegen, Produkt, persönliches Problem oder Ergebnis - aber das so gut, dass Ihr Publikum unterdessen vergisst, dass es sich um einen Vortrag handelt (so wie das Publikum eines Piano-Konzerts im Moment des höchsten Musikgenusses weder an das Piano noch an den Pianisten denkt).

Kreieren Sie einen *Claim*, mit dem Sie Ihre zentrale Message mit wenigen Worten überzeugend veranschaulichen, und bringen Sie diesen mindestens drei Mal in den Vortrag ein. Leiten Sie - bei einer längeren Präsentation - jeden Abschnitt mit einer kurzen Ankündigung ein und schließen Sie ihn mit einer kurzen Zusammenfassung ab. Steve Jobs macht beides ausgezeichnet: Sein *Claim* bei der Vorstellung eines neuen Mobiltelefons war eine unbescheidene, aber die zentrale Message gut

wiedergebende Behauptung, dass seine Firma „das Telefon heute aufs Neue erfindet“. Und die Gliederung seiner Vorträge wird, auch ohne langweiliger Übersichts-Folie zu Beginn, sprachlich stets deutlich.

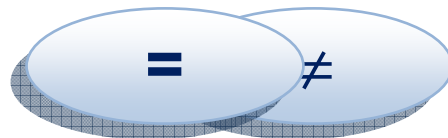
Noch ein letzter Punkt, der Ihnen auf den ersten Blick als Lappalie erscheinen mag, in Wirklichkeit aber sehr wichtig ist: Leiten Sie den Schlussteil Ihrer Präsentation immer mit einem „Und damit komme ich langsam zum Schluss“ oder einem ähnlichen Satz ein. Damit steigern Sie noch einmal wirksam die Aufmerksamkeit im Saal und können Ihr zentrales Anliegen in der Erinnerung Ihres Publikums verankern. Ein kleiner Überraschungseffekt kann dabei nichts schaden: „You start with a bang and you end with a bang!“ Machen Sie am Ende Ihrer Präsentation die zentrale Message noch einmal glasklar und unterstützen Sie diese auch visuell mit einem starken Bild.



Ihre letzten Worte sollten übrigens niemals „So, das war’s“ oder etwas Ähnliches sein. „Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit“ oder aber eine dramatische rhetorische Frage, die in der Luft hängen bleibt und in den Köpfen des Publikums „weiterarbeitet“, halte ich immer noch für die beiden besten Varianten eines Schlusswortes.

Nochmal zum PUBLIKUM: Ihre Zuhörer/innen (bzw. Zuseher/innen) sind die Hauptpersonen Ihrer Show. Sie halten Ihre Präsentation nicht für sich, Ihren Professor oder Boss, sondern für Ihr Publikum. Das, was Sie dabei anstreben sollten, ist eine Verbindung mit den anderen Menschen im Raum, überspitzt formuliert eine „Kommunion“. Das erfordert auf Ihrer Seite eine ganze Menge „Inklusivität“: verbal („Wir sehen hier“, „Wir erkennen hier“), nonverbal (das Publikum „umarmen“) und vom Aufbau der Präsentation her (parallel zu den Abschnitten immer wieder fesselnde Highlights einstreuen).

Apropos SPRACHE: Ihre Sprache sollte nicht nur inklusiv sein (immer „wir“, nie „man“!), sondern aktiv (so wenige „ungs“ wie möglich), also aus kurzen, einfachen Sätzen bestehen und positiv sein. Sie müssen dabei die Dinge nennen, die Sie wollen, anstatt jene heraufzubeschwören, die Sie nicht wollen. Also nicht: „Das wäre kein Problem, und niemand müsste dann mehr anstehen“, sondern: „Das ließe sich leicht umsetzen, und jeder von uns käme dann sofort an die Reihe“. Wir Menschen denken vorwiegend in Bildern, und Worte wie „nicht“, „kein“, „nie“ ändern nichts daran. Denken Sie jetzt bitte nicht an einen weißen Bären! Haben Sie jetzt etwa an einen weißen Bären gedacht, obwohl ich Sie ausdrücklich darum gebeten hatte, nicht an einen weißen Bären zu denken? Eben. Aber: In der Lage zu sein, die gewünschten Bilder bei Ihrem Publikum zu evozieren, also heraufbeschwören zu können, setzt voraus, dass Sie selbst nicht nur wissen, was Sie nicht wollen (das ist keine Kunst), sondern dass Sie ziemlich genau wissen, was Sie wollen (und das ist eine Kunst!).



TECHNIK: Beherrschen wir heute noch die Technik, die wir geschaffen haben, oder ist es längst umgekehrt? Mit dem Beamer und dem Notebook ist es dasselbe Problem. Wenn Sie die Technik beherrschen, dient sie lediglich der besseren Vermittlung Ihrer Message. Wehe wenn ihr Einsatz dazu führt, dass Sie am Notebook kleben (weil Sie Ihre Folien nicht kennen) oder ständig auf die Folien an der Wand glotzen (weil Sie Ihren gesamten Vortrag nicht beherrschen). Dann können Sie ebenso gut zuhause bleiben. Denken Sie immer daran, die Folien an der Wand sind lediglich Ihre Co-Kommentatoren, sie *begleiten* Ihren Vortrag. Wenn Ihre Folien Ihre Präsentation komplett erklären, sind Sie selbst als Person überflüssig. Wenn die Folien hingegen gar nicht zu dem passen, was Sie vortragen, sind Ihre Folien überflüssig.

Das beste FOLIENDESIGN besteht meines Erachtens aus hochwertigen, hochauflösenden Fotos mit wenig Text oder Zahlen und maximal 20 Folien, während Sie alles Komplizierte ins Handout verschieben. Folien sind nicht dazu da, Dokumente an die Wand zu projizieren, produzieren Sie also keine „Foliumente“. Sprechen Sie verschiedene Sinne an, wann immer das dazu dient, dem Publikum Ihre Message klarer zu machen (aber veranstalten Sie kein multimediales Spektakel). Ihr Publikum „be-greift“ die Dinge gerne (wenn es denn, was in unserer Dienstleistungs-Gesellschaft immer seltener wird, um Dinge geht).

Ist Ihnen CORPORATE IDENTITY ein Begriff? Wenn Sie sich fünf Minuten lang als (Edel-)Marke begreifen, wird Ihnen schnell klar, was damit gemeint ist. Was macht Sie so erfrischend anders und einzigartig, was unterscheidet Sie im Guten wie im Schlechten von allen anderen Menschen? Aus diesem Schatz sollten Sie auch Ihre Präsentation speisen, denn nur wenn Sie Sie selbst bleiben, wird Ihnen Ihr Erfolg (also das, was in Ihrem Leben aus Ihren Anstrengungen folgt) auch gut tun. Sie müssen mit den Jahren immer mehr Klarheit darüber gewinnen, wer Sie sein wollen, und wie Sie sich in allem - Kleidung, Foliendesign, Auftritt, Sprache - präsentieren wollen. Balance und Stimmigkeit sollten dabei Ihre Ziele sein. Das heißt, dass Sie, wenn Sie von Ihrer „Temperatur“ her eher warm und spontan wirken, sich auch einmal in Eleganz und Zurückhaltung üben sollten, während eher kühl auftretende Menschen mehr Farbe und Verbindlichkeit in ihre Präsentations-CI einbringen sollten.

Das Allerwichtigste zum Schluss. Denken Sie in jeder Sekunde Ihres Lebens daran, dass es gut ist, dass es Sie gibt, und dass es gut ist, dass Sie genau derjenige/ diejenige sind, der/ die Sie sind. Sie sind jetzt schon perfekt, genau so, wie Sie sind! Wann immer Sie vor andere Menschen treten, sollten Sie sich daher der Schönheit und Einzigartigkeit Ihrer Person bewusst sein UND der Tatsache, dass wir dennoch alle miteinander verbunden sind und das Miteinander im Dialog gestalten müssen - und verbessern können.

Aus dieser Dualität speist sich die sich fortwährend wandelnde Schönheit unserer Welt und unsere eigene Entwicklung hin zu immer mehr Glück.



V.i.S.d.P.: Dr. Roberto Lalli, H7, 35 in 68159 Mannheim, Deutschland, Telefon: +49 (0)621 1816974.

© Dr. Roberto Lalli, LALLI  Executive Coaching, 2012

Download und Ausdruck nur zum persönlichen Gebrauch. Alle Rechte vorbehalten. Die Wiedergabe in jeglicher Form ist - auch auszugsweise - nur mit vorheriger Genehmigung des Autors gestattet.

Visit www.robortolalli.com 

Because we are ONE world !