

Gute Vorträge: Optik allein macht's nicht

14.05.2013, 18:32 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *Königskonzept*

Optische Eindrücke sind wichtige Aspekte bei Unternehmenspräsentationen. Aber die Wirkung wird oft verfehlt, wenn die Struktur nicht stimmt. Ein Roter Faden dagegen führt den Zuhörer über eine Problemlösung bis hin zu einem logischen Schluss.

Gefühle und Information

Grundsätzlich gibt es zwei Arten einer Präsentation, die eher Gefühl vermittelnde und die eher informierende. Die Gefühlspräsentation kommt ohne viel Text aus, sie ist darauf angelegt, im Zuhörer eine bestimmte Emotion zu erzeugen. Referenten arbeiten hier bei Beamer Präsentationen mit wenig Informationen und vielen Bildern. Auch die meisten Referenten, die bewusst auf Hilfsmittel verzichten, präsentieren gefühlsbetonte Inhalte. Der Vortrag wirkt dann vor allem durch das Charisma des Redners, oft ist die hervorgerufene Emotion aber nach ein paar Tagen verbraucht. Bei diesen Vorträgen geht es immer um eine Kernaussage, die sich dann ins Bewusstsein des Zuhörers einprägen kann. Charismatische Redner haben eine hohe ethische Verantwortung, denn ihnen wird fast alles geglaubt und da reicht die Palette von Gandhi bis zu Adolf Hitler.

Informierende Vorträge bleiben mehr auf dem Boden der Tatsachen. Sie arbeiten zumeist mit Präsentationstechniken und mehr Text, wobei hier die Gefahr besteht, dass der Zuhörer mit Text überfrachtet wird und der Vortrag langweilig wird. Es besteht aber die Chance, dass bei richtiger Darstellung das Publikum erste Handlungsideen bekommt, die es dann übernimmt und umsetzt. Dieser Artikel beschäftigt sich im Weiteren vorrangig mit der informierenden Präsentation, weil charismatische Redner sowieso machen, was sie wollen. Sie wirken durch ihr Auftreten, nicht durch irgendeine Technik. Alle anderen können durch eine gute Planung ihren Vortragserfolg verbessern.

Hilfsmittel und Technik

Bei einer Beamer-Präsentation ist die Basis ein einheitliches Erscheinungsbild des Vortrages. Das „Corporate Design“ eines Unternehmens sollte sich auch in einer Präsentation wiederfinden. Dazu nutzt man im Prinzip eine sogenannte Masterfolie, die den Rahmen der einzelnen Seiten bildet. Hier sollte auch vorgegeben sein, welche Schrifttypen, -größen und -farben verwendet werden. Präsentationsfolien dienen der Unterstützung des Vortrages, leider sind sie oft genug der Inhalt, der dann auch noch abgelesen wird. Je mehr unterschiedliche Textfarben, -größen oder -typen auf einer Folie eingesetzt werden, desto schlechter ist sie lesbar. Zur Schriftgröße selbst sagt eine alte Formel: „Nimm den Abstand bis zur letzten Stuhlreihe mal den Basiswert 4,8 und teile das Ergebnis durch die Höhe der Leinwand; du erhältst eine Zahl, die einer gut zu lesenden Schriftgröße entspricht“.

Zusätzlich kann die Präsentationszeit künstlich begrenzt werden. Man spricht im Allgemeinen davon, dass die Fähigkeit zuzuhören nach 20 Minuten Redezeit stark nachlässt, deshalb ist die „fasse dich kurz Regel“ nicht zu unterschätzen. Pecha Kucha z.B. ist eine Technik, bei der nicht mehr als 20 Folien eingesetzt werden dürfen und jede Folie nach 20 Sekunden automatisch zur nächsten übergeht.

Struktur und Inhalt

Die meisten Vorträge beginnen mit einer Unternehmensvorstellung, mit einem mehr oder wenig gut strukturierten Hauptteil und einem wenig durchdachten Schluss. Dabei nimmt der erste Teil oft mehr als die Hälfte des Vortrages ein. Ein Vortrag sollte mit einer kurzen Vorstellung und dann mit einer Problemstellung beginnen, die für die Zuhörerschaft interessant ist. So wird eine Spannung erzeugt, die man im Laufe der Präsentation auflösen kann. Als nächstes folgt die Beschreibung des Marktes oder der Situation, des zu bestehenden Problems und der Lösung dafür, wobei es immer gut ist, wenn ein persönlicher Bezug des Redners zu diesem Thema vorhanden ist. Darauf folgen die Vorteile, die jemand davon hat, wenn er diese Problemlösung einsetzt. Der Vortrag schließt mit einer Zusammenfassung von Problem, Lösung

und Vorteile und einem Schlusssatz, der im besten Fall eine emotionale Reaktion beim Zuhörer wie Staunen, Lachen und natürlich Applaudieren hervorrufen soll.

Auflockerung und Aufmerksamkeit

Informative Vorträge sind oft trocken, was in ihrer Struktur der Inhaltsvermittlung liegt. Es macht daher Sinn, Auflockerungsinstrumente einzusetzen, um die Aufmerksamkeit beim Zuhörer hoch zu halten. Instrumente dafür sind eingebaute Bilder, Filme oder Gegenstände, persönlich Erlebtes zum Thema und Einbeziehung des Publikums durch Zwischenfragen oder Abstimmungen. Dazu natürlich eine gute offene Körpersprache und Körperhaltung, eine bildhafte Sprache und eine positive Grundeinstellung gegenüber dem Publikum. Wenn man der Meinung ist, dass das Publikum eh undankbar ist und keine Ahnung hat, wird die eigene Körpersprache dieses auf die Zuhörer übertragen. Es macht also immer Sinn zu überlegen, was das Ziel des Vortrages ist. Informierende Vorträge, die gut vorbereitet sind, können die meisten Menschen halten. Charismatiker dagegen halten Vorträge aus dem Stand, wobei sogar das Thema oft egal ist. Wenn man Menschen stark motivieren will, zum Beispiel im Vorfeld einer Messe, ist dieser Typ von Redner aber genau der richtige. Alles andere kann man selbst oder man findet die geeignete Person im direkten Umfeld. Es ist gut, Zeit in die Überlegungen zu einer Präsentation zu stecken, denn die Chance, viele Menschen von der eigenen Idee zu überzeugen, hat man nicht alle Tage.

Weitere Informationen und Angaben finden Sie unter <http://www.prseiten.de/pressefach/koenigskonzept/news/1623>.

Portrait

Über Helmut König Königskonzept:

Königskonzept ist konzentriert auf die kundenspezifische Entwicklung von Vertriebs- und Organisationskonzepten. Je nach Projekt können die Schwerpunkte dabei im Verkauf, im Marketing oder in der Organisation liegen, häufig ist eine Kombination sinnvoll. Eine Ablaufbeschreibung dazu finden Sie unter <http://www.koenigskonzept.de/media/pdf/Leistungen/Koenigskonzept.pdf>

Zu den Schwerpunkten werden zusätzlich entsprechende Seminare und Vorträge entwickelt und durchgeführt. Wir geben regelmäßig Fachartikel zu Managementthemen für B2B Zeitschriften heraus.

<http://www.koenigskonzept.de/seminare.php>

<http://www.koenigskonzept.de/aktuelles/fachartikel.php>

Königskonzept is busy in consulting, implementation and training in sales, marketing and organization. We also publish management articles in enterprise magazines