

REKLAME FÜR DIE PRÄSENTATION

Kleines Quiz. Was glauben Sie: Wie viel Prozent aller Präsentationen und Vorträge sind wirklich überzeugend? Oder andersherum gefragt: Wie viele Präsentationen und Vorträge haben Sie selbst erlebt, die langweilig und einschläfernd waren? Die ein oder andere Vorlesung gehört sicher auch dazu.

Die Auflösung des Rätsels kommt vom Wall Street Journal. Das US-Wirtschaftsblatt hat dazu vor einigen Jahren eine Umfrage unter amerikanischen Managern durchgeführt. Ergebnis: Rund 84 Prozent aller Vorträge zielen am Publikum vorbei. Vielleicht liegt es daran, dass täglich weltweit rund 30 Millionen Folienpräsentationen gehalten werden. Sie erinnern sich? Das sind jene Vorträge, bei denen das Publikum im Dunkeln sitzt, der Redner steht irgendwo an der Seite, im Schatten seiner eigenen Präsentation. Dort liest er häufig das vor, was an der Wand ohnehin schon zu lesen ist. Man nimmt den Menschen da vorn gar nicht wahr und träumt sich lieber in die Erinnerung vom letzten Strandurlaub. Eine bessere Narokose für ein Publikum ist kaum möglich. Dabei gibt es eine Vielzahl internationaler wissenschaftlicher Untersuchungen, die exzessive Slideshows als Wirkungskiller längst entlarvt haben – schon allein deshalb, weil diese Form der Kommunikation nicht gehirngerecht ist. Und dennoch beförderten dieser Erkenntnis zum Trotz auch heute wieder Redner in aller Welt ein Millionenpublikum ins Wachkoma.

Neue Vorbilder suchen

Wieso wird aber so viel dafür getan, dass Vorträge scheitern? Aus meiner Sicht liegt es an mangelnden Vorbildern und fehlenden alternativen Methoden. Beginnen wir mit den Vorbildern. Apple-Guru Steve Jobs zählt sicherlich dazu. Er schafft es, seine Produkte zu inszenieren und mit seinen Keynote-Vorträgen überall zum Gesprächsthema zu werden. Ein anderes Vorbild ist Walter Lewin,

Schalten Sie den Beamer ab und lassen Sie sich nicht länger die Schau stehen. Wie Sie ohne Störfaktoren besser präsentieren, schreibt Buchautor und Werbe-Experte Gerriet Danz für das „Karrieremagazin“.

Physiker und Professor am Massachusetts Institute of Technology. Physikprofessoren stehen unter Generalverdacht, nicht unbedingt geborene Entertainer zu sein. Nicht so Walter Lewin. Er fasziniert seine Studenten mit Objekten und Demonstrationen, die es in sich haben: Er erklärt das Pendel, in dem er höchstpersönlich an einem Seil durch den Hörsaal pendelt. Er simuliert ein Triebwerk mit Hilfe eines Dreirades und eines Feuerlöschers und sitzt dabei selbst auf dem Gefährt. Der Mann verwandelt trockene Materie in ein Wissensfeuerwerk, seine Vorlesungen sind weltbekannt.

Präsentation ist Werbung

Jede Präsentation ist ein Stück Werbung. Werbung für ein Thema, für eine Idee – und sogar für Sie als Student, Absolvent oder Berufseinsteiger. Wer in Ausbildung und Studium überraschend und inspirierend präsentiert, hilft damit garantiert seiner Note auf die Sprünge. Wenn also Vorträge gleich Reklame sind, müssen auch die Techniken aus Werbung und Marketing auf Präsentationen übertragbar sein. Was einen Werbespot zu einem überraschenden und erfolgreichen Spot macht, funktioniert auch für Ihren Vortrag. Eine Methode aus der Werbung, mit der Sie Ihre Vorträge

anschaulicher gestalten können, ist die Demonstrationstechnik. Vielleicht erinnern Sie sich an den Werbefilm für einen Kinderjoghurt, in dem der Kalziumzusatz auf kreative Weise demonstriert wurde. Dazu wurde ein Knochen aus weißen Legosteinen gebaut. Auf dem letzten Baustein, der den Knochen vervollständigte, war das Wort „Kalzium“ zu lesen. Dies ist eine klassische Werbe-Demonstration. Sie stellt der Zielgruppe einen hochkomplexen Inhalt bildhaft, gehirngerecht und verständlich dar.

Eindrucksvolle Demonstrationen

Auch die Physik-Koryphäe Walter Lewin bedient sich dieser Technik. Er demonstriert Wissenschaft live und anfassbar. Genauso wie der Food-Philosoph Michael Pollan, der bei einer Konferenz darstellen wollte, wie viel Öl verbraucht wird, um einen Cheeseburger zu produzieren und zum Konsumenten zu bringen. Pollan stellte vier Saftgläser auf einen Tisch und füllte sie mit Mineralöl. Eindrucksvoll wurde klar, wie der Konsum die Umwelt in Mitleidenschaft zieht.

Mein Tipp an Sie: Jede Präsentation, jeder Vortrag, jedes Referat ist ein Live-Medium. Werden Sie diesem Live-Charakter gerecht. Zeigen Sie keine toten Charts, sondern lassen Sie Ihr Publikum live, lebendig, aktiv, nachvollziehbar und sichtbar an Ihren Inhalten teilhaben.

Es geht hier nicht um Show, nicht um Entertainment. Sondern es geht um die hohe Kunst, Inhalte in die Köpfe der Menschen zu transportieren. Gut möglich, dass Sie damit nicht nur Ihre Kommilitonen inspirieren, sondern auch Ihren Professor – für seine nächste Vorlesung. ➔

N.E.U.R.O.-REGEL FÜR GEHIRNGERECHTE AUFTRITTE.

- N**.euartig. Befriedigen Sie die Lust des Hirns auf Neues. Machen Sie in jeder Präsentation Dinge anders als Ihre Kommilitonen.
- E**.motional. Lassen Sie Bilder und Filme in den Köpfen entstehen – denn nur die können vom Hirn verarbeitet werden.
- U**.eberraschend. Jede positive Überraschung in einem Vortrag sorgt für Aufmerksamkeit. Machen Sie einfach mal das Gegenteil von dem, was man herkömmlich erwartet.
- R**.adikal. Vereinfachen Sie Ihre Inhalte radikal. Weniger ist mehr. Und wird vom Gehirn viel besser verarbeitet.
- O**.rganisiert. Unser Hirn als Denk-Organ liebt's organisiert. Ordnen Sie Ihre Inhalte so: Erst die Botschaft, dann Argumente, zum Schluss das Fazit.

ÜBER DEN AUTOR



Gerriet Danz ist Kommunikationstrainer und Buchautor („Neu präsentieren. Begeistern und überzeugen mit den Erfolgsmethoden der Werbung“, Campus-Verlag). In seinen Seminaren vermittelt er, wie man Menschen erreicht und überzeugt.