



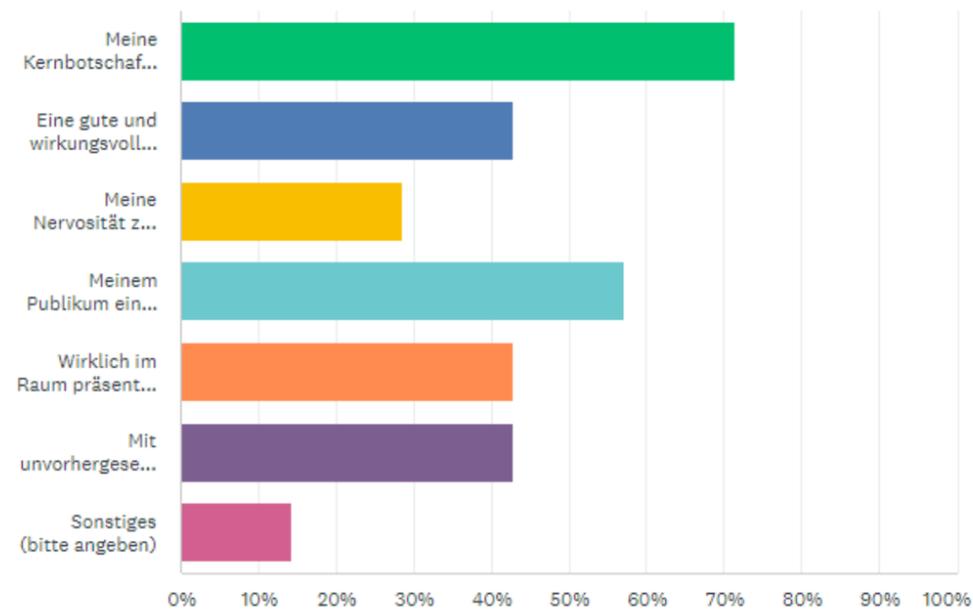
Präsentieren auf der Business-Bühne

Präsenz-Training für Architektinnen, 05.+06. Mai 2022

Eure Anliegen

Was erlebst du in Präsentationen als besonders herausfordernd für dich?
Wofür erwartest du im Training Tools?

Beantwortet: 7 Übersprungen: 0

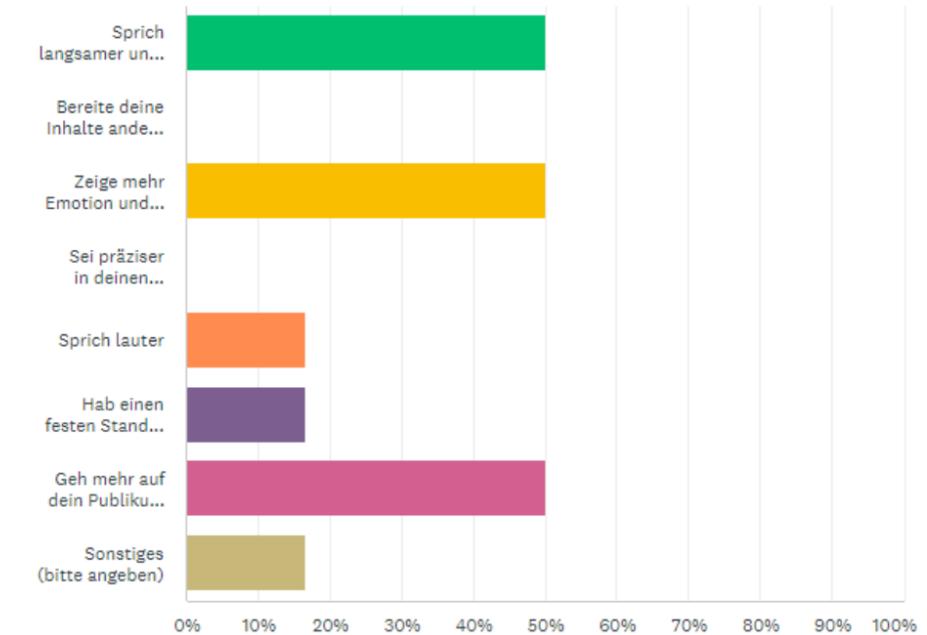


ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
▼ Meine Kernbotschaften klar und deutlich rüber zu bringen.	71,43 %	5
▼ Eine gute und wirkungsvolle Struktur für meine Inhalte zu finden.	42,86 %	3
▼ Meine Nervosität zu bändigen.	28,57 %	2
▼ Meinem Publikum einen guten Mix aus Emotion und Inhalt anzubieten.	57,14 %	4
▼ Wirklich im Raum präsent zu sein - via Körpersprache, Stimme und Sprechen.	42,86 %	3
▼ Mit unvorhergesehenen Situationen umzugehen (z.B. Fragen, Einwände, Konflikt...)	42,86 %	3
▼ Sonstiges (bitte angeben)	14,29 %	1

Befragte gesamt: 7

Wenn du an Feedbacks denkst, die du für Präsentationen in der Vergangenheit bekommen hast, was hast du vor allem gehört?

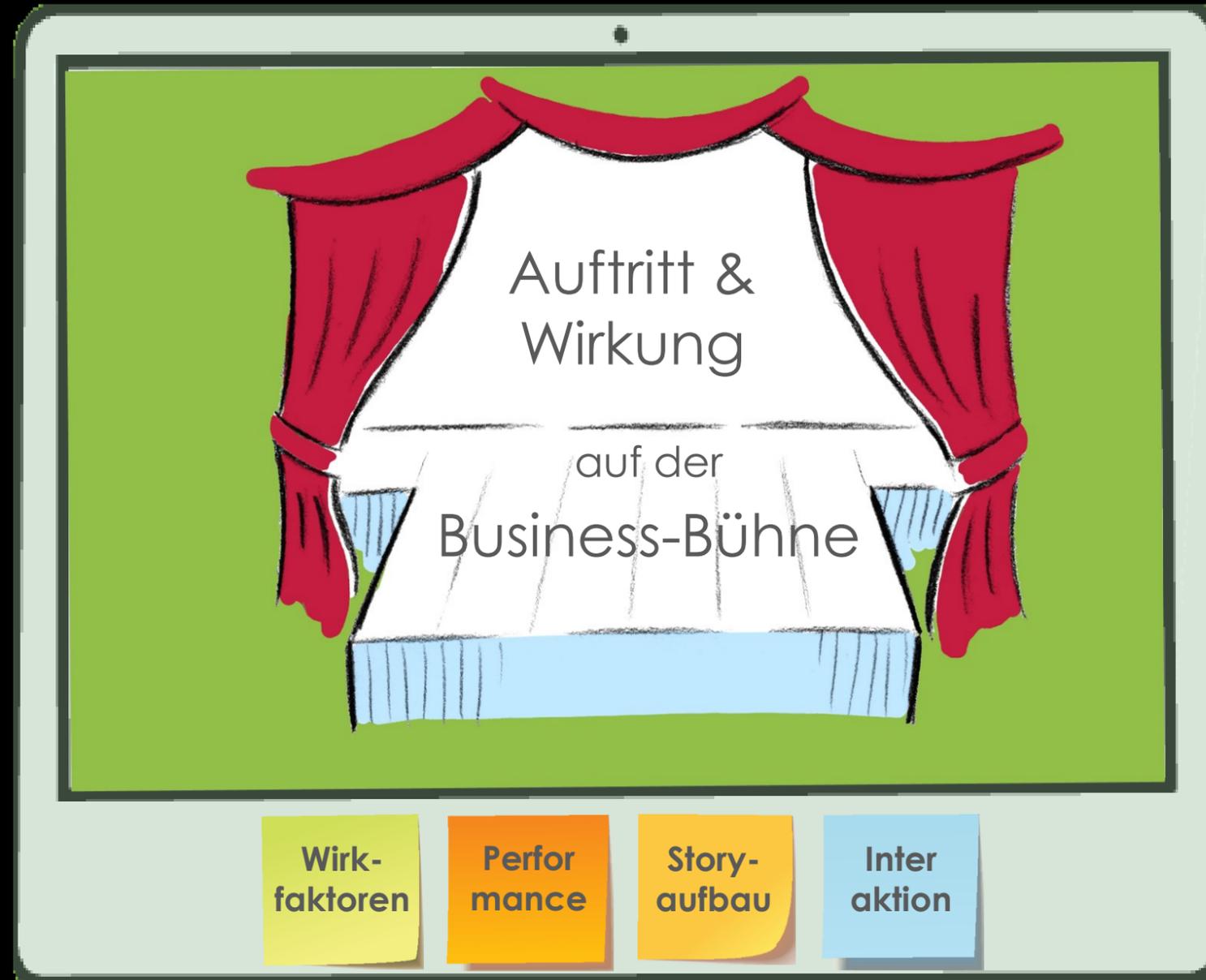
Beantwortet: 6 Übersprungen: 1



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
▼ Sprich langsamer und deutlicher	50,00 %	3
▼ Bereite deine Inhalte anders auf	0,00 %	0
▼ Zeige mehr Emotion und Begeisterung	50,00 %	3
▼ Sei präziser in deinen Aussagen	0,00 %	0
▼ Sprich lauter	16,67 %	1
▼ Hab einen festen Stand und gestikuliere nicht zu viel	16,67 %	1
▼ Geh mehr auf dein Publikum ein	50,00 %	3
▼ Sonstiges (bitte angeben)	16,67 %	1

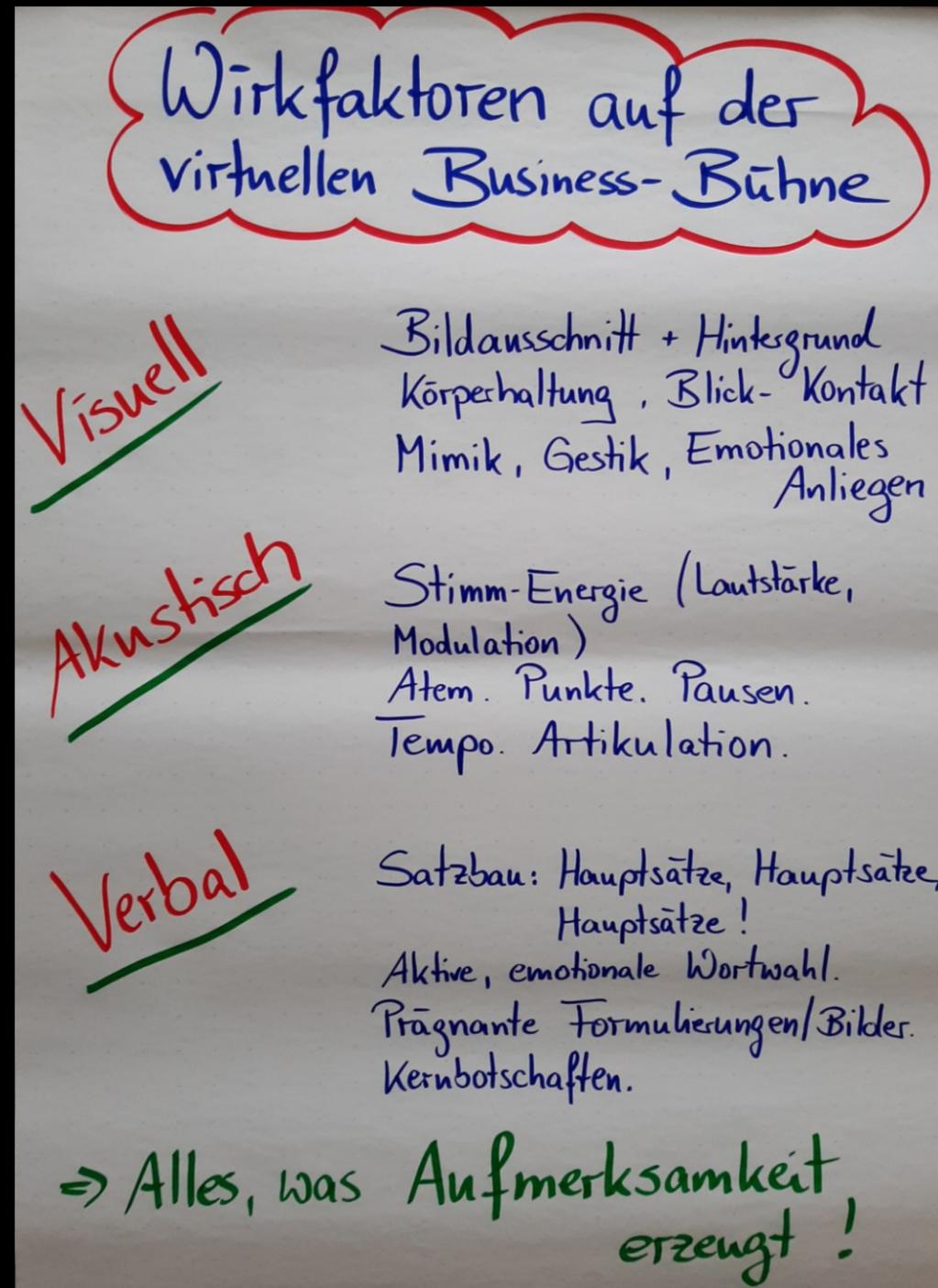
Befragte gesamt: 6

Vorhang auf!

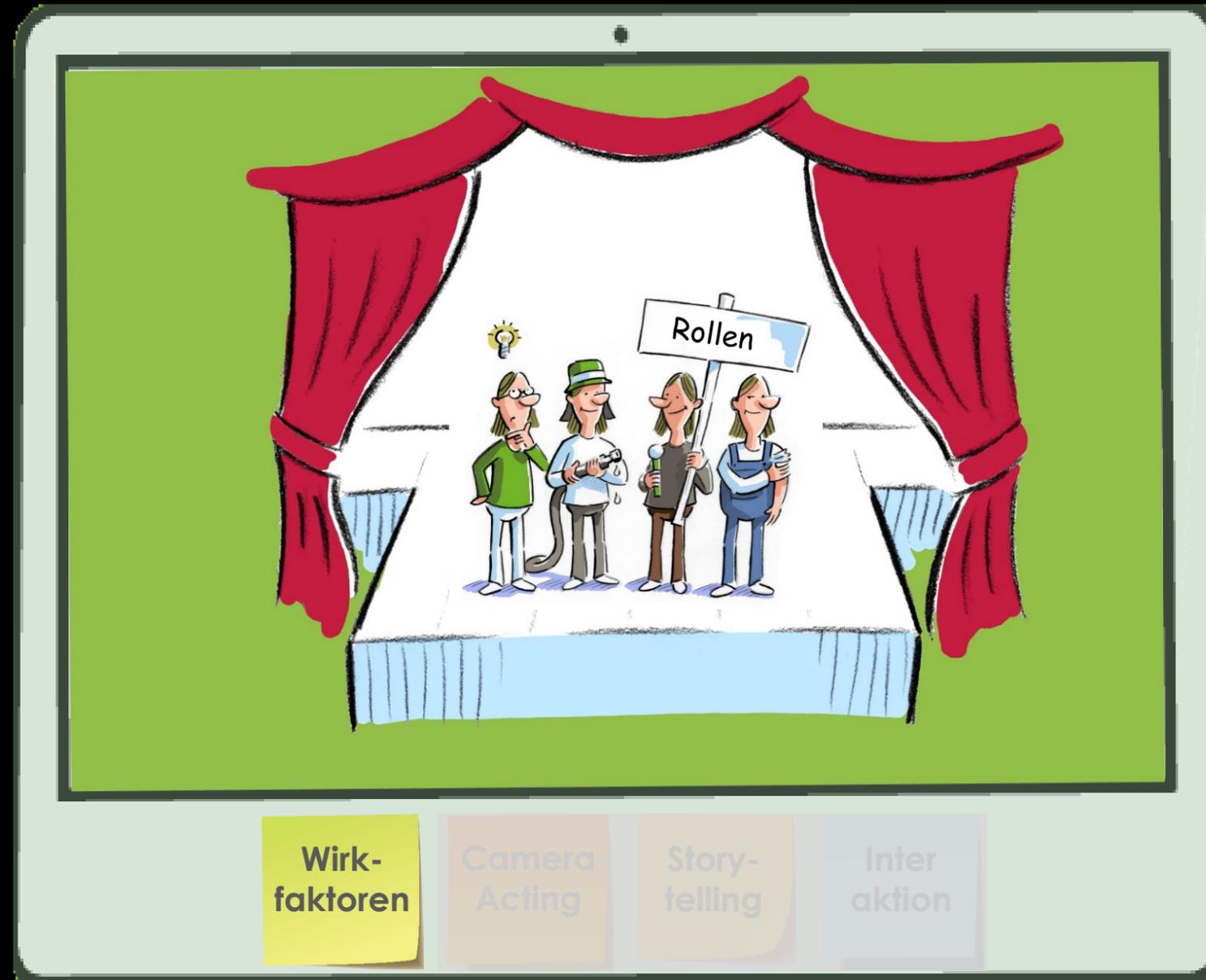


Nähe und Kontakt
aufbauen in der
virtuellen Distanz!

Wahrnehmung und Wirkung



Wirkungsfaktoren auf der Business-Bühne



Ich kann nicht nicht wirken.

Wirkungsfaktoren auf der Business-Bühne



RAUM + ZEIT

- Raumfüllende Stimmkraft
- Adäquates Sprechtempo
- Punkte und Pausen
- „Sprechende“ Bewegung

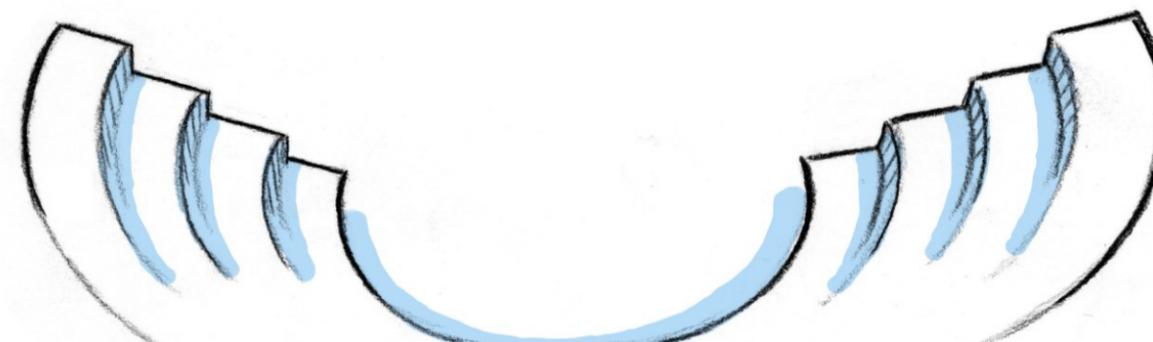
KONGRUENZ

zwischen verbalem und nonverbalem Ausdruck

→ Was ist mein emotionales Anliegen?

Präsenz

Kontakt



Implizite Rollenerwartungen an Consultants

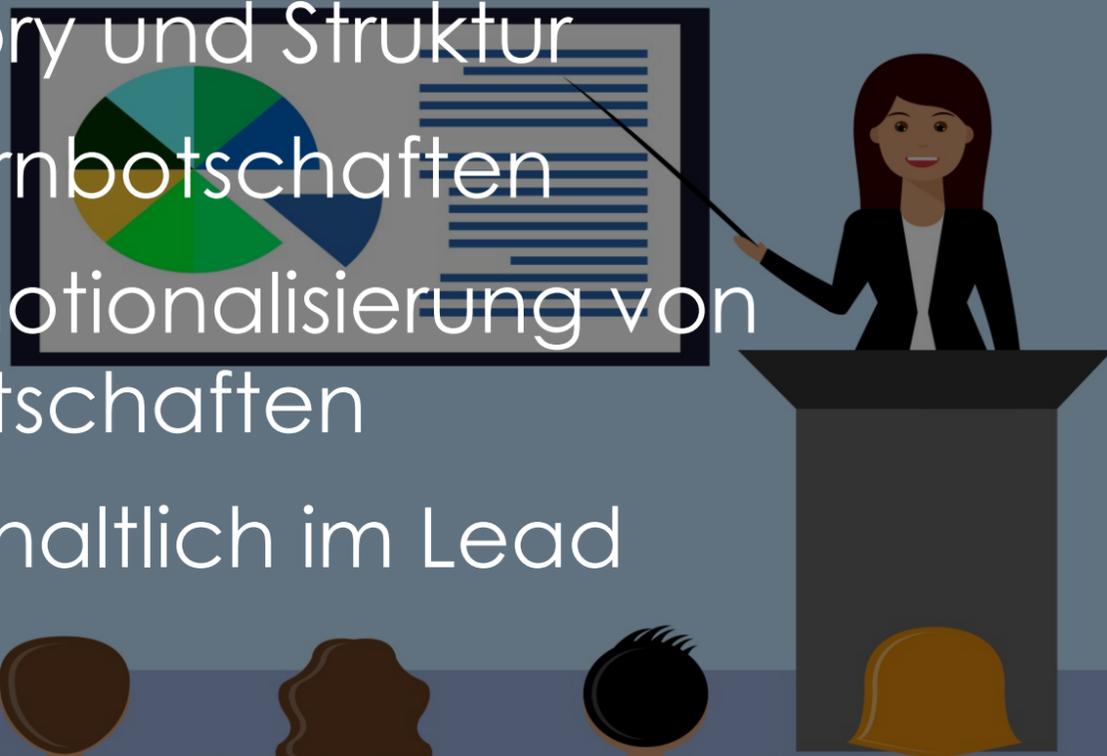


Herausforderung Doppelrolle

Presenter*in

- Story und Struktur
- Kernbotschaften
- Emotionalisierung von Botschaften

→ Inhaltlich im Lead



Moderator*in

- Klare Spielregeln
- Technische Prozess-Kontrolle
- Interaktion und Co-Creation
- Zeitmanagement

→ Gastgeber*in für alle



Wirkung erzielt, was Publikumsbedürfnisse erfüllt!

SSTATUS

CCERTAINTY

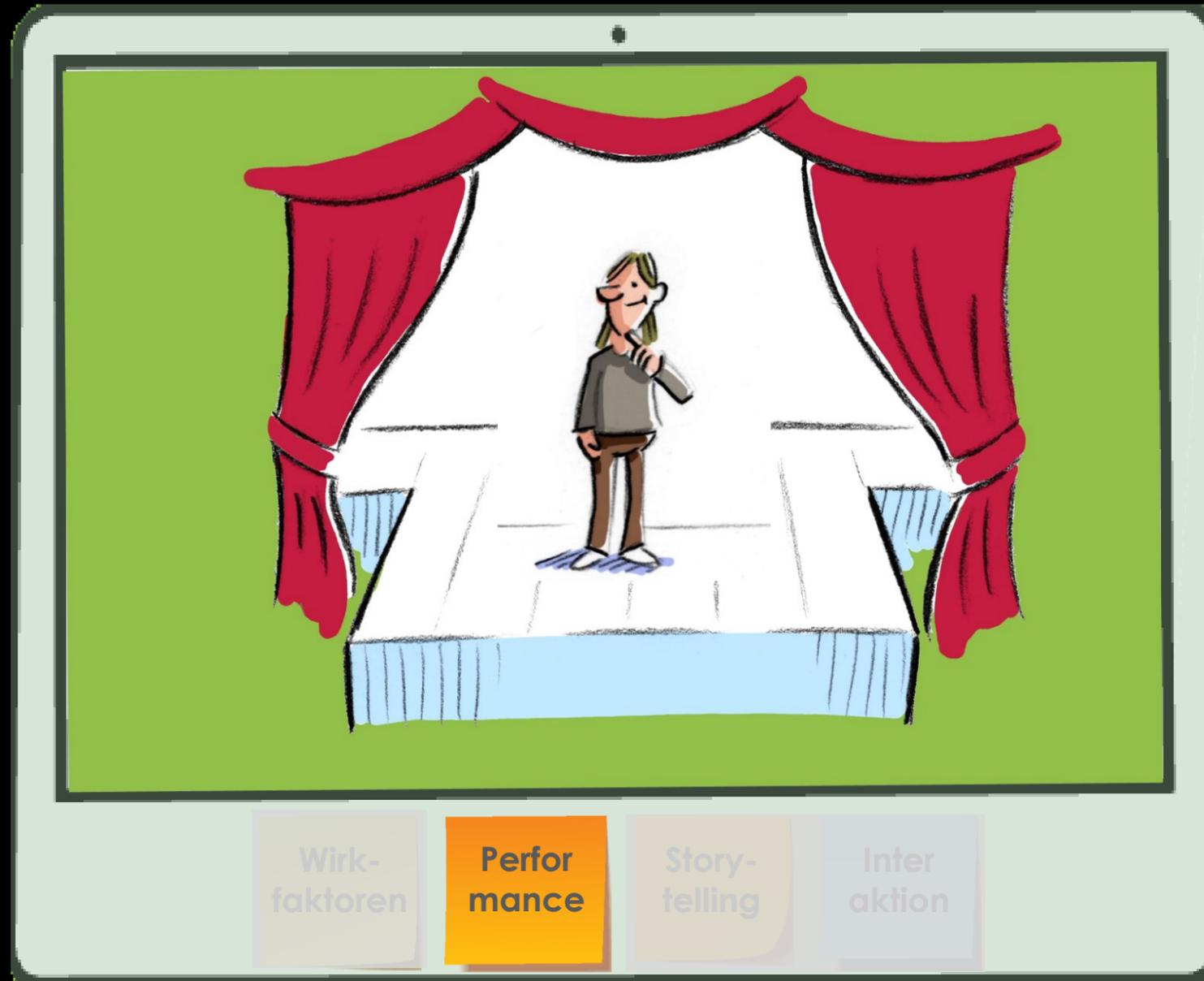
AAUTONOMY

RELATEDNESS

FAIRNESS

- Direkte, persönliche Ansprache in die Augen/in die Kamera; relevante Inhalte
- Rollenklarheit, Klare Struktur, Prägnanz und Konsistenz im (non-)verbale Ausdruck, Klare Übergänge
- Dialog/Interaktion statt Monolog, Neugier auf Beiträge der TN, kurze Aufmerksamkeitsspanne bedienen
- Emotionale Nähe herstellen d. Beziehungsangebote, mimisches Feedback
- Auf Einhaltung von Spielregeln achten, zuverlässiges Zeitmanagement, Fragen als Geschenke

Performance auf der (virtuellen) Business-Bühne



- Präsenz
- Körpersprache
- Stimme
- Sprechen

Präsentieren heißt Dialog nicht Monolog!

- Versenke deine Sätze konkret in Augenpaare.
- Sei im Moment und fokussiere deine Energie auf dein Publikum
- Sprich mit kraftvoller Stimme, und zwar mindestens 20% mehr als deine Komfortzone
- Formuliere kurze prägnante Sätze auf Punkt.
- Kontrolliere dein Sprechtempo, indem du präzise artikulierst.
- Setz bewusst Wirkungs-Pausen.

1. Stimme: Zwerchfell aktivieren

S S S S
Sch Sch Sch Sch
Ch Ch Ch Ch
F F F F
T T T T
P P P P

Wa! Fa!
Jo! Pa!
Pu! Hey!
Ti! Mu!
Wo! Hi!
Ta! Wu!
Wi! Ho!
Ha! Ma!

2. Artikulation: Korkenübung (mit einem Zitat eurer Wahl)

Wer auf andere Leute wirken will,
der muss erst einmal in ihrer
Sprache mit ihnen reden.

(Kurt Tucholsky)

Humor ist bei weitem die
wichtigste Aufgabe des
menschlichen Gehirns.

(Edward Bono)

Das Leben besteht zu
drei Vierteln daraus,
sich sehen zu lassen.

(Woody Allen)

Es ist nicht entscheidend,
was ich sage, sondern
was der andere hört.

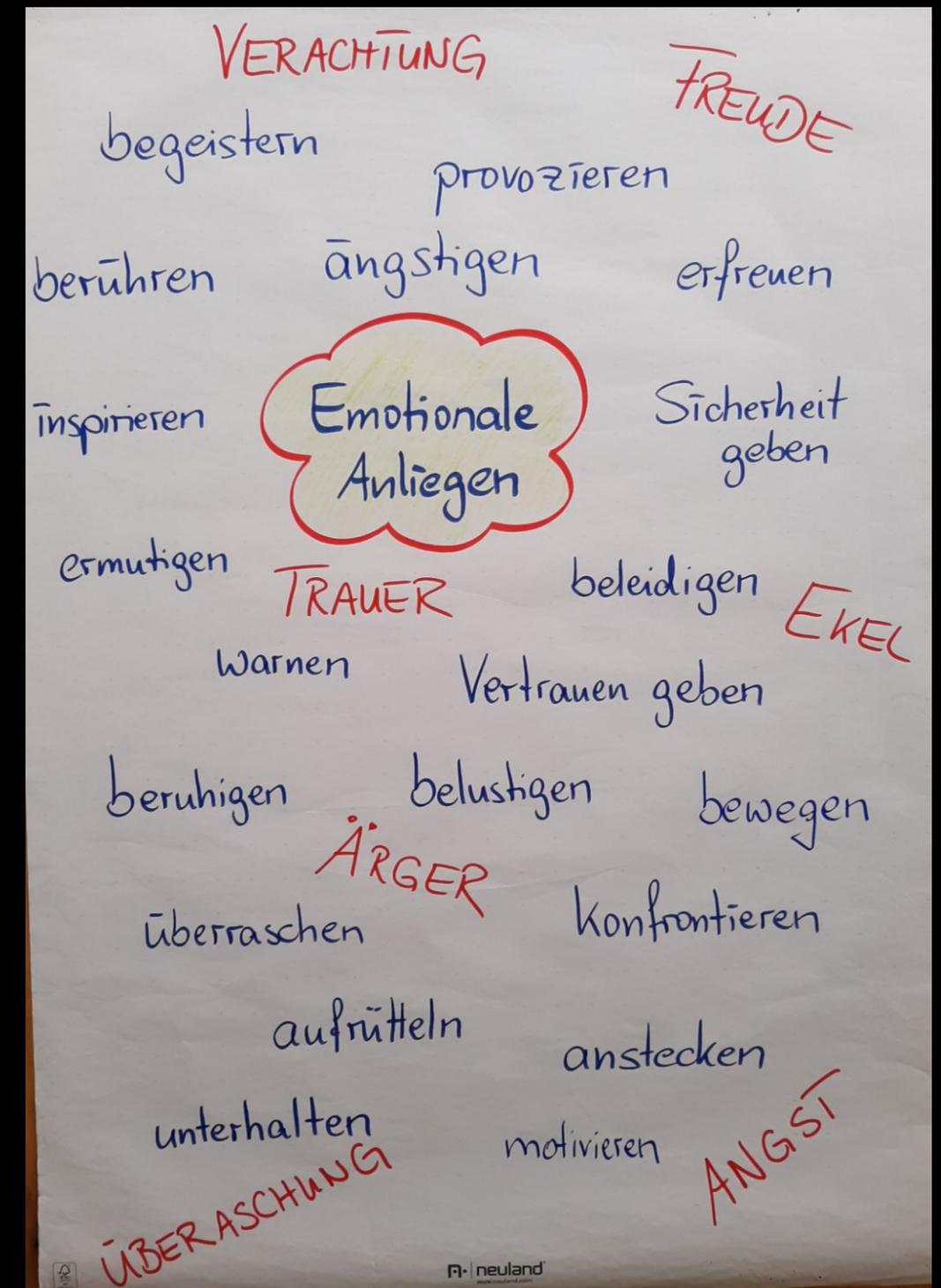
(Vera Birkenbihl)

Den stärksten Anlass zum
Handeln bekommt der Mensch
immer durch Gefühle.

(Claus von Clausewitz)

Werde dir klar über dein emotionales Anliegen

- Was sind deine emotionalen Beziehungsangebote?
- Wie soll sich dein Publikum fühlen?
- An Anfang, Mitte, Ende deiner Präsentation?

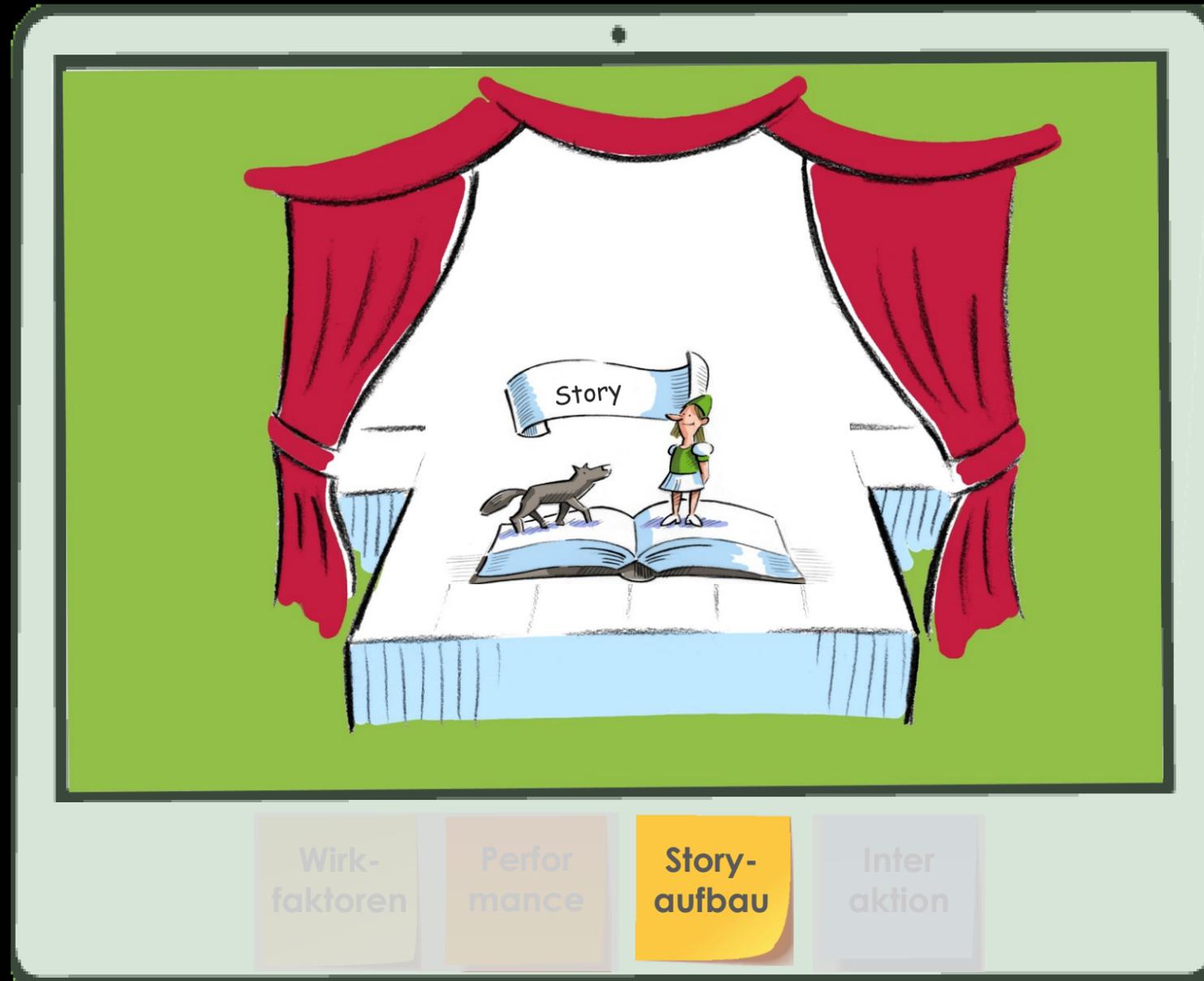


Dein emotionales Anliegen

- Denk präzise an dein emotionales Anliegen: Wie soll sich mein Gegenüber fühlen?
- Versetze dich in das Gefühl, das du zeigen möchtest. (zB will begeistern etc.)
- Vertrau darauf, dass dein Körper dir einen entsprechenden Ausdruck automatisch zur Verfügung stellt, der für dein Gegenüber lesbar ist.



Inhalt und Story: kurz, knackig und emotional



Mut zur Lücke.
Mut zur Visualisierung.

Drei Kernfragen für die Vorbereitung deiner Story

Was soll mein Publikum...

- ... rational/auf Sachebene verstehen?
- ... emotional verstehen/fühlen?
- ... tun?

Kernbotschaft/
Hookline

Emotionale
Anliegen

Call-to-action

Vier Kernfragen für deine Storyline

WER?

- Wer sitzt im Publikum?
- Mit welcher Perspektive?
- Mit welchen Erfahrungen und Erwartungen?
- Mit welchen zentralen Bedürfnissen?

WARUM?

- Was will ich mit meiner Story erreichen? (rational, emotional, aktional)
- Welches gemeinsame Bekenntnis will ich schaffen?

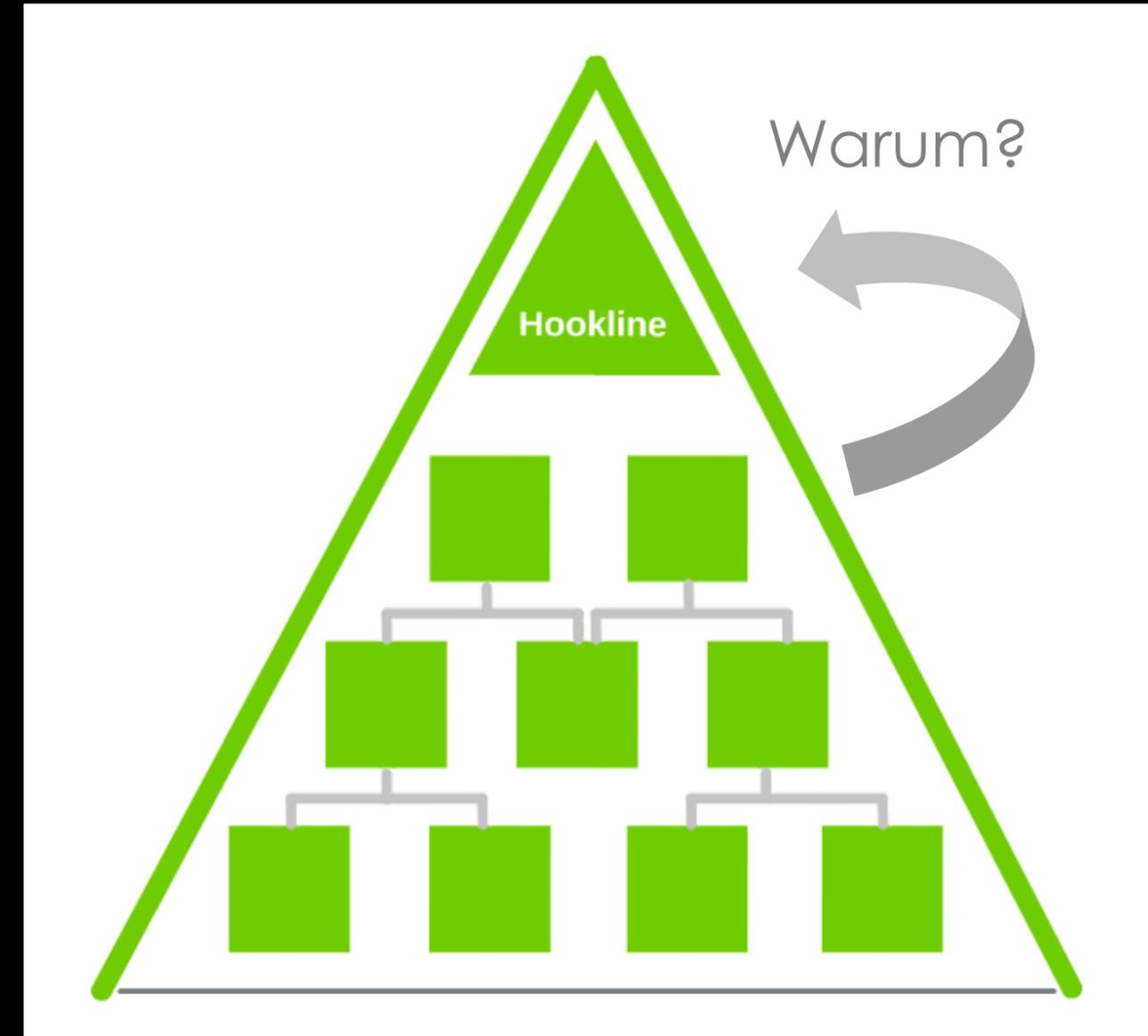
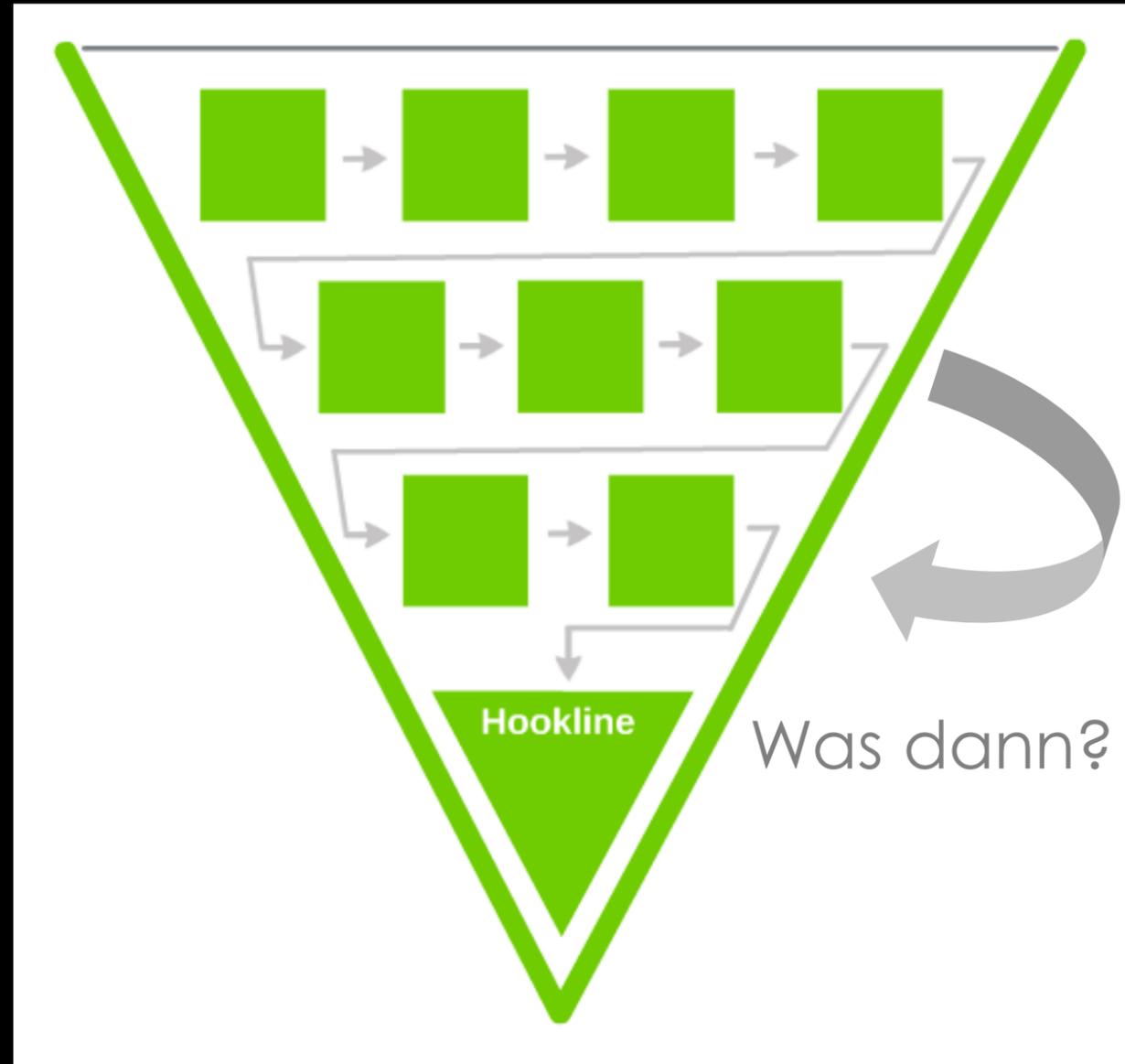
WAS?

- Was ist meine Kernbotschaft?
- Welche Argumente und Belege stützen meine Kernbotschaft?
- Was sind meine Schlussfolgerungen + Empfehlungen?

WIE?

- Mit welchen Mitteln kann ich meine Story erzählen?
- Wie kann ich mit meinem Publikum interagieren?
- Wie kann ich Metaphern oder Analogien einbinden?

Storylining-Modelle: Trichter und Pyramide



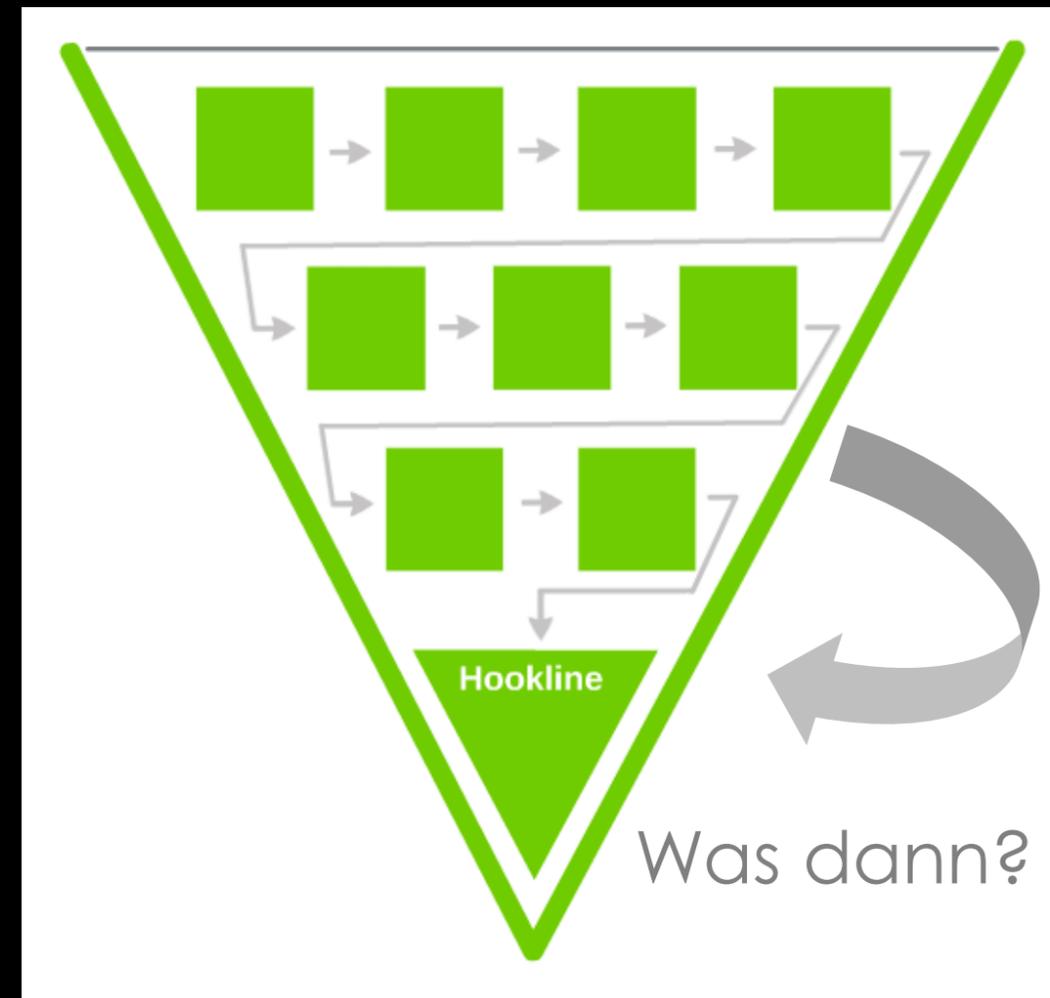
Trichter-Prinzip: Induktiver Argumentationsaufbau

Vorteile

- Klassische Prozessbeschreibung: Vom Problem zum Happy End

Herausforderungen

- Auflösung erst am Ende macht Plausibilitätsprüfung schwer
- Adressat ist mit der Suche nach (Lösungs-) Mustern beschäftigt
- Aufgebaute Spannung muss sich in überraschendem Höhepunkt einlösen



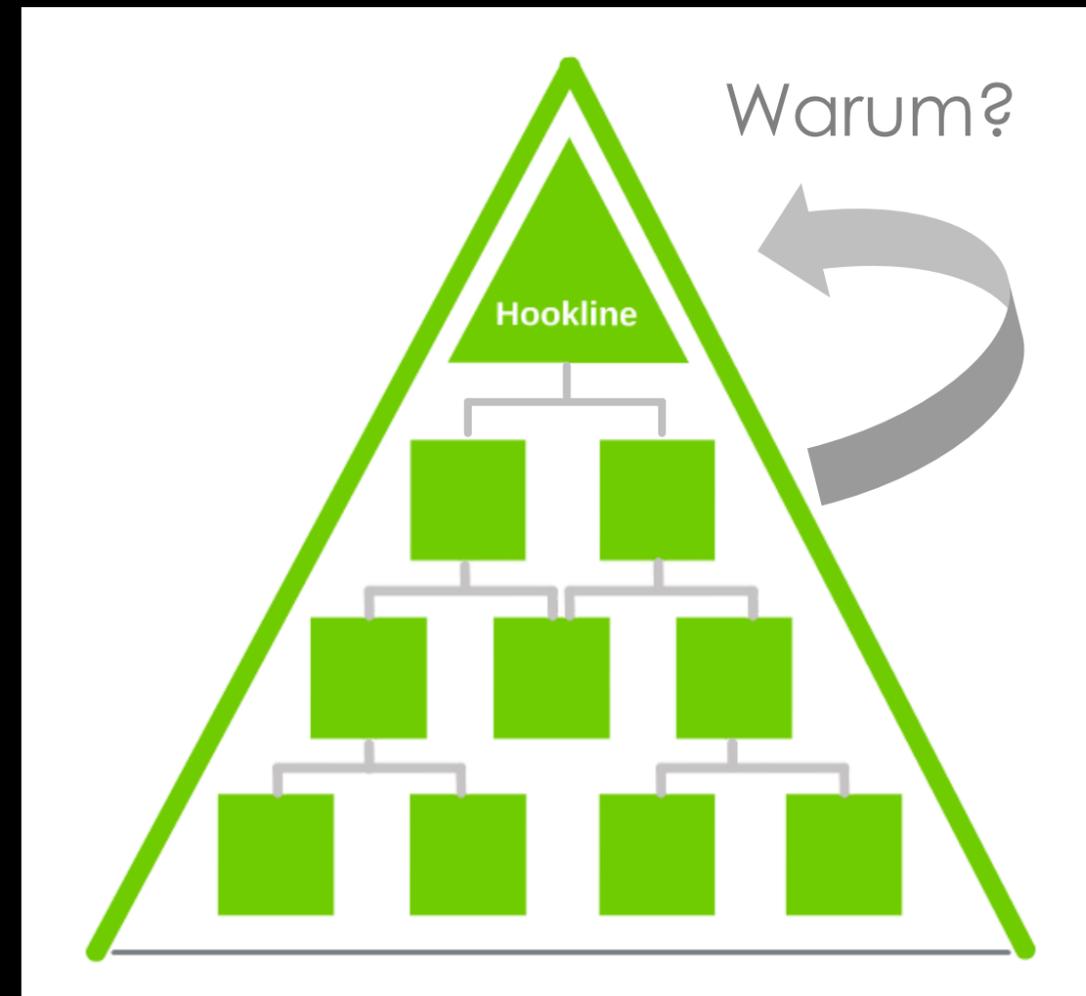
Pyramiden-Prinzip: Deduktive Ergebnis-Herleitung

Vorteile

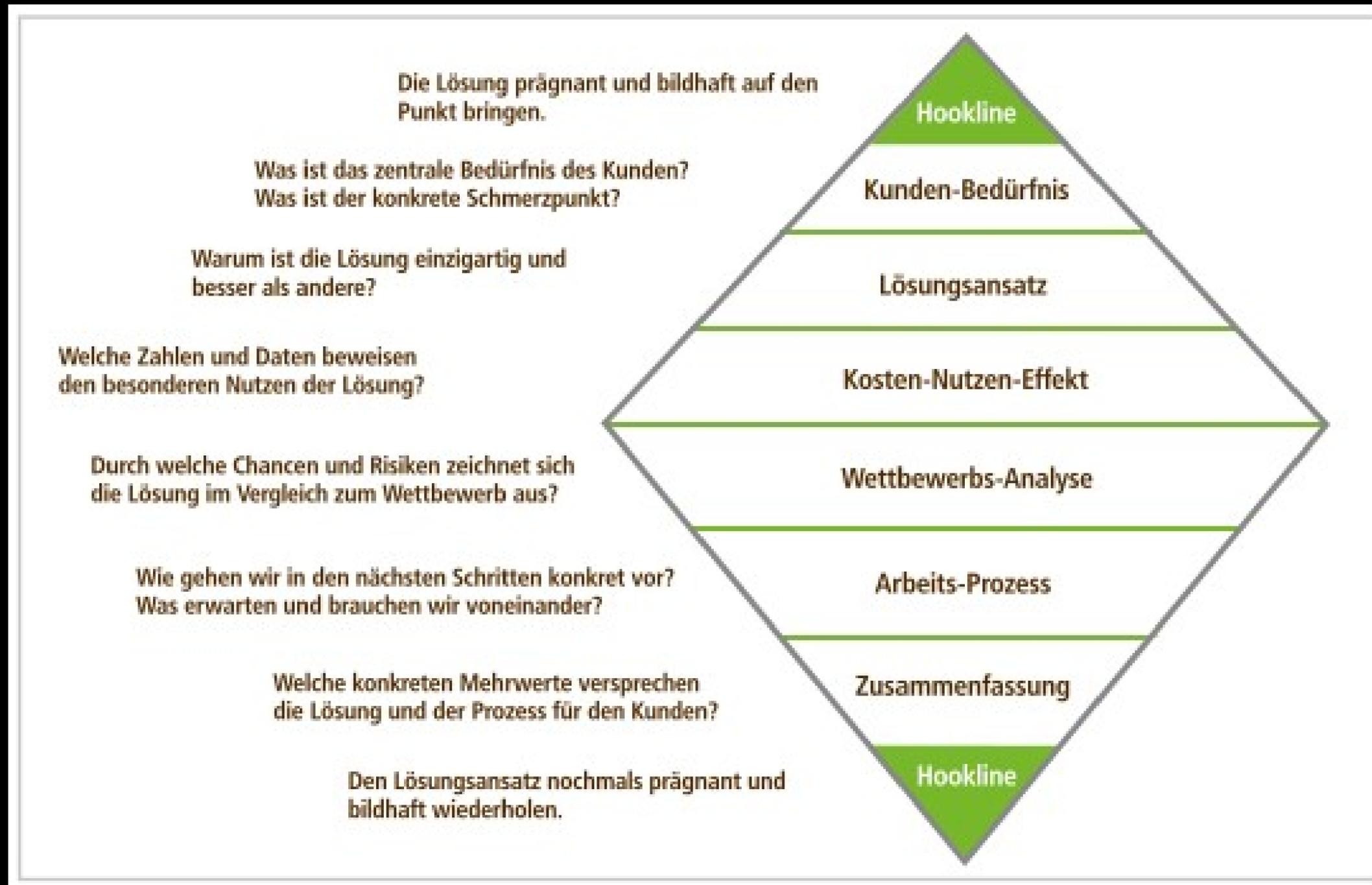
- Fokussiert Aufmerksamkeit von Beginn an auf die Kernaussage und gibt Rahmen
- Kommt schnell zum Punkt

Herausforderung

- Überraschungseffekte in der Argumentation erzeugen
- Argumentationstiefe in Abhängigkeit zur Situation vorhalten



Der wirkungsvolle Aufbau deiner Präsentation



Hookline

Knackige emotionale Kernbotschaft (zB Produktversprechen aus der Nutzerperspektive); Metapher/Analogie/Bild

Bedürfnis / Schmerz / Defizit (der Zielgruppe)

Beschreibung von konkreten Bedürfnissen/Anforderungen/Erfolgskriterien

Lösungsansatz

Lösungsbeschreibung mit Fokus auf Nutzervorteile

Kosten-Nutzen-Effekt

Vertiefung der Nutzen-Argumentation (ZDF), ggf. Chancen/Risiken gegenüber dem Wettbewerb

Arbeitsprozess

Unsere Werte als Team / Unternehmen in der Zusammenarbeit / Persönliche Projekt-Erfahrung

Zusammenfassung

Wiederholung der drei zentralen Mehrwerte

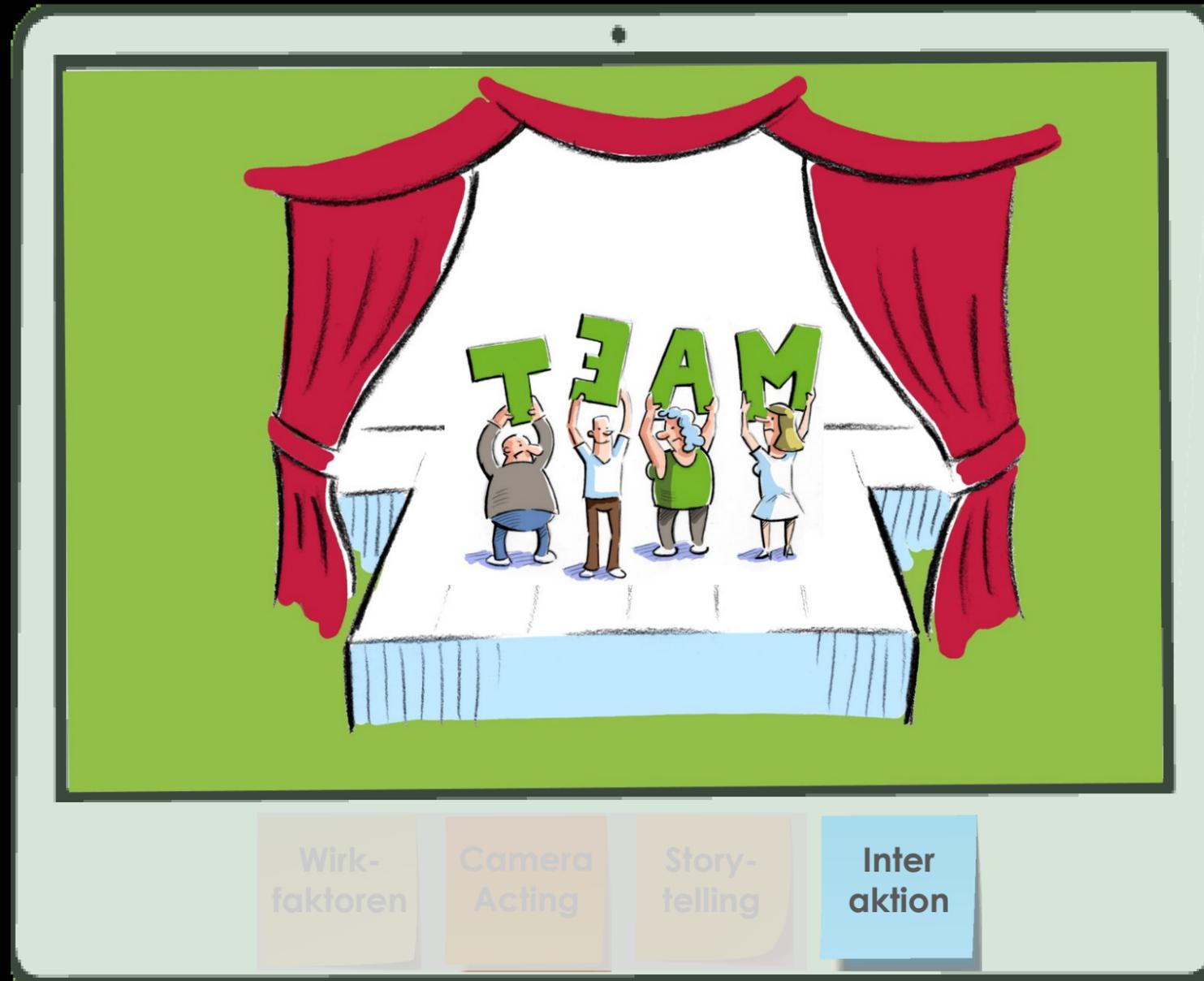
Hookline

„Und deshalb...“: Wiederholung des zentralen Lösungsversprechens

Slidewriting: Content medientauglich aufbereiten

- Maximal 10 Slides für 20 min
- Bilder statt Testwüsten
- Idealerweise maximal 6 Objekte auf einmal
- Aufmerksamkeit lenken durch gezielte Einblendung
- Powerpoint muss nicht immer sein (Blackscreen)

Interaktion mit deinem Publikum



Mach dein Publikum zum Mitspieler!

Meetingteilnehmende aktivieren

- ... durch Schätzfragen als Einstieg in einen neuen Themenblock
- ... durch namentliche und gezielte Ansprache (als Experten)
- ... durch konkreten Blickkontakt
- ... durch offene Fragen und Neugier auf die Antwort
- ... durch einen groben inhaltlichen Überblick und die Priorisierungs-Abfrage: was davon hat für sie grade die größte Relevanz?

Mit Zwischenfragen und Einwänden produktiv umgehen

Die innere Haltung als Grundlage

- Ich akzeptiere, was ist.
- Ich sage „Ja genau, und deshalb...“ statt „Ja, aber...“
- Ich bin okay, du bist okay

Die rhetorischen Tools

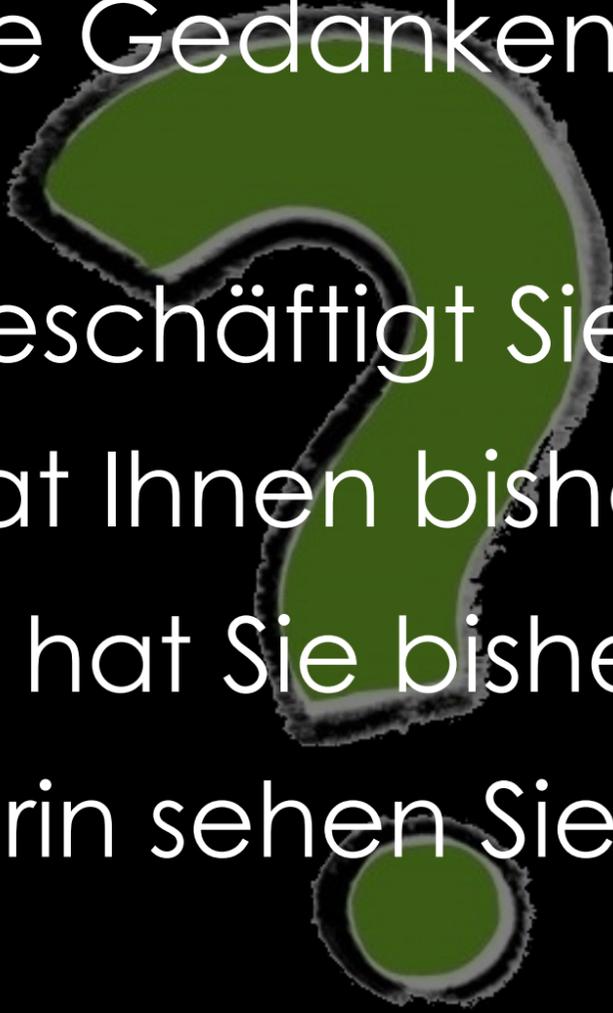
1. (Aus-)Atmen
2. Genau hinhören und nachfragen (was genau meinen Sie mit...?)
3. Mit Zeitgewinn eine adäquate Antwort formulieren
4. Mit Nichtwissen ggf. offen umgehen
5. Empathisch nachfragen: Was brauchen Sie von mir? Was genau kann ich tun?

Aktivierende Fragen stellen

- Eine Frage! Nicht drei hintereinander! 😊
- Stille aushalten!
- Neugierig sein auf die Antwort!



Beispiel-Fragen für die direkte Ansprache

- Herr Müller, welche Gedanken haben Sie zu diesem Thema?
 - Frau Maier, was beschäftigt Sie gerade am meisten?
 - Herr Kunze, was hat Ihnen bisher am besten gefallen?
 - Frau Schmidt, was hat Sie bisher am meisten überrascht?
 - Herr Lehmann, worin sehen Sie die größten Potenziale?
- 

Umgang mit Vielrednern und „Alphatierchen“

- Mut zur Ausübung der Moderatorenrolle
 - Wertschätzende Hinweise auf Zeit und Fairness
 - Timeboxing für Redebeiträge (via Stoppuhr)
- Danken, paraphrasieren und weiter
- Nonverbale Zeichen in die Kamera
- Last Exit: „automatischer“ Mute nach Ende der Timebox (für alle)

Leitfaden zur Vorbereitung einer Präsentation

1. Reflektiere die Grundbedürfnisse deines Publikums auf Sach- und Beziehungsebene
2. Kläre deine Rolle(n) im Meeting und überrasche dein Publikum mit einer persönlichen und sinnbildlichen Kurz-Vorstellung.
3. Strukturiere deinen Content entlang einer adäquaten Storyline und entwickle eine prägnante Kernbotschaft/Hookline.
4. Setze unmittelbar vor dem Auftritt max. zwei performative Anker (zB „Ich spreche direkt in die Kamera...“, „Ich achte auf Punkte und Pausen“ etc.)
5. Such dir einen Feedback-Partner*in und gib ein konkretes Briefing: „Achte auf...“

Tool-Tipp:
Lerne deinen ersten
und letzten Satz
auswendig!

Euer Abschluss-Feedback



Es war mir eine Freude! 😊
Toi toi toi für die Umsetzung der Impulse!

inszenio GmbH

Geschäftsführung: Dr. Claudia Borowy

Trainerin: Claudia Borowy

Email: claudia.borowy@inszenio.de

Internet: www.inszenio.de