



„Ich habe da mal was vorbereitet ...“ - Kennen Sie diesen Satz? Nicht nur Fernsehköche bedienen sich dieses Tricks, um den Zuhörenden etwas zu präsentieren, auch Fach- und Führungskräfte haben gerne etwas vorbereitet. In der Regel sind dies PowerPoint-Präsentationen. Etwas, das die meisten nur noch ungern sehen.

- Langweilig
- überfrachtet
- unlesbar

sind Beurteilungen, die in vielen Köpfen schwirren. Ist eine Präsentation dann noch mit einem Skript verbunden, in dem dasselbe drinsteht, kommt die Frage auf, warum man sich überhaupt die Zeit genommen hat. Zudem sind PowerPoint-Präsentationen inzwischen so abgegriffen, dass niemand mehr Neues erwartet.

- Was ist das Thema?
- Was ist das Ziel?
- Was sollen die Zuhörenden mitnehmen?

Diese Fragen bieten Orientierungspunkte, um sich gut auf Präsentationen vorzubereiten. Gerade in der Konkretisierung des Themas liegt häufig der erste Ansatzpunkt, um die Bildschirm-Vorträge zu begrenzen.

*TIPP: Versuchen Sie, Ihr Thema so konkret wie möglich zu formulieren. Statt zu sagen, dass es um das Projekt geht, thematisieren Sie nur den zeitlichen, inhaltlichen oder problematischen Aspekt und lassen alles Andere weg. Mögliche Lösungen können aus der Historie oder dem Verlauf des Projekts kommen, dafür muss dieser Werdegang jedoch nicht noch einmal nacherzählt werden.*

Um die Aufmerksamkeit der Zuhörenden zu erreichen, muss klar sein, was ihre Aufgabe ist. Mit welchem Beitrag, welcher Leistung sind sie involviert? Was von dem Gezeigten ist ein Teil ihrer Arbeit? Wenn Zuschauende damit rechnen müssen, dass auch sie bzw. ihre Arbeit ein Bestandteil der Präsentation ist, erhöht sich ihre Aufmerksamkeit. Dies ist auch dann der Fall, wenn das Publikum von Anfang an weiß, was das Ziel ist. Dieses nur einmal zu formulieren, reicht nicht aus. Die Verbindung einzelner Elemente zum Ziel sollte der rote Faden in einer Präsentation sein. Vorteilhaft an dieser Stelle ist ein Bild.

- Bilder
- Farben
- Geräusche

sind einfacher aufzunehmen als Buchstaben und Zahlen. Im Gehirn können Bilder, Farben und Geräusche mit Inhalten verknüpft werden, so dass sich die Lern- und Merkfähigkeit erhöht. Zudem sprechen visuelle und auditive Eindrücke eher an als kognitive Botschaften.

Weniger ist mehr – diese Botschaft gilt für alle Elemente, die gewählt werden. Wenn Bilder zum Einsatz kommen, dann nur gezielt und in jedem Fall treffend. Wenn Geräusche und Farben die Präsentation unterstützen, dann sollten sie eine Aussage haben bzw. einen Bezug zum Inhalt.

Das Ergebnis einer Präsentation kann in der Verteilung von Aufgaben, der Diskussion um eine Neuorientierung oder Sicherung des Status quo liegen. Die gute Unterhaltung der Projektpartner oder das Beeindrucken von Vorgesetzten ist vielleicht ein persönlicher Wunsch, jedoch kein Ergebnis. Weder Kolleginnen, Kollegen noch Vorgesetzte möchten ihre Arbeitszeit mit unnötigem Ballast füllen. Sie möchten informiert, ernst genommen und involviert werden. Und dies auf anspruchsvolle Weise.

Der Vorteil von PowerPoint-Präsentationen liegt in erster Linie darin, dass alle Beteiligten im selben Moment dasselbe Bild sehen und somit gleichermaßen informiert sind. Verbunden mit den Erläuterungen des Redners bzw. der Rednerin wird aus diesem Bild ein Sachverhalt, der Erkenntnisse darstellt und an vorhandenes Wissen anknüpft und etwaige Lücken schließt. Mit diesen Sachverhalten kann gemeinsam gearbeitet werden und dies geschieht in der Regel nach einer Präsentation, nachdem alle dasselbe gesehen und gehört haben.

Bei Interesse an näheren Informationen zu dem Seminar "Präsentationstraining" folgen Sie dem Link:

<https://www.kitzmann.biz/seminare/seminaruebersicht/rhetorik-kommunikation/professionell-praesentieren/>

---

Das Management-Institut Dr. A. Kitzmann ist ein Weiterbildungsanbieter, der sich vornehmlich an Führungskräfte aus Wirtschaft und Verwaltung wendet. Das Institut ist 1975 gegründet worden und hat sich auf die Weiterbildung von Führungskräften spezialisiert.

Das Institut bietet Weiterbildung in Form von offenen und Inhouse Seminaren sowie Einzelcoachings, Workshops und Vorträgen an. Offene Seminare werden zu mehr als 75 verschiedenen Themen an den Standorten Münster, Hamburg, Berlin, Frankfurt, Stuttgart, München, Wien und Zürich angeboten. Firmeninterne Weiterbildungsmaßnahmen werden in der gesamten DACH-Region durchgeführt.

Ziel des Instituts ist eine praxisgerechte Vermittlung der wichtigsten Schlüsselqualifikationen für Führungskräfte. Die zugrundeliegende Philosophie geht davon aus, dass auch in einer Leistungs- und Konkurrenzsituation wichtige menschliche Fähigkeiten im Vordergrund stehen. Der ermittelte Trainingsbedarf wird in maßgeschneiderten Trainingslösungen umgesetzt.

Derzeit arbeiten für das Institut an den sieben Standorten 50 Seminartrainer/innen, die über eine abgeschlossene Hochschulausbildung verfügen, mehrere Jahre Führungspraxis aufweisen und eine Trainerausbildung des Management-Instituts Dr. A. Kitzmann absolviert haben. Die Trainer/innen fühlen sich der humanistischen Psychologie verpflichtet.