



## 7-Punkte-Checkliste für Ihre wirkungsvolle Präsentation

Spuren hinterlassen und im Gedächtnis bleiben  
Begeisterung statt Langeweile!

### 1. Ziel und Thema erarbeiten und festlegen

Das Thema ist meistens schnell gefunden: Firmenpräsentation, Umsatzzahlen präsentieren, Marketingaktivitäten darstellen, etc.

Das Ziel der Präsentation kann jedoch ein ganz anderes sein, z. B. neues Vertrauen aufbauen oder die Mitarbeitermotivation fördern. Die Informationen und Argumentationen werden dann stets auf dieses Ziel abgestimmt.

Überlegen Sie genau, welches Ziel Sie mit Ihrer Präsentation verfolgen. Was wollen Sie mit Ihrer Präsentation aussagen und erreichen? Was genau soll der Zuhörer am Ende wissen, fühlen, machen oder denken? Überprüfen Sie Ihre Ziele immer mit Ihren nächsten Schritten: Erwartungen der Zuhörer, Stoffsammlung, Themenauswahl, Einleitung, Hauptteil, Schluss. Wenn Sie Ihr Ziel immer im Blick haben, dann wird es sich auch in der Präsentation widerspiegeln.

Die meisten Präsentationen haben als Ziel:

- Kunden/ Gruppe überzeugen
- Wissen weitergeben
- Angebot/ Vorschlag machen
- Entscheidungen vorbereiten
- Verständnis erwirken
- Begeistern und positive Einstellung entwickeln

### 2. Zielgruppe und Zuhörerkreis

Falls Sie zu Ihrer Präsentation selbst einladen, ist das ein entscheidender Vorteil. Sie können dann den Teilnehmerkreis so wählen, dass Ihr Publikum Sie bei der Realisierung Ihrer Ziele unterstützt. Möchten Sie also für Ihr Produkt werben, dann laden Sie neben den Entscheidungsträgern auch die Personen ein, die bereits von Ihrem Produkt überzeugt sind. Diese Personen sind dann Ihre

Verbündeten vor Ort und können auch nach der Präsentation bei den Entscheidungsträgern für Ihr Produkt werben. Sie wirken also als eine Art Multiplikator vor Ort.

In jedem Fall sollten Sie sich über Ihre Zuhörer informieren. Es ist ein entscheidender Unterschied, ob Sie als Gesundheitsexperte vor Ärzten, Patienten oder vor einer gemischten Gruppe präsentieren. Es ist auch von Bedeutung, ob Sie in diesem Fall vor jungen Patienten oder Senioren präsentieren. Diese Zuhörergruppen haben sicherlich ganz unterschiedliche Interessen und diese müssen Sie berücksichtigen.

Um Ihren Zuhörerkreis eindeutig zu definieren, machen Sie sich Gedanken über Ihr Publikum (Name, Abteilung, Zusammensetzung), deren Handlungsspielraum (Hierarchie, Verantwortlichkeit, Entscheidungskompetenz), Erwartungen, Interessen, Wissensstand und den Nutzen für Ihre Zuhörer.

### 3. Inhalts- und Stoffsammlung

Bringen Sie Ihre Gedanken auf Papier. Hierzu eignet sich eine vorerst unstrukturierte MindMap, die Sie zu einem ersten Brainstorming nutzen können. Schreiben Sie auch vorerst Unsinniges auf. Nicht selten ergeben sich daraus neue Sichtweisen und Ideen. Dadurch, dass Sie eine MindMap nutzen, sind die Ideen und Gedanken bereits teilweise strukturiert. In einer zweiten MindMap können Sie dies noch verstärken und eine eindeutige Struktur festlegen. Es ergeben sich Haupt- und Unterpunkte, die Ihnen einen roten Faden für Ihre Präsentation liefern. Die graphische Darstellung des MindMaps unterstützt Sie dabei die Haupt- und Unterpunkte besser im Gedächtnis zu verankern.

Jetzt kommt der schwierigste Teil, die Themenauswahl für Ihre Präsentation. Weniger ist mehr! Achten Sie auf Ihre Zeit, wie viel können Sie in dieser Zeit wirklich so präsentieren, dass Sie Ihre Ziele erreichen? Überlegen Sie, für welche Themenschwerpunkte sich die Zuhörer interessieren. Eine junge Patientengruppe interessiert sich sicherlich nicht für Inkontinenz oder Demenz, sondern eher für Vorsorgeuntersuchungen oder Fitnesskurse. Stimmen Sie die Inhalte auf Ihre Ziele und Ihre Zielgruppe ab.

### 4. Präsentationsablauf

Haben Sie auch hier wieder Ihre Zielgruppe im Auge:

**Eröffnung:** 1/10 der Zeit

- a. Begrüßung und eigene Vorstellung
- b. Anlass, Thema, Problem, Nutzen darstellen
- c. Orientierung geben - Spielregeln festlegen, falls nötig
- d. Interesse wecken - durch Fragetechniken
- e. Ziel der Einleitung: positiver Eindruck, positive Grundstimmung, sammeln Sie Sympathie-Punkte durch eine offene Körperhaltung, lächeln Sie, halten Sie Blickkontakt und passen Sie Ihre Kleidung dem Publikum an.

Holen Sie Ihre Zuhörer gedanklich ab. Sprechen Sie Vorerfahrungen an, in einem Telefontraining könnte dies zum Beispiel sein:  
„Vielleicht haben Sie sich gefragt, warum Sie ein Telefontraining besuchen sollen, wo Sie doch bereits seit Jahren telefonieren. War Ihr Telefonverhalten falsch? Doch es geht uns heute nicht um richtig oder falsch, sondern wir wollen schauen, was es für Techniken gibt, um das Telefon noch professioneller zu nutzen.“

**Hauptteil:** 6/10 der Zeit

Hier präsentieren Sie Inhalte und Argumente, systematisch in Haupt- und Unterpunkte. Nach längeren Ausführungen fassen Sie das Gesagte kurz zusammen. Ihr Publikum hört Ihren Vortrag zum ersten Mal und ist froh noch einmal eine Orientierung zu bekommen. Pro Kapitel sollten Sie nicht mehr als 7 Detailinformationen einfügen.

Die Präsentation des Hauptteils orientiert sich ebenfalls an Ihrer Zielsetzung und Zuhörerkreis. Überlegen Sie genau, was, wie viel und wie Sie Ihre Informationen präsentieren wollen.

**Abschluss:** 2/10 der Zeit

Der erste Eindruck entscheidet über Sympathie und Vertrauen, der letzte Eindruck bleibt im Gedächtnis. Fokussieren Sie hier noch mal Ihr Ziel. Wenn Sie die Teilnehmer zu einer Handlung motivieren wollen, sollten Sie jetzt noch einmal einen Appell an Ihre Zuhörer richten. Wiederholen Sie hier noch mal das Wichtigste und fassen Sie die wichtigsten Punkte zusammen. Bedanken Sie sich für die Teilnahme oder Aufmerksamkeit.

Beispiel: „Ich habe Ihnen unsere neuen Marketingstrategien präsentiert. Unser Ziel ist es, unseren Umsatz auf 10% zu steigern. Dafür benötigen wir Ihre Unterstützung und freuen uns auf eine konstruktive Zusammenarbeit. Vielen Dank für Ihre aktive Teilnahme.“

Schluss-Einleitungen könnten lauten:

- Was bedeutet das alles für uns? ...
- Ich fasse zusammen: ...
- Was bringt uns das? ...
- Unser Ziel ist es...

Verabschieden Sie Ihre Zuhörer mit einem positiven Gefühl.

Die restliche Zeit 1/10 ist Ihr Zeitpuffer.

## 5. Visualisieren und gestalten der Präsentation - Medieneinsatz

Neben Ihrer Rede ist die Visualisierung wichtig, um Aufmerksamkeit zu erzeugen. Durch die Visualisierung wird ein weiterer Empfangskanal angesprochen und der Inhalt bleibt länger im Gedächtnis. Wer kennt nicht den Spruch: Bilder sagen mehr als 1000 Worte. Verknüpfen Sie Ihre Aussage mit einem einprägsamen Bild.

Neben der klassischen PowerPoint Präsentation eignet sich auch für kleinere Gruppen (bis ca. 20 Personen) das Flipchart, das Whiteboard oder eine Pinnwand. Gerade wenn in Ihrer Branche die PowerPoint Präsentation Standards ist, verwenden Sie einmal ein anderes Medium. Seien Sie mutig! Damit fallen Sie auf und bleiben allein wegen Ihrer „neuen“ Präsentationsart im Gedächtnis. Und wenn wir ehrlich sind, manchmal gehen uns die vielen PowerPoint Präsentationen ganz schön auf die Nerven.

Flipchart, Whiteboard und Pinnwand eignen sich ebenfalls zur Präsentation. Mit diesen Medien können Sie Fragen visualisieren und die Antworten aktiv mitschreiben. Ihre Zuhörer fühlen sich dadurch gewertschätzt und können sich einbringen.

Durch das aktive Aufschreiben während der Präsentation entsteht Bewegung und Sie geben Ihren Zuhörern Zeit zum Reflektieren und Nachdenken.

## 6. Durchführung

Jetzt ist es soweit. Sie haben sich bestens vorbereitet, das Thema festgelegt und die Präsentation ganz auf Ihre Ziele ausgerichtet. Die Visualisierung steht, jetzt kommt es ganz auf Ihren persönlichen Auftritt an. Stimmen Sie sich positiv. Wie soll das gehen? Überlegen Sie mal, was Sie spontan in eine gute Stimmung versetzt. Jeder hat bereits irgendeine Strategie für sich entwickelt, zum Beispiel Samba hören, ein bestimmtes Bild ansehen, an eine Strandkorbnummer denken (wie ein Seminarteilnehmer mir vor kurzem berichtete), an den Urlaub denken oder vieles mehr. Was ist Ihr Muntermacher?

Es geht los. Planen und proben Sie die Einleitung, um die erste Nervosität durch eine innere Sicherheit zu begegnen. Der erste Eindruck ist entscheidend und der letzte bleibt.

Tipps für die Durchführung Ihrer Präsentation:

- Kurzer Einstieg mit Begrüßung und eigener Vorstellung
- Was haben Sie vor und wie lange soll es dauern?
- Passen Sie Ihre Stimme der Raumgröße an - jeder soll Sie hören
- Halten Sie Blickkontakt zu den Teilnehmern
- Bewegen Sie sich und achten Sie auf Ihre Körpersprache
- Gestik und Mimik sind wichtig, um sich ins rechte Licht zu rücken
- Sprechen Sie langsam und akzentuiert
- Pausen und Fragen haben eine große Wirkung und bringen die Zuhörer zum Nachdenken
- Um zu begeistern, ist die Rhetorik und die Körpersprache von besonderer Bedeutung - Yes we can...

## 7. Nachbereitung

Ein Glück, Sie haben es geschafft, warum also noch nachbereiten? Für Ihren kontinuierlichen Lernprozess! Gehen Sie Ihre Präsentation nochmals durch: Was ist Ihnen sehr gut gelungen? Wann hatten Sie das Gefühl, dass Ihre Zuhörer besonders bei Ihnen waren? Wie haben Sie das geschafft? Schreiben Sie alle positiven Eindrücke auf.

Im zweiten Schritt schreiben Sie auch alle negativen Eindrücke auf.

Beachten Sie bei Ihrer Analyse die folgenden Fragen:

- Haben Sie ihr Ziel erreicht?
- War die Zusammensetzung der Teilnehmer optimal?
- War die Präsentation auf die Teilnehmer abgestimmt?
- Wie war der Ablauf?
- Wie kamen die Einleitung, der Hauptteil und der Schluss beim Publikum an? Gab es kritische Punkte?
- Hat der Medieneinsatz den gewünschten Erfolg gehabt?
- Konnten Sie Kontakt zu den Teilnehmern aufnehmen?

Überlegen Sie genau, was Sie besser machen können. Schreiben Sie Ihre Verbesserungsvorschläge konkret auf. Nutzen Sie dieses Wissen aktiv für Ihre nächste Präsentation.

### Über die Autorin Viola Moritz:

Viola Moritz <http://www.moritz-seminare.de> arbeitet als freie Trainerin in Berlin und bietet Ihre Seminare überregional an. Als Kommunikationstrainerin mit den Schwerpunkten Präsentation, Moderation, Gesprächsführung, Telefonverhalten und Korrespondenz konnte Sie bereits namenhafte Unternehmen von COBA und DeTeWe über die GEMA und O2 bis zu Schindler mit Ihren Seminaren und individuellen Workshops unterstützen.

Die Unternehmen profitieren von ihren praxisnahen Trainings, hohem Einfühlungsvermögen und lösungsorientierter Arbeitsweise. Mit einem Masterabschluss in Erwachsenenbildung hat sie eine fundierte akademische Ausbildung für die Arbeit mit Lerngruppen.

Auf Ihrer Website finden Sie Informationen über Ihre Seminarthemen, Lerninhalte, Termine für die offenen Seminare und Seminarmethoden sowie ein ausführliches Profil.

**Copyright: © Viola Moritz**