Tipps und Tricks für erfolgreiche Präsentationen

Boris Gebhardt

Tipps und Tricks für erfolgreiche Präsentationen

Ein Leitfaden für starke Auftritte und bleibende Eindrücke

2. Auflage

Springer Vieweg

Boris Gebhardt
Diehl Aviation Laupheim GmbH
Laupheim, Deutschland

ISBN 978-3-662-72375-3 ISBN 978-3-662-72376-0 (eBook)
https://doi.org/10.1007/978-3-662-72376-0

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über https://portal.dnb.de abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer-Verlag GmbH, DE, ein Teil von Springer Nature 2022, 2026

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.
Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jede Person benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des/der jeweiligen Zeicheninhaber*in sind zu beachten.
Der Verlag, die Autor*innen und die Herausgeber*innen gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autor*innen oder die Herausgeber*innen übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Alexander Grün
Springer Vieweg ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer-Verlag GmbH, DE und ist ein Teil von Springer Nature.
Die Anschrift der Gesellschaft ist: Heidelberger Platz 3, 14197 Berlin, Germany

Wenn Sie dieses Produkt entsorgen, geben Sie das Papier bitte zum Recycling.

Vorwort zur 2. Auflage

Stephen King sagt, dass das Gewicht eines Buchs dem Leser nicht nur verrät, wie viel Mühe und Leidenschaft der Autor in sein Werk gesteckt hat; es zeigt auch, wie viel Engagement der Leser braucht, um sich die Inhalte einzuverleiben [1].

Die gedruckte Ausgabe dieses Buchs wiegt ungefähr 1,2 kg. Sie halten also gerade eine geballte Ladung Wissen in der Hand. Als ich die erste Auflage schrieb, war mein Wunsch, dass Sie darin hilfreiche Ideen und Werkzeuge finden, sobald Sie einen Vortrag erstellen, prüfen und halten müssen. Die vielen positiven Rückmeldungen zur ersten Auflage zeigen mir, dass ich mein Ziel erreicht habe. Gleichzeitig gab es von Ihrer Seite Anregungen und Wünsche – daraus ist nun die zweite Auflage entstanden.

Was ist neu? Die meisten Anpassungen fanden unter der Motorhaube statt und dienen vor allem der besseren Lesbarkeit. Aber auch inhaltlich hat sich etwas getan:

1. Im Vortrags-Werkzeugkasten gibt es neue Werkzeuge wie den Golden Circle oder die 22-Kaffee-Regel
2. Ein neues Kapitel widmet sich Online-Meetings, Künstlicher Intelligenz und virtuellen Tools – und der Frage, was diese Anwendungen für Vorträge und Redner bedeuten

Die auffälligste Änderung betrifft den Titel – und das aus gutem Grund: In der vorherigen Ausgabe hieß das Buch schlicht *Geschäftsvorträge.* Viele Leserinnen und Leser haben mir geschrieben, dass sie die Inhalte sowohl im beruflichen als auch im persönlichen Umfeld anwenden – sei es in Schulungen, Workshops oder bei Vereinsversammlungen und privaten Feiern. Kurz gesagt: Für jeden Anlass, bei dem man etwas (oder sich) präsentieren muss.

Dass das Buch auch außerhalb des beruflichen Alltags hilfreich ist, hatte ich beim Schreiben gar nicht im Blick. Deshalb trägt es nun einen neuen Namen: *Tipps & Tricks für erfolgreiche Präsentationen.*

Ganz gleich, ob es Ihr erster oder bereits Ihr fünfzigster Vortrag ist: Machen Sie ihn zu etwas Besonderem, das Ihrem Publikum lange in Erinnerung bleibt. Ich wünsche Ihnen gute Ideen, starke Auftritte – und viel Freude beim Präsentieren!

Boris Gebhardt

Vorwort zur 1. Auflage

In der Kürze liegt die Würze.
Volksweisheit

Dieser schöne alte Spruch gilt in vielen Lebensbereichen. Einfach gesagt, aber schwierig umzusetzen – gerade im Berufsleben und insbesondere bei Geschäftsvorträgen.

Für mich als Geschäftsführer eines großen mittelständischen Unternehmens ist es oft schwer nachzuvollziehen, was ich präsentiert bekomme oder bei Vortragsveranstaltungen erlebe. Einerseits ist es schön zu sehen, wenn ein Vortragender seine Werkzeuge beherrscht. Da geht mir das Herz auf, denn ich fühle mich respektiert und abgeholt. Andererseits gibt es leider auch Fälle, bei denen der Vortragende mit Schriftgröße zehn im Mäusekino-Format 25 Zeilen und unleserliche Grafiken auf eine PowerPoint-Seite quetscht. Die Steigerung ist dann noch, wenn er daran scheitert, den eigenen Text von der Leinwand abzulesen. Natürlich mit dem Rücken zu seinen Zuhörern.

In einer Präsentation geht es doch nicht darum, in der vorgegebenen Zeit die maximale Anzahl an Informationen zu transportieren! Vielmehr soll dem Zuhörer das Wesentliche in einer gut verdaulichen Weise vermittelt werden. Und genau hierin liegt die Kunst.

Nach meiner Erfahrung sind die Gründe dafür sehr breit gestreut. Sie gehen vom Unwissen (gewollt oder ungewollt) des Referenten über die Zielgruppe bis hin zur Entscheidungsunwilligkeit des Vortragenden, sich auf die wesentlichen Botschaften zu beschränken. Oft kommt dabei das Argument, dass man keine Zeit dafür hat, weil man sich ja mit der Erstellung der Folien beschäftigen muss.

Zweifelsohne kann es für den Referenten mühsam sein, wenn er sich überlegen muss, worum es geht und was der Kern des Ganzen ist. Wenn er es aber schafft, mit ein paar Grundregeln seine Botschaften zielgruppengenau auf den Punkt zu bringen, hilft das nicht nur dem Zuhörer, sondern auch ihm selbst. So erhält er viel einfacher und schneller seine gewünschte Reaktion vom Publikum – sei es Zustimmung oder nur die pure Aufmerksamkeit. Am Ende führt dies zu mehr Klarheit und Wohlbefinden auf beiden Seiten, was neben der persönlichen Bereicherung auch den Ablauf im täglichen Berufsleben erleichtert.

Dieses Handbuch ist eine wertvolle Anleitung für jeden Referenten, der sich verbessern möchte. Durch den starken Bezug zur Praxis, kombiniert mit hilfreichem Hintergrundwissen, ist es anders im Vergleich zu klassischen Fachbüchern. Ich bin mir sicher, dass jeder Leser nicht nur an sich selbst Verbesserungen spürt, sondern zukünftig auch mit einem ganz anderen Blick auf die Vorträge seiner Kollegen und Geschäftspartner schauen wird.

Viel Spaß beim Lesen!

Literatur

1. Stephen King (2011): Das Leben und das Schreiben, 4. Auflage. Heyne, S. 165.

Jörg Mäder

Interessenskonflikt Der/die Autor*in hat keine relevanten Interessenskonflikte im Zusammenhang mit dieser Publikation.

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung 1
1.1 Die Vortragsreise 2
1.2 Wie ist das Buch aufgebaut? 4
1.2.1 Botschaft und Inhalt (Kap. 2 bis 5) 4
1.2.2 Die Verpackung: Geschichten und Bilder (Kap. 6 bis 9) 4
1.2.3 Vortrag und Auftritt (Kap. 10 und 11) 5
1.2.4 Die Zukunft der Präsentation (Kap. 12) 5
1.3 Was müssen Sie tun? 5
1.4 Danke 6
Literatur 7

2 Der Weg zum guten Vortrag 9
2.1 Die „Große Idee“ 10
2.2 Die 3 W-Fragen 12
2.2.1 Warum 13
2.2.2 Was 14
2.2.3 Wer 15
2.2.4 Beispiel: Der Piraten-Workshop 16
2.3 Fakten versus Emotionen 17
2.4 Planung und Aufwand 19
2.4.1 Die sieben Planungsschritte 20
2.4.2 Anlass und Aufwand 20
2.4.3 Wie lange soll ein Vortrag dauern? 23
2.4.4 Das High-Concept 24
2.5 Wenn es mal nicht läuft 28
2.6 Zusammenfassung 31
2.7 Checkliste 31
Literatur 32

3 Lernen Sie Ihr Publikum kennen 35
3.1 Verstören Sie Ihr Publikum nicht 36
3.1.1 Wie funktioniert Kommunikation? 36
3.1.2 Sprache ist mehr als Worte 38
3.2 Die Macht der Zuhörer 40
3.3 Segmentieren Sie das Publikum 43
3.4 Aristoteles und Ihre Glaubwürdigkeit 47
3.5 Für Fortgeschrittene: Personas 48
3.6 Die Reise des Publikums 53
3.7 Besondere Teilnehmergruppen 55
3.7.1 Geschäftsführung und Vorstände 55
3.7.2 Die Zwangsbeglückten 56
3.8 Zusammenfassung 58
3.9 Checkliste 59
Literatur 60

4 Thema (nicht) verfehlt – Die richtigen Vortragsinhalte 61
4.1 Die Reise des Referenten 62
4.2 Die Kernaussage 63
4.2.1 Wie komme ich zur Kernaussage? 64
4.2.2 Die Satzschablone 66
4.2.3 Wie viele Kernaussagen verträgt mein Vortrag? 68
4.3 Der Vortragstitel 69
4.3.1 Der „Sag, worum es geht“-Test 69
4.3.2 Wie formuliere ich einen guten (Arbeits-)Titel? 71
4.3.3 Wie gut ist mein Vortragstitel? 72
4.4 Ideen, Recherche und Bewertung 74
4.4.1 Der mentale Zündfunke 75
4.4.2 Recherche und Sammeln 78
4.4.3 Gruppieren und Überschriften erzeugen 79
4.4.4 Prüfen und Bewerten 80
4.5 Der rote Faden und das Board 82
4.5.1 Was ist das Board? 82
4.5.2 Wenn’s mal schnell gehen muss: Die Pocket-Rhetorik 84
4.6 Zusammenfassung 87
4.7 Checkliste 87
Literatur 88

5 Die Vortragsstruktur 91
5.1 Struktur hilft beim Verstehen 92
5.1.1 Muster schaffen Erkenntnis 92
5.1.2 Grundmuster eines Vortrags 95
5.1.3 Die Sparkline 98

5.2 Was: Der Vortragsanfang 99
5.2.1 Die Sache mit der Aufmerksamkeit 99
5.2.2 Retten Sie die Katze: Der Save-the-Cat-Moment 100
5.2.3 Machen Sie neugierig: Wissenslücken und Leerstellen 102
5.2.4 Der Ruf zum Abenteuer: Der 1. Wendepunkt 104
5.3 Was soll's: Die Vortragsmitte 106
5.3.1 Die drei Verständnisprinzipien 107
5.3.2 Die Message-Map 109
5.3.3 Wie baue ich meine Argumentation auf? 111
5.3.4 Klar und deutlich: Die MECE-Regel 114
5.3.5 Der Kontrast oder Gegensatz 116
5.3.6 Ein besonderer Augenblick: Der S.T.A.R.-Moment 119
5.3.7 Die Aufforderung zum Handeln: Der 2. Wendepunkt 121
5.4 Was nun: Das Vortragsende 123
5.4.1 Die Belohnung und der Appell 124
5.4.2 Gute Enden, schlechte Enden 126
5.5 Zusammenfassung 128
5.6 Checkliste 129
Literatur 130

6 Geschichten und Geschäftsvorträge 133
6.1 Lagerfeuergeschichten: Was ist Storytelling? 134
6.2 Fakten mit einer Seele 136
6.3 Die Heldenreise 139
6.4 Die Hauptdarsteller 141
6.5 Fundorte für gute Geschichten 145
6.6 Werkzeuge für das Storytelling 149
6.6.1 Die Mini-Story 150
6.6.2 Die Leiter des Erzählers 150
6.6.3 Das PIXAR-Schema 153
6.6.4 Der Golden Circle: Warum tun wir, was wir tun? 156
6.6.5 Vorlagen für Vortragsplots 158
6.7 Trainingsplan für Business-Storyteller 162
6.8 Zusammenfassung 165
6.9 Checkliste 166
Literatur 167

7 Die Macht der Bilder 169
7.1 Die Regeln der Kreativität 170
7.1.1 Aufbrechen und Zusammensetzen 170
7.1.2 Die Geburt einer Idee 172
7.1.3 Werden Sie analog! 173

7.2 Visualisieren bedeutet Verstehen 175
7.3 Die Macht der Skizze 177
7.3.1 Ideen visualisieren 179
7.3.2 Kleine Skizzenschule: Wie zeichne ich…? 181
7.3.3 Ideen anpassen und verändern 189
7.4 Malen mit Worten 193
7.4.1 Sprachbilder 193
7.4.2 Wortwelten 194
7.4.3 Sprechen Sie alle Sinne an! 198
7.5 Inhalte zeigen: Gegenstände und Requisiten 200
7.5.1 Was sind Requisiten? 200
7.5.2 Kopf- und Bauchrequisiten 202
7.5.3 Wie setze ich Requisiten ein? 203
7.6 Das Storyboard 206
7.7 Zusammenfassung 212
7.8 Checkliste 213
Literatur 213

8 Die Geheimnisse guter Folien 217
8.1 Der übliche Weg zur Folienerstellung 218
Wir denken wie Frankenstein 218
8.1.2 Die Firmen-CI 220
8.2 Grundlagen für gute Gestaltung 221
8.2.1 Kontrast 221
8.2.2 Wiederholung und Geschlossenheit 222
8.2.3 Ausrichtung 223
8.2.4 Nähe 226
8.3 Farbe und Hintergrund 228
8.3.1 Die Wirkung von Farben 229
8.3.2 Das erstaunliche Farbrad 231
8.3.3 Farbbeziehungen 232
8.3.4 Hintergrund 235
8.3.5 Farbenblindheit 236
8.4 Schrift und Text 238
8.4.1 Kleine Schriftenlehre 238
8.4.2 Schrift anwenden 239
8.4.3 Das Setzen von Text 243
8.5 Bilder und Grafiken 252
8.5.1 Arten und Verwendung 253
8.5.2 Bildquellen 256

8.5.3 Urheberrecht für Dummies . . . 257
8.5.4 Do It Yourself: Bilder selbst erzeugen . . . 259
8.6 Der Folienaufbau . . . 266
8.6.1 Die Masterfolie . . . 266
8.6.2 Folienarten . . . 268
8.6.3 Animation von Folieninhalten . . . 272
8.6.4 Videos, Hyperlinks und Co . . . 273
8.7 Zusammenfassung . . . 275
8.8 Checkliste . . . 275
Literatur . . . 276

9 Gute Diagramme . . . 279
9.1 In drei Schritten zum guten Diagramm . . . 280
9.2 Was will ich sagen? . . . 282
9.3 Die richtige Darstellung: Nicht-Diagramme . . . 286
9.3.1 Textfolien . . . 286
9.3.2 Tabellen . . . 287
9.3.3 Heatmap . . . 290
9.4 Show me the numbers: Diagramme . . . 292
9.4.1 Kreis- oder Tortendiagramme . . . 294
9.4.2 Gestaltung von Balken- und Säulendiagrammen . . . 297
9.4.3 Säulendiagramme . . . 298
9.4.4 Gestapelte Säulendiagramme . . . 301
9.4.5 Histogramme . . . 302
9.4.6 Wasserfalldiagramme . . . 304
9.4.7 Balkendiagramme . . . 306
9.4.8 Gestapelte Balkendiagramme . . . 308
9.4.9 Liniendiagramme . . . 310
9.4.10 Flächendiagramme . . . 313
9.4.11 Punktediagramme . . . 316
9.4.12 Bilddiagramme . . . 317
9.5 Die häufigsten Fehler . . . 320
9.5.1 3D-Effekte . . . 321
9.5.2 Das Spiel mit den Achsen . . . 322
9.6 Stellen Sie den Kontext her . . . 324
9.6.1 Das richtige Diagramm . . . 325
9.6.2 Die richtige Geschichte . . . 327
9.7 Zusammenfassung . . . 331
9.8 Checkliste . . . 332
Literatur . . . 333

10 Die Geburt Ihres Vortrags 335
10.1 Alles zusammenbauen 336
10.1.1 Fünf goldene Regeln für Vorträge 337
10.1.2 Wie viele Folien? 339
10.1.3 Spicken erlaubt: Vortragsnotizen 342
10.1.4 Handout oder nicht Handout 345
10.2 Müssen es immer Folien sein? 349
10.2.1 Alternativen zu Folien 350
10.2.2 Wie wähle ich das passende Medium aus? 353
10.3 Die Vortrags-Inszenierung 356
10.4 Der Qualitäts-Check: Wie gut ist mein Vortrag? 357
10.4.1 Das Korrekturquartett 359
10.4.2 Logos, Ethos und Pathos 361
10.4.3 Der Probelauf 364
10.5 Zusammenfassung 366
10.6 Checkliste 367
Literatur 368

11 Der Tag der Wahrheit 369
11.1 Die Angst vor Präsentations-Torpedos 370
11.2 Vor dem Vortrag 372
11.2.1 Freunden Sie sich mit dem Vortragsraum an 373
11.2.2 Prüfen Sie die Technik 375
11.2.3 Begrüßen Sie Ihr Lampenfieber 377
11.2.4 Mischen Sie sich unter das Publikum 379
11.3 Während des Vortrags 380
11.3.1 Kleidung 381
11.3.2 Augen und Lächeln 382
11.3.3 Stimme und Sprache 383
11.3.4 Körpersprache 386
11.3.5 Verbindung mit dem Publikum 388
11.3.6 Umgang mit Störungen 389
11.4 Nach dem Vortrag 396
11.4.1 Rückmeldung des Publikums 396
11.4.2 Selbsteinschätzung 398
11.4.3 Besser werden 400
11.5 Zusammenfassung 403
11.6 Checkliste 403
Literatur 404

12 Ausblick: Die Zukunft des Präsentierens 407
12.1 Online-Präsentationen 408
12.1.1 Konzentrieren Sie sich auf das Wesentliche 410
12.1.2 Stellen Sie sich gut dar. 410
12.1.3 Setzen Sie mehr Folien ein 411
12.1.4 Erstellen Sie ein elegantes Design 412
12.1.5 Binden Sie die Zuhörer ein 413
12.2 Künstliche Intelligenz 415
12.2.1 Was kann eine KI? 415
12.2.2 Wie funktioniert KI? 416
12.2.3 Gutes Prompting in a nutshell 419
12.2.4 KI-Unterstützung beim Vorbereiten und Präsentieren 422
12.2.5 Die dunkle Seite der KI 432
12.3 Augmented und Virtual Reality 435
12.3.1 Was ist AR, VR und der ganze Rest? 435
12.3.2 Immersion trifft Information: Präsentieren mit AR und VR 437
12.3.3 Praxisbeispiel: Virtuell trifft Realität 440
12.4 Zusammenfassung 442
12.5 Die Zukunft des Präsentierens – mein persönlicher Blick. 443
Literatur 444

Stichwortverzeichnis 447