

Michael Moesslang

# So würde Hitchcock präsentieren

Überzeugen Sie mit dem Meister der Spannung

**REDLINE** | VERLAG

© des Titels »So würde Hitchcock präsentieren«  
(ISBN 978-3-86881-298-5)  
2011 by Redline Verlag, FinanzBuch Verlag GmbH, München  
Nähere Informationen unter: <http://www.redline-verlag.de>

# 1. Akt – Die Filmidee

## Kapitel 1

# Kassengift

## Bitte nie wieder B-Präsentationen!

**B-Movies sind zweitklassige Filme mit geringem Budget und niedrigem künstlerischen Anspruch. Das trifft auch auf viele Präsentationen zu. Es wird wenig Zeit und Gehirnschmalz investiert. Die Verluste sind immens. Dabei ist das dem Präsentator oft nicht einmal bewusst.**

Ein leicht abgedunkelter Raum. Die Luft ist schwül und stickig. Der Chef hat 17 Führungskräfte ins Besprechungszimmer gebeten. Sie sitzen alle um einen Tisch. Einige haben bereits ihre Jacketts ausgezogen und auf die Stuhllehnen gehängt. Leere Wasserflaschen und Kaffeetassen zeugen von langen, anstrengenden Diskussionen. Es sieht nach Arbeit aus. Doch einige kämpfen mit dem Schlaf. Erwin Kraushaar wäre eben beinahe mit dem Kopf auf die Tastatur seines Laptops geknallt. Der Chef präsentiert die Ziele fürs kommende Jahr. Mit monotoner Stimme im Halbdunkel. Er selbst schaut die meiste Zeit auf seine eigenen Folien. Seit 50 Minuten schon! Zu Beginn des Meetings, vor über drei Stunden, hat er schon einmal präsentiert. Die Zahlen des aktuellen Geschäftsjahrs. Noch länger: 63 Minuten! Er spricht so monoton. Es ist anstrengend, ihm zuzuhören. Es ist nicht leicht, aufmerksam zu bleiben. Er erwähnt, dass ihm klar sei, dass das alles langweilige Zahlen seien. Doch schließlich seien die ja wichtig.

Ist das sinnvoll? Die 18 bestbezahlten Menschen im Unternehmen multipliziert mit gut vier Stunden ihrer Arbeitszeit: Zumindest ist das eine ziemlich teure Angelegenheit. Dasselbe Ritual spielt sich jedes Jahr in voller Länge ab. Und in der Kurzversion – »nur« zweieinhalb Stunden – noch einmal in jedem Quartal. Er ist schließlich der Chef. Er bezahlt das alles. Und er möchte, dass das Unternehmen davon profitiert, wenn die Führungskräfte die Situation und die Ziele kennen.

Es ist leicht, Teilnehmer in Schlaf zu versetzen. Zugegeben, nicht alle Präsentationen sind so schlimm. Doch zumindest 84 Prozent der Präsentationen in Deutschland werden als langweilig oder gar einschläfernd bezeichnet, insgesamt sogar 97 Prozent als verbesserungswürdig. Ich bin der festen Überzeugung, dass dadurch ein immenser Schaden für Ihr Unternehmen entsteht. Die Fehler sind immer die gleichen: Wertvolle Arbeitszeit wird in zu lange Präsentationen und Meetings investiert. Es werden zu viele Teilnehmer eingeladen. Und das Schlimmste: Die angestrebten Ergebnisse werden nicht erreicht. So scheitern Projekte oder dauern zumindest länger als geplant. Es gehen Aufträge verloren und Produkte und Dienstleistungen werden nicht verkauft. Wichtige Informationen werden nicht verstanden, bleiben nicht hängen oder werden schlicht überhört. Die Folgeschäden sind oft noch größer. So bedeutet ein entgangener Auftrag oder ein verlorener Kunde zusätzlich: weniger Empfehlungen, vielleicht sogar schlechte Presse und negative Mund-zu-Mund-Propaganda. Am Ende muss gar Mitarbeitern gekündigt werden oder es ist womöglich langfristig der Erfolg des Unternehmens oder gar dessen Existenz gefährdet.



*Präsentationen stellen die Weichen für den Unternehmenserfolg.*

Manche Präsentationen sind einfach so wichtig, weil sie Weichen stellen. Sie stellen eine Entscheidung dar, die in der Folge Einfluss auf vieles andere hat – auch auf den Gesamterfolg eines Unternehmens. Trotzdem scheint es oft, als sei dies den Verantwortlichen nicht bewusst. Oder warum sonst werden Präsentationen von den Teilnehmern als so schlecht empfunden?

Präsentationen werden immer wichtiger und immer zahlreicher. Angeblich gibt es tagtäglich und weltweit weit über 30 Millionen Präsentationen, vielleicht sogar mehr. Stellen Sie sich vor, dass nur 80 Prozent davon so ablaufen wie die, in der Erwin Kraushaar beinahe auf seine Laptop-Tastatur geknallt wäre.

### **Wer gefällt, fällt auf**

Verantwortlich sind Zeitmangel, mangelnde Vorbereitung, fehlende Gedanken über Dramaturgie und Spannung, der Verzicht auf Proben und Üben sowie eine schlechte und langweilige Vortragsweise. Von überfüllten und womöglich vorgelesenen Folien ganz abgesehen. Teilweise fehlt das Wissen um wichtige Details, obwohl vermutlich ein Großteil der Präsentatoren schon einmal ein Präsentations- oder Rhetoriktraining mitgemacht hat. Nur ist es auch hier wie in vielen Bereichen der Weiterbildung: Ein Seminar allein reicht leider nicht aus, um in der Oberliga mitzuspielen. Stellen Sie sich vor, ein Bundesliga-Fußballer absolvierte einmal zu Beginn seiner Karriere ein Dreitage-Training, um damit für Jahrzehnte beim FC Bayern zu spielen. Welcher Manager oder Trainer würde diesen Spieler einkaufen und spielen lassen? Präsentieren ist eine Kunst, die Können erfordert, und dieses Können kann nur durch die Kenntnis der Wirkfaktoren, durch Erfahrung und regelmäßige Übung entstehen. Und zwar Übung, die nicht aufhört, auch wenn Sie schon

seit Jahren präsentieren. Die meisten Langweiler präsentieren schließlich auch schon seit Jahren.

Neben mangelndem Wissen und Können ist es vor allem die Einstellung, die ich bemängele. Immer wieder höre ich Begründungen – man könnte auch sagen Ausreden: »Ich habe gar nicht die Zeit für mehr Vorbereitung.« »Für eine Präsentation mehr als x Stunden zu investieren, das lohnt sich doch gar nicht.« »Ich habe schon so oft präsentiert, üben brauche ich nicht mehr.« »Unser Produkt ist so gut, da ist es doch egal, wie ich präsentiere.« »Bei uns machen das alle so.« »Meine Folien macht die Sekretärin, ich trage das nur vor.« »Na ja, spannend ist es nicht, mir zuzuhören. Aber ich bin wenigstens authentisch.« »Wenn die Maier präsentiert, dann schauen ihr eh alle nur auf die ... Augen, die macht das schon.« »Wir machen unsere Präsentationen sowieso immer mehr übers Web, da kommt es nicht so drauf an.« Na, ertappt? Wurden in Ihrem Unternehmen solche Sätze schon gesagt? All diese Sätze habe ich so oder ähnlich schon gehört. Auch den mit »der Maier« (den Namen habe ich natürlich geändert).

Das zeigt uns doch, dass viele den Wert ihrer Präsentation hoffnungslos unterschätzen. Sie unterschätzen, wie wichtig der Aufbau, die Gestaltung und der Vortrag einer Präsentation sind. Ein gefährlicher Irrtum!



*Der Erfolg einer Präsentation beginnt mit der richtigen Einstellung.*

Bevor Sie sich also an Ihre Präsentation machen, schaffen Sie sich die Zeit, die Sie benötigen, um eine wirklich inspirierende Präsentation zu kreieren. Schaffen Sie sich den freien Kopf, um

kreativ an Dramaturgie und Spannung herangehen zu können. Schaffen Sie Freiräume, in denen Sie die Präsentation üben und proben. Sie ersparen sich und Ihren Teilnehmern dadurch langweilige Präsentationen. Und Sie sorgen dafür, dass Ihre Präsentationen herausragend sind, sich also von den üblichen Standards abheben. Wer gut präsentieren und reden kann, fällt auf. Er wird nach vorn geschickt und mehr beachtet als andere. »Man sieht nur die im Lichte, die im Dunkeln sieht man nicht«, sagte Bertolt Brecht zu Recht. Was glauben Sie, wie wichtig eine gute Rhetorik und positive Erinnerungen an Ihre Präsentationen für Ihre Karriere sein werden? Wie viel ist Ihnen das wert?



*Man sieht nur die im Lichte, die im Dunkeln sieht man nicht. – BERTOLT BRECHT*

## **Das große Gähnen**

Langeweile ist schädlich, das wird niemand bezweifeln. Langeweile führt zu mangelnder Aufmerksamkeit und fehlender Konzentration. Inhalte werden nicht mehr wahrgenommen. Hinterher fehlen wichtige Informationen, obwohl sie vielleicht sogar mit einem Ohr gehört wurden. Diese Langeweile entsteht bei Präsentationen immer wieder aus denselben Gründen. Die Hauptursache ist das schlechte Auftreten des Redners. Wenn dieser monoton spricht, keine Mimik, kein Lächeln und keine Körpersprache zeigt, dann fällt es einfach schwer, ihm zuzuhören. Wenn dann noch die Folien überfüllt, die Inhalte schwer verständlich und die Sprache kompliziert ist, gibt das jeder Präsentation den Rest.

Es ist leicht nachzuvollziehen, warum das so ist. Wir leben in einer Entertainment-Welt. Einer Welt, in der wir fast rund um die Uhr freiwillig oder unfreiwillig mit Bildern und Tönen bombardiert werden. Der durchschnittliche Deutsche schaut jeden Tag rund vier Stunden (!) fern, ist rund 9000 Eindrücken durch Werbung ausgesetzt, hört Musik und Radio im Auto, im Fahrstuhl und im Supermarkt. Selbst manche U-Bahn-Stationen oder Marktplätze werden schon mit Musik beschallt. Der Durchschnittsdeutsche besucht Veranstaltungen jeglicher Art, geht ins Kino, spielt Computer-, Handy- oder Online-Spiele, telefoniert in jeder nur denkbaren Situation, surft stundenlang im Internet und vieles mehr. Sogar im Urlaub liegen viele noch mit iPod oder iPad am Strand oder suchen ihr Hotel nach Angeboten mit Animation und Club-Atmosphäre aus. Es vergeht kaum eine wache Minute, in der tatsächlich noch Ruhe herrscht. Manche suchen deshalb schon gezielt nach Stille in Seminaren, auf Berggipfeln oder in Klöstern. Doch die meisten beschleicht sofort ein bedrückendes Gefühl, wenn es einmal unerwartet ruhig ist.



*Wir leben in einer Welt andauernden  
Entertainments.*

Diese Entertainment-Welt wird auch immer schneller. Als in den Achtzigerjahren MTV an den Start ging, wurden die Schnitte in Kino-, Fernseh- und Werbefilmen deutlich schneller. Später kamen immer rasantere Techniken dazu: Zoom-Effekte, sich um die eigene Achse drehende Kameras, Schwindel erregende Kamerafahrten. Die Augen älterer Menschen mögen da kaum mehr mitkommen, den jungen dagegen kann es scheinbar gar nicht schnell genug gehen.

Im krassen Gegensatz dazu stehen die Präsentationen, die im selben Zeitraum ebenfalls immer häufiger geworden sind. Doch selten wurden sie den Trends und Gewohnheiten der neuen Zeit angepasst. Die Folge: Eine Präsentation, die eher ruhig und monoton ist, führt zu ungewohnt unterhaltungslosen Momenten. Der gestresste Wahrnehmungsapparat bekommt endlich die Ruhe, die er sonst nur in den wenigen Stunden Schlaf erhält. Die Gedanken nutzen die ersehnte Ruhe und schalten einen Gang zurück oder schweifen ab und widmen sich anderen Themen. Die Aufmerksamkeit ist dahin.

Das bedeutet nicht, dass Präsentationen die Geschwindigkeit von Video-Clips und Computerspielen oder die Spezial-Effekte moderner Kinofilme haben sollten. Eine Präsentation darf nicht zur reinen Show verkommen. Allein schon, weil etliche Menschen im kognitiven Bereich negativ darauf reagieren. Insbesondere Menschen, die sehr analytisch denken, lehnen »Show« als unangemessen ab. Interessant allerdings, dass sie gleichzeitig auf der unbewussten Ebene ebenso stark und positiv auf eine geeignete Show reagieren.

Fest steht: Die Show muss dem Inhalt dienen und darf nicht zum Selbstzweck werden: *l'art pour l'art*. Und unter Show versteht sicher keiner eine Revue, bei der der Präsentator in schillerndem Bühnen-Outfit ähnlich einem Thomas Gottschalk oder Florian Silbereisen mit Standing Ovationen empfangen werden will und das Deutsche Fernsehballt dazu im Hintergrund tanzt. Wenn ich von Show spreche, meine ich jeglichen Inszenierungsansatz, jegliches bewusst eingesetzte Spannungselement und jeglichen Ansatz von Dramaturgie.