

Präsenzphase

Marketing

Einheit 3

Produktpräsentation

3.3. Grundsätze des Präsentierens

Grundsätze des Präsentierens

1. Es gibt nicht DIE richtige Präsentation. Was richtig oder falsch ist, gut oder schlecht, hängt von zahlreichen Faktoren ab: situativen, personalen, leibhaften Faktoren.
2. Präsentiert wird nicht eine Präsentation, sondern Fakten / eine Idee / eine Lösung!
3. Keine „Folienschlachten“! Sie sollten für jede Folie begründen können, warum Sie sie zeigen!
4. Die Folien sind keine Stichwortzettel – die haben Sie in der Hand.
5. Die Präsentation ist eine Methode – IHRE Methode! SIE bestimmen die Methode, nicht die Methode sie!
6. Visualisierung dient der Veranschaulichung komplizierter Sachverhalte, der Hervorhebung der wichtigsten Aussagen oder der Belebung / Auflockerung des Vortrages.
7. „Wenn alles wichtig ist, ist nichts mehr wichtig!“ – Visualisieren Sie so viel wie nötig, aber darüber hinaus nur das, was wirklich Ihrem Vortrag dient, weil es z.B. das Interesse der Zuhörer auf das Thema lenkt oder eine gute Auflockerung ist.
8. Nicht nur Sprache ist durch gewisse Unschärfen geprägt, auch Bilder haben häufig „Konnotationen“ und werden durch die Brille individueller und sozialer Muster wahrgenommen. Überlegen Sie sich immer, ob Ihre Bilder möglicherweise ganz anders interpretiert werden könnten, als Sie es beabsichtigen!
9. Das Thema/der Inhalt/die Zeit...(situative Faktoren) gibt vor, welches Medium notwendig ist. Aber: es gilt auch die Erwartungen des Publikums zu berücksichtigen.
10. Medienvielfalt darf nicht zu Beliebigkeit führen: Es sollte ein Grundmedium geben. Dessen Verwendung sollte sich idealerweise vom Gegenstand her ableiten.
11. Welches Medium beherrschen Sie wirklich? Arbeiten Sie daran, wenigstens zwei Medien sicher einsetzen zu können!
12. „Das Medium ist die Botschaft.“ Die Verpackung der Ideen wirkt auf diese zurück. Die Form wirkt verändernd auf den Inhalt, indem sie verschiedene Wahrnehmungsbereiche anspricht.

Bilder prägen sich leichter und in der Regel stärker ein, sie wirken emotionaler (Farben, Assoziationen etc.) und komplexer, sind in Bezug auf Aufmerksamkeit und Wirkung jedoch weniger kontrollierbar als Sprache.

Einige Beispiele:

- In einem winzigen Raum zwei Zuhörern eine PowerPoint-Präsentation mit dem Beamer vorzuführen, ist einfach lächerlich. Selbst dann, wenn dies ansonsten die optimale Darstellungsform wäre. Aber in dieser Situation sollten Sie die Folien in guter Qualität ausdrucken und vor Ihre Zuhörer auf den Tisch legen.
- Besonders wichtige Anliegen sollten in Ruhe und unter Zuhilfenahme sämtlicher wichtiger Fakten, Gedanken und Argumente behandelt werden. Wenn nur wenig Zeit zur Verfügung steht, muss möglicherweise substantiell gekürzt werden. Das heißt, Sie können nicht alle Fakten, Gedanken und Argumente präsentieren, die Ihnen wichtig erscheinen, sondern müssen eine Auswahl vornehmen. Dies ist aber besser, als wenn Sie gar nicht gehört werden oder Ihre Präsentation in der Mitte abbrechen müssen und so gar nicht zu Ihren Schlussfolgerungen kommen.
- Für Ihre Zuhörer sind durch bestimmte politische, religiöse oder kulturelle Bindungen a priori bestimmte Abbildungen tabuisiert – denken Sie zum Beispiel an Karikaturen, Symbole oder die Darstellung von Geschlechtsteilen. Selbst wenn diese optimal in Ihre Präsentation passen würden, sollten Sie unbedingt darauf verzichten.
- Wer präsentiert, sollte normalerweise auf jeden Fall vor seinen Zuhörern stehen. Wenn Sie jedoch unter körperlichen Einschränkungen leiden, die längeres Stehen für Sie zur Qual macht, sollten Sie andere Arrangements finden, unter denen Sie ausreichend bequem und trotzdem kompetent und stilvoller wirkend vortragen können.
- Viele Präsentationen werden mit der Auswahl der Folien begonnen und dann wird der Inhalt an die Folien angepasst. Genau umgekehrt ist es richtig: Erst ist klar, was Sie sagen wollen, dann entscheiden Sie, wie und was visualisiert werden soll, und erst dann gestalten Sie Ihre Folien.
- Auch Farben können Symbolkraft haben – gerade in interkulturellen Kontexten kann es dabei zu Irritationen kommen, wenn sich die Farbsymbolik unterscheidet.

Aufgaben:

- 1. Überlegen Sie sich, mit welchen Visualisierungsmöglichkeiten Sie arbeiten könnten. Diskutieren Sie, unter welchen Bedingungen welches Medium besonders geeignet wäre und unter welchen nicht.**
- 2. Entwickeln Sie eine Tabelle, in der Sie die psychologischen Wirkungen und Symbolwerte für häufig benutzte Farben eintragen. Vergessen Sie auch Schwarz und Weiß sowie Gold, Silber und Bronze nicht.**
- 3. Diskutieren Sie Ihre Erfahrungen mit Präsentationen. Erinnern Sie sich an besonders gute oder besonders schlechte Beispiele?**