

Wie alle Trainer präsentieren? Ich bin doch nicht blöd! So überraschen Sie in Ihren Seminaren mit den Erfolgsmethoden der Werbung

von Gerriet Danz

Man sollte eigentlich meinen, dass gerade Trainer wahre Präsentationsfeuerwerke abfackeln müssten. Schließlich ist es ja ihre Aufgabe, anderen Menschen kreativ, informativ und unterhaltsam Wissen zu vermitteln. Doch die Realität sieht oft ganz anders aus: So mancher Trainer fährt bzw. beamt seine Präsentation buchstäblich gegen die Wand – und seine vermeintlichen Zuhörer mit einschläfernden Slideshows ins Land der Träume.

84 Prozent aller Präsentationen sind langweilig und einschläfernd – das hat das Wall Street Journal herausgefunden. Jetzt können Sie hochrechnen, wie viel Langeweile bei weltweit rund 30 Millionen Beamerpräsentationen täglich aufkommt. Machen Sie es anders und heben Sie sich mit Ihrer Präsentation von Ihren Mitbewerbern ab. Werben Sie für sich – mit Techniken aus Werbung und Marketing.

Gegen den Strich ist unterm Strich erfolgreicher

Ja, es stimmt! Was einen Werbespot zu einem überraschenden und funktionierenden Werbespot macht, lässt sich auch im Seminarraum erfolgreich nutzen: Mit ein bisschen Quermachen und Querdenken! Fünf von einem Dutzend Werbetechniken, die ich selbst als Vortragsredner anwende und regelmäßig auf ihre „Vortragstauglichkeit“ prüfe, möchte ich Ihnen gerne vorstellen (und mit Beispielen aus der Werbung unterfüttern).

Technik 1: Geschichten erzählen

Menschen lieben Geschichten. Nicht umsonst wird getratscht, werden Fakten künstlich aufgebaut. Je besonderer die Story, desto – im wörtlichen Sinne – „merkwürdiger“ ist sie.

Unzählige Werbestudien haben bewiesen, dass in Stories verpackte Inhalte viel besser verstanden, vom Hirn verarbeitet und dort verankert werden als die puren, nackten, rationalen Fakten. Die Werbung nutzt überraschende und ungewöhnliche Geschichten, um sich fast unmerklich in den Kopf der Konsumenten einzuschleichen. Und schon liegt die so unglaublich leckere Kondensmilch im Einkaufswagen, die in der Werbung von einem süßen braunen Bären auf einer saftigen Alm in eine schicke Milchkanne gegossen wurde. Oder erinnern Sie sich an die Werbung eines großen schwedischen Möbelhauses, bei der pünktlich zum so genannten Knut-Tag die Weihnachtsbäume aus den Fenstern geworfen werden, um Platz zu machen für neue Möbel? Storytelling ist eines der wichtigsten Instrumente, um die Aufmerksamkeit von Menschen zu erregen. In gleicher Weise können auch Präsentatoren Geschichten erzählen. Die stärkste Variante ist immer die Story, die man selbst erlebt hat. Wichtig dabei ist, dass Sie sie gut auf Ihr Thema beziehen können – aber vor allem: Finden Sie eine Geschichte, die Ihre Zuhörer bewegt, die anders ist!

Beispiel:

Steve Jobs, der Apple-Chef hat mal einen Vortrag vor Studenten an der Stanford Universität gehalten. Er erzählte drei Geschichten aus seinem Leben: Über seine Adoption, über den Rauswurf aus dem von ihm selbst gegründeten Unternehmen Apple und über seine Krebserkrankung. Diese Geschichten gaben jedem einzelnen Studenten die Gelegenheit, eine Erfolgsgeschichte mit Brüchen und Wendepunkten mitzuerleben, mizuleiden. Und sie gaben ihnen die Chance, eigene Schlüsse für ihr persönliches Leben daraus zu ziehen.

Technik 2: News nutzen

Die Werbung nutzt das Aha-Phänomen in unterschiedlichster Form. Werbung setzt auf Nachrichten, spielt mit ihnen, um deren Wirkung zu nutzen. So wurde von einem Schuhhaus für gebrauchte, ausgelatschte Herrenschuhe eine „Abwrackprämie“ gezahlt oder ein Autovermieter lud anlässlich der Bankenkrise zur „Talfahrt“ ein. News kreativ nutzen – das können Sie in Ihrer Präsentation auch. In der einfachsten Version geht das so: Sie haben Ihr Thema, finden einen Zeitungsartikel, der einen aktuellen Bezug zu Ihrem Thema hat, und nutzen diese Nachricht eins zu eins als Aufhänger für Ihren Vortrag.

Beispiel: Skurrile News

Nachrichten, die die Welt nicht braucht, lassen sich prima in Präsentationen nutzen. Wenn zum Beispiel eine Koreanerin über 100 Mal durch die Führerscheinprüfung rasselt, dann kann man das perfekt nutzen, um über unzählige vergebliche Bemühungen in einem Projekt zu sprechen. Oder dass man einem angreifenden Krokodil zur Abwehr kräftig auf die Nase boxen muss, ist auch eine lustige Nachricht, wenn es um den Überlebenskampf in Märkten geht.

Technik 3: Metaphern verwenden

Die Metapher – ein bildhafter Vergleich – ist seit Jahrtausenden eines der wirkungsvollsten Stilmittel in der Kommunikation. Und funktioniert genauso perfekt in der Werbung: Zum Beispiel, wenn ein Kinderdessert so wertvoll wie ein kleines Steak ist oder Waschmittel einen Pullover schäufchenweich machen. Es wird etwas Neues, Unbekanntes, Erklärungsbedürftiges mit Bekanntem, längst Gelerntem verglichen. Ergebnis: Selbst komplexe Inhalte werden leicht verstanden und verankert. Hier zwei Beispiele, wie Sie eine Metapher wirkungsvoll in Ihre Präsentation einbauen:

Beispiel:

Wenn Sie mit Ihren Seminarteilnehmern über das Thema Mitarbeiterförderung sprechen,

dann können Sie einen Fußballschuh mitnehmen oder einen Fußball ans Flipchart malen („Das ist wie ein Bundesligaverein, der regelmäßige Trainingseinheiten braucht, um Meister zu werden.“). Oder Sie nehmen einen Blumentopf mit oder malen einen ans Flipchart („Das ist wie ein Blumenbeet, das permanent gedüngt werden muss und schließlich in strahlenden Farben erblüht.“).

Technik 4: Objekte zeigen

Von einem Finanzdienstleister bekam ich kürzlich ein Direktmailing zugeschickt, das mich sehr überrascht hat. Keine Hochglanzbroschüre, mit der man sich gleich in die Austauschbarkeit von Fonds, Sparbriefen und Co. begeben hätte, sondern eine Parkscheibe mit der Bitte, mal darüber nachzudenken, ob ich mein Geld nicht bei Ihnen parken möchte. Das fand ich witzig und originell. Objekte funktionieren auch perfekt in Präsentationen – vor allem in dreidimensionaler Form.

Beispiel:

In meinen Vorträgen rede ich immer auch über das menschliche Gehirn. Noch spannender und greifbarer wird das Thema, wenn man das Bild eines Hirns zeigt (als Foto an die Wand projiziert) oder live ans Flipchart malt (wobei das bei mir häufig aussieht wie eine Bulette). Aber noch netter ist ein Gehirn in 3D – als Plastikmodell zum Beispiel (amüsanterweise heißt das Modell beim Anbieter „Anfänger-Hirn“). Dieses Hirn sorgt immer für große Erheiterung beim Publikum (und übrigens auch bei der Handgepäckkontrolle am Flughafen).

Technik 5: Demonstrationen durchführen

Vielleicht erinnern Sie sich an die Zahncremewerbung, in der ein Ei zur Hälfte mit der Creme behandelt und danach in Essig eingelegt wird. Auf der unbehandelten Fläche entstehen kleine Glasblasen, die andeuten, dass sich die Schale aufzulösen beginnt. Ein – zugegeben ziemlich drastischer – Vergleich mit dem Säureangriff im Mund auf die Zähne. Solche De-

monstrationen kommen auch in Präsentationen besonders gut an. Der Redner ist körperlich aktiv und das Publikum hat etwas zum Gucken.

Beispiel:

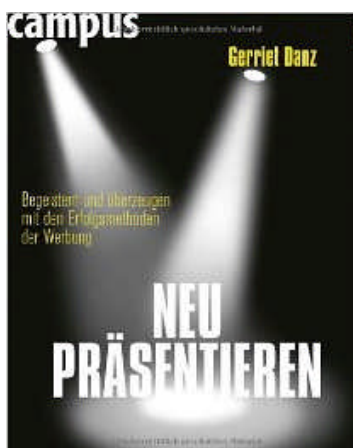
Einer meiner Kunden wollte demonstrieren, was passiert, wenn im Marketing zu viele Botschaften in einer Kampagne stecken. Nämlich, dass die meisten davon verloren gehen und maximal eine Botschaft verankert werden kann. Er nahm eine Handvoll Buntstifte und warf sie einem Herrn in der ersten Reihe (nach Vorwarnung) zu. Der konnte nur einen einzigen Buntstift fangen – eine symbolische Demonstration dafür, dass der Empfänger aus

einer Vielzahl von Botschaften nur eine einzige wirklich aufnehmen kann.

Das sind fünf von zahlreichen Techniken aus der Werbung, mit denen Sie Ihre Seminarteilnehmer überraschen, begeistern, bewegen, unterhalten, informieren können. „Quermachen! Querdenken! Querpräsentieren!“ lautet die Devise. Und die wird nicht nur Ihrem Publikum, sondern auch Ihnen zu verdammt viel Spaß verhelfen.

© Gerriet Danz

Buchtipp:



GERRIET DANZ
Neu präsentieren
 Begeistern und überzeugen
 mit den Erfolgsmethoden der Werbung

254 Seiten
 ISBN: 978-3593387840
 Campus Verlag, August 2010

Gerriet Danz bietet ein neuartiges Grundlagenwerk mit einem besonderen Ansatz für alle, die im Beruf eine überzeugende Präsentation halten wollen. Die Kreativik[®]-Methode nutzt Techniken aus der Werbung, mit denen man ungewöhnlich und neuartig präsentieren kann, so dass die Zuhörer die Botschaft nicht nur verstehen, sondern sich

auch garantiert merken. Dieses Buch ist die ultimative Handlungsanleitung für Präsentatoren, die ihren Vortrag zu einem prickelnden und inspirierenden Event machen wollen, der die Zuhörer von der ersten bis zur letzten Minute fesselt, sie nachhaltig überzeugt.

Gerriet Danz beschreibt wirksame Techniken und Werkzeuge aus Werbung und Marketing zum kreativen Präsentieren anhand zahlreicher Beispiele erfolgreicher Werbekampagnen. In diesem Buch steckt genau das drin, was drauf steht: „Neu präsentieren“ ist ein Kreativ-Feuerwerk mit 30 ungewöhnlichen, brandneuen Präsentationsmethoden und frechen Tricks und Tipps aus der Praxis, die zum Quermachen, Querdenken und Querpräsentieren anregen.

Autoreninfo:

© Christian Kowol

Gerriet Danz ist einer der anerkanntesten Kommunikationsexperten im deutschsprachigen Raum. Über hunderttausend Menschen haben sich bereits von ihm inspirieren lassen. Seine Seminare und Coachings sind so ungewöhnlich wie der Mix seiner Erfahrungen. Danz startet seine Karriere zunächst als Kreativdirektor der internationalen Werbeagentur BBDO. Karriere zwei führte zum Fernsehen: Er entwickelt innovative TV-Formate hinter der Kamera, bis es den Quermacher auch vor die Kamera zog. Er moderierte die VOX-Nachrichten, war zwei Jahre NDR Programm-Moderator und übernahm danach von Frank Elstner die Moderation des Gameshow-Klassikers JEOPARDY. Seit über 20 Jahren beschäftigt sich Gerriet Danz nun mit Werbung und Kommunikation. Mit seinen Erfahrungen unterstützt er heute Führungskräfte dabei, überzeugend, begeisternd und kreativ zu präsentieren und tritt als Keynote-Speaker bei Konferenzen und Kongressen auf.

www.praesentarium.com