



Spannungsbogen aufbauen: Petra Wüst zeigt, wie man Präsentationen erinnerungsreich aufbauen sollte

Auch Experten machen sich immer wieder fit für Prüfungen. Um up to date zu bleiben, besuchen Marketingfachleute-Prüfer des Fachs «Präsentations- und Kommunikationstechniken» jährlich vor den eidg. Prüfungen ein Training. Diesen Frühling trat die renommierte Fachfrau Dr. Petra Wüst auf, die punkto Self-Branding und überzeugender Kommunikation wertvolle Inputs gab. Und dabei auch diejenigen vermeintlich kleinen Aspekte nicht vergass, die oft untergehen bei Präsentationen.

Perfekt Präsentieren – mit Blick auf Details

Self-Branding für Schweizer? Sich selber von der besten Seite präsentieren? Sich für einmal, statt das Licht stets unter den sprichwörtlichen Scheffel zu stellen, selber ins warme Scheinwerferlicht rücken? Das ist etwas, was vielen Schweizern schwer fällt. Natürlich weiss Petra Wüst das. Und wohl genau deswegen rief «Dr. P!» - wie die Beraterin, Referentin und Buchautorin oft genannt wird - gleich dieses Thema als erste Gruppenarbeit aus. Über 60 Expertinnen und Experten des Marketingfachleuten-Fachs «Präsentations- und Kommunikationstechniken» waren zum jährlichen Training ins Oltener Hotel Arte gekommen. In erfrischender Art gab Wüst gleich zu Beginn zu verstehen, dass überzeugendes Präsentieren zum Kerngebiet eines jeden Marketers gehören muss: «Wenn man andere Leute überzeugen will, geht es immer auch darum, eine Idee oder ein Projekt zu verkaufen.» Und also, folgte die Leadership-Expertin, müsse diese Kunst auch im Bereich des Marketings beherrscht werden.

Damit wurden einmal mehr die Sinne der Marketingfachleute-Experten geschärft. Etwas, das sich positiv auf die Prüfungen auswirken wird. Dieser letzte Schliff der Prüfenden wird die Prüfungsarbeit mit den Kandidatinnen und Kandidaten optimal unterstützen. Der Auftritt von «Dr. P!» lässt sich in eine exzellente Reihe von Workshops einordnen, die Peter Gilli in den letzten Jahren zum Know-how-Ausbauer Experten organisieren konnte. Der verantwortliche Fachvorstand «Präsentations- und Kommunikationstechniken» hat schon Fachleute zu Themen wie «Stimme», «Schlagfertigkeit» oder «Körpersprache» auftreten lassen. Und zwar immer mit einem Ziel, sagt Gilli: «Im Sinne eines Prüfungstrainings mit erfrischendem und auffrischendem Charakter für die Experten, die damit noch fitter und bestens eingestimmt werden auf die Prüfungen.»

Sachebene und Beziehungsebene

Beim jüngsten Anlass dieser Reihe wurde bei der ersten Übung dann auch schnell klar, weshalb die Achtertische schon im Vorfeld dicht mit Post-It-Zetteln bestückt worden waren. Auf diesen neonfarbenen Mini-Unterlagen sollte ein jeder notieren, was er oder sie in der Kommunikation besonders gut macht. Wofür man regelmässig positive Rückmeldungen erhält. Und was einem in der Vergangenheit erfolgreich gemacht hat. So holte Wüst die Anwesenden, die sich gerne auf dieses Experiment einliessen, aus der Komfortzone heraus. Ganz gemäss einem Buch-Titel aus dem erfolgreichen Werk von Petra Wüst: «Schüchtern war gestern». Schnell kam an-

lässlich dieser Übung der Gedankenaustausch ins Fliesen, in One-to-One-Konversationen erzählte man sich gegenseitig von seinen persönlichen Highlights. Und damit waren schon die ersten Mini-Präsentationen innerhalb des Experten-Gremiums mit Erfolg lanciert worden. Was dabei auch klar wurde: eine gute und sichere Ausstrahlung ist bei Präsentationen die halbe Miete. Oder sogar mehr.

Petra Wüst machte aufs Deutlichste klar: Was man präsentiert, was man an Fakten und Sachverhalten darlegt, ist nur die eine Seite der Medaille. Möglicherweise ist es auch nur der halbe Teil der einen Medaille. Denn das weitaus wichtigere als die so genannte Sachebene, auf welcher Ziele, Strategien und Aufgaben eine Rolle spielen, ist die Beziehungsebene. Behandelt die Sachebene das «Was» einer Präsentation, so ist die Beziehungsebene mit dem «Wie» behaftet. In Gesprächen und in jeder Form von Kommunikation generell spielen Emotionen wie Sympathie, Begeisterung, persönliches Engagement und Stolz mit. Es geht um die ganze Art und Weise, wie ein Thema herübergebracht wird. Wüst verglich es mit dem berühmten Bild des Eisbergs: Die gut sichtbare Spitze gehört der Sachebene. Doch der weitaus grössere Teil, der sich darunter versteckt und nicht sichtbar ist, wird durch die Beziehungsebene ausgemacht. Natürlich ist es klar, dass Präsentationen punkto Sachebene perfekt vorbereitet werden müssen. Das Wissen, das vermittelt werden soll, muss sitzen, keine Frage. Aber erst wenn auch die Beziehungsebene stimmt und stimmig ist, kann eine Präsentation ihre volle Wirkung entfalten.

Absender steht in der Verantwortung

Zusammen mit der Eisberg-Symbolik gehört ein weiteres Meccano zum grundlegenden Verständnis einer überzeugenden Kommunikation: Die absolute Konzentration auf die Bedürfnisse der Zielgruppe. Mit einer guten Vorbereitung gelingt es, hier den richtigen Pfad einzuschlagen. Besteht das Publikum aus Spezialisten, die mit allen Abkürzungen und Fachwörtern vertraut sind? Oder sind es eher Laien, die man mit Branchenbegriffen, die nur Insidern vertraut sind, schnell einmal langweilt? Petra Wüst sagte es aus Sicht des Präsentations-Marketings so: «Es kommt nicht darauf an, was ich selber für relevant erachte. Sondern, wie mein Publikum oder meine Gesprächspartner dies beurteilen.»

Wer eine «Kommunikations-Kollision» vermeiden will, tut also vor jeder Präsentation gut daran, die Sach- und Beziehungsebene auch punkto der Lage seines Publikums zu prüfen. Welcher Nutzen soll konkret vermittelt werden? Wie und wo kann man seine Zuhörer abholen, auf welche Art Unterstützung bieten? Wer zu all diesen Überlegungen auch seiner Körpersprache ein gesundes Mass an Aufmerksamkeit schenkt, wird noch überzeugender präsentieren können. Auch dies ein Thema, das im Tingley-Saal des Arte in Olten nicht bloss Theorie blieb: Wüst rief alle Anwesenden auf, sich in verschiedensten Haltungen darzustellen und dabei gleich auch auf den Effekt zu achten, den man mit Armen und Beinen, Schulterhaltung und Fussstellung unweigerlich auslösen wird. Wüsts Konklusion: «Wenn wir eine selbstbewusste Körperhaltung einnehmen, fühlen wir uns auch selbstbewusst.» Was die Chance jeder Präsentation erhöht, eine erfolgreiche Präsentation zu werden.

Vermeintlich kleine Dinge, unerwartet grosse Wirkung

Natürlich, auch das machte Petra Wüst klar, besteht ein grosser Teil des Kommunikations-Erfolges zusätzlich darin, für sich selber ein gutes Umfeld zu gestalten. Kommt es dann aber erst einmal zum Auftritt, ist jede und jeder gut beraten, auch den vermeintlich kleinen Dingen Aufmerksamkeit zu

schenken. Details, die mitentscheiden darüber, ob die Performance gelingt. Oder ob auf der emotionalen Ebene Kratzspuren bleiben. Wüst sprach die in der Schweiz so verbreiteten verbalen «Weichmacher» an. Wer einmal genauer hinhört, wird schnell registrieren, wie oft wir Helvetier unsere Sätze mit dem Wort «Eigentlich» beginnen. Ein Wörtchen, das gleich wie eine Bremsspur wirkt für all das, was noch folgt. Wir neigen dazu, vieles schon im gleichen Satz wieder zu relativieren, streuen hier ein «Oder» ein, legen dort eine unverfängliche Spur, indem wir einen Konjunktiv benutzen. «Dr. P!» verstand es, auf erfrischende Weise solche Marotten zu kennzeichnen. Wetten, dass damit die Ohren der Experten nun weit geöffnet sind für solche verbalen Disclaimers?

Spannend auch ein Wüstscher Hinweis aus der Tierwelt. So wie sich in der Biologie gewisse Tiere per Mimikry (Tarnung durch Nachahmung) ähnlich machen zu Tieren einer anderen Art, kann man sich auch in der menschlichen Kommunikation Vorteile erarbeiten. Zum Beispiel, wenn man eine ähnliche Sitz-Haltung annimmt wie sein Gegenüber. Angenommen, man spricht mit einer Person, die sehr lange überlegt und nur leise antwortet, kann es eine gute Idee sein, dies nicht mit übertriebener Lautstärke und verbalen Schnellschüssen zu kontern. Sondern auf eine ähnliche Art zu kommunizieren, wie das der Gesprächspartner macht. Indem man sich anpasst, wird eine gemeinsame Basis geschaffen.

Was «Dr. P!» schaffte: Die Experten optimal auf die Prüfungen einzustimmen, sie auf Flughöhe zu bringen für die anstehende Prüfung, die wieder von über 700 Marketingfachleuten-Kandidaten abgelegt wird. Als Zugabe erhielt man von Wüst dann noch die goldene Regel punkto Selbstmarketing: «Sich selber nie schlecht machen.» Doch dazu bestand am Expertenseminar 2014 nie auch nur der Hauch einer Chance. Man hielt sich lieber an eine Devise, die zwar nicht von «Dr. P!» stammt, aber sich auch durch ihre Präsentation wie ein roter Faden zieht. Ein Satz, der sich auch beim abschliessenden Networking-Anlass wieder aufs Beste bewährte: «Tue Gutes und sprich darüber.»



Training mit Mitwirkung: Über 60 Expertinnen und Experten an der Arbeit



Haltung, bitteschön! Auch Arme, Beine, Schulter- und Beinhaltung vermitteln Eindrücke bei der Präsentation.



Und was ist Dir besonders gut gelungen? Expertinnen und Experten während der Teamarbeit.

«DER GESAMTEINDRUCK IST ENTSCHEIDEND»

Peter Gilli über den Sinn der Expertenseminare, Authentizität in der Präsentation und die Wichtigkeit des persönlichen Engagements.

Welches ist in Ihren Augen der hauptsächlichste Nutzen der Expertenseminare?

Das Wissen, Können und die Erfahrung besitzen die Experten bereits. Mit den Seminaren gelingt es, unsere Profis auf die Prüfungsthemen einzustimmen, über Bekanntes nachzudenken und dabei neue Impulse zu erhalten. Ich sehe das Expertenseminar als wichtiges Element der Qualitätssicherung und erfrischenden Workshop, der bestehendes Wissen auffrischt und relevante Insights vermittelt.

Was ist beim Fach «Präsentations- und Kommunikationstechniken» besonders wichtig?

Es geht nicht darum, einen Vortrag oder eine Vorlesung zu halten. Eine gute Präsentation besteht vielmehr darin, dass Kandidaten ihr Anliegen, ihr Projekt oder ihre Idee überzeugend vertreten können. Das ist eine Aufgabe mit sehr hohem Praxis-Bezug. In genau solchen Situationen müssen sich Marketers immer wieder beweisen, etwa, wenn sie die Geschäftsleitung von einem Budgetantrag überzeugen wollen.

Welche Rolle spielt dabei die Präsentationstechnik?

Der Einsatz der richtigen Präsentationstechnik ist für die erfolgreiche Wirkung einer Präsentation entscheidend. Die Kandidaten entscheiden deshalb selbst, wie sie die Präsentation aufbauen, darstellen und durchführen und welche Hilfsmittel sie dazu einsetzen. Der so entstandene Gesamteindruck entscheidet. Ist das Feuer für das Anliegen spürbar? Kommt das Engagement für das Projekt packend herüber? Wirkt die Performance authentisch? Die Antworten auf solche Fragen bestimmen, ob die Präsentation überzeugt hat. Und es wird klar, was ein Kandidat wirklich kann.

Neben der Präsentation müssen die Kandidaten auch spontan ein zweiminütiges Kurzreferat halten. Was ist der Sinn dahinter?

Ebenfalls wieder der Praxis-Bezug. Marketers werden es – beispielsweise an Messen – immer wieder erleben, dass sie unerwartet für das Darstellen eines Sachverhaltes oder einer spontanen Stellungnahme

angeboten werden. In dieser Situation muss man fähig sein, «on the spot» etwas zu entwickeln, was die Gesprächspartner auf Anhieb überzeugt. So zeigt sich, ob man wirklich gewinnend überzeugen kann. Das prüfen wir mit dem Zweiminuten-Kurzreferat.

Wie schaffen Sie es, immer wieder so kompetente wie überraschende Speakers für die Experten-Seminare zu finden?

Einfacher wird es sicher nicht. Aber es gelingt in der Regel, weil ich mit «ausgefahrenen Antennen» durchs Leben gehe, mir spannende Leute sofort notiere und deren Namen in meinen Referenten-Pool einlaufen lasse. Dieser wird zusätzlich durch Inputs aus dem Experten-Team ergänzt.

The Man in charge: Peter Gilli, verantwortlicher Fachvorstand «Präsentations- und Kommunikationstechniken»



Der Organisator und die Fachreferentin: Peter Gilli und Petra Wüst entspannt nach dem Anlass.

