

Vorträge mit Thrill

PRÄSENTIEREN WIE HITCHCOCK



Foto: iStockphoto

Die Vögel, der Duschvorhang, das Flugzeug – wer kennt sie nicht, die Bilder aus den Filmen von Alfred Hitchcock? Hitchcocks Filme sind unvergesslich. Sie halten in Bann. Genau das, was sich Präsentierende für ihre Vorträge wünschen – und meist nicht erreichen. Dabei können sie sich vom Meister der Spannung vieles abschauen, meint Michael Moesslang. Der Präsentationsprofi verrät, welche Stilmittel von Alfred Hitchcock auf Business-Vorträge übertragbar sind.

Preview: ► Wow statt Show: Warum Hitchcock das beste Vorbild für Präsentierende ist ► Vorführung in drei Akten: Wie der Vortragsraum zum Kinosaal wird ► Plot Points: Warum Wendepunkte der Kick in der Präsentation sind ► Spannung mit doppeltem Boden: Neugier erzeugen auf zwei Ebenen ► Nervenkitzel durch Suspense: Über Wirkung und Verwendung der wichtigsten Hitchcock-Zutat ► Entschleunigung durch Tension: Wie Zuhörer in Atem gehalten werden ► Surprise und Mystery: Warum Vorträge immer gut für eine Überraschung sein sollten – und für ein Geheimnis ► Kein Geheimnis: Überzeugen heißt Emotionen wecken

■ Marion Crane zieht ihren Bademantel aus und steigt unter die Dusche. Sie zieht den Vorhang zu, dreht das Wasser auf. Sie wäscht sich, als wolle sie ihre Probleme wegspülen. Sie hat einen Fehler gemacht: Sie hat ihrem Chef Geld gestohlen, um ihren Liebhaber von dessen Frau freizukaufen. Marion bereut es. Sie überlegt, wie sie das Geld noch zurückgeben kann. Nach der langen Fahrt von New York bis zu diesem Motel genießt sie sichtlich das wohltuende Wasser, das über ihr Gesicht läuft. Unbemerkt geht die

Tür auf. Die Umrisse einer alten Frau nähern sich dem Duschvorhang. Die Alte reißt den Vorhang zur Seite. Sie hat ein großes Messer. Marion erschrickt. Staccatoartig setzt schrille Musik ein. Marion schreit. Schriill! Die Frau sticht zu. Marion versucht sich zu wehren. Vergeblich! Fünf Mal, sechs Mal, acht Mal. Blut. In der Badewanne läuft Blut zum Abfluss.

Dies ist wohl eine der berühmtesten Szenen Hollywoods. Wohl eine der berühmtesten Szenen aller Horrorfilme. Und eine der berühmtesten Szenen Sir Alfred Hitchcocks. Fast jeder über 25 kennt die Filme des Großmeisters der Spannung. „Psycho“ ist einer von neun Filmen, die heute noch – 50, 60 Jahre nach ihrer Premiere – unter den 250 besten Filmen aller Zeiten der International Movie Database Plätze einnehmen. Die Musik, das Staccato der schrillen Töne, der Schatten der alten Frau mit dem Messer – all das hat sich tief in unser Gedächtnis gebrannt. Gute Filme sind unvergesslich. Bei guten Filmen können wir stundenlang aufmerksam bleiben. Wir beteiligen uns emotional und fiebern mit.

Ganz anders ist es mit Präsentationen. Oft sind sie von den ersten Sekunden an langweilig. Wir finden es mühsam, ihnen zu folgen. Und das, obwohl der Inhalt einer Präsentation wichtig für die eigene Arbeit ist – während ein Film ruhig vergessen werden darf. Das muss nicht sein. Denn auch Präsentationen können zu unvergesslichen Erlebnissen werden. Der Präsentierende muss sie nur spannend gestalten – spannend wie einen Hitchcock-Film. Von Sir Alfred Hitchcock, dem Altmeister des Thrills, können Präsentierende sich einiges abschauen.

Wow statt Show: Emotionen wecken mit einfachen Mitteln

Hitchcock ist gerade deshalb ein hervorragendes Vorbild für Präsentierende, weil er mit unspektakulären Mitteln und einer verblüffend klaren Einfachheit arbeitete. Special Effects und Mega-Stunts heutiger Großproduktionen gab es für ihn nicht. Und auch Präsentationen sollten auf sie verzichten. Denn es geht nicht darum, mit Dampf und Blitzen, 3-D oder blaugesichtigen Protago-



Den Beitrag gibt es auch zum Hören. Er kann unter www.managerSeminare.de/podcast als Audiodatei heruntergeladen werden.

nisten dem Publikum eine Show zu liefern. Es geht darum, das Publikum aufmerksam zu halten, es emotional zu beteiligen und zu überzeugen. Aus zahlreichen Untersuchungen wissen wir längst: Entscheidungen werden emotional gefällt, nicht rational. Also brauchen Sie als Präsentierender das richtige Maß an Emotionen, um Ihr Publikum zu gewinnen.

Ein wichtiger Hebel hierfür liegt im Aufbau Ihrer Präsentation. Sie müssen den roten Faden komplett anders legen als gewohnt.

Was zugegeben schwierig ist, denn wir sind geprägt durch Schule und Studium, wo bestimmte Arbeitsweisen üblich sind: Einleitung, Hauptteil, Schluss. Oder: Analyse, Strategie, Umsetzung. Das sind die erlernten Gliederungen, die daher vielen Präsentationen zugrunde liegen. Ein solcher Aufbau ist nicht falsch. Nur erzeugt er keine Spannung.

Dramaturgie ist die Kunst, einen Spannungsbogen aufzubauen. Und ein Spannungsbogen arbeitet damit, dass das Publi-

kum neugierig und ungeduldig ist. Das Publikum schwebt in Unsicherheit und will wissen, wie es weitergeht. Wer „Psycho“, „Das Fenster zum Hof“ oder „Der unsichtbare Dritte“ schaut, denkt ständig mit. Er will wissen, ob sich seine Vermutungen, die er im Laufe des Films immer wieder hat, bewahrheiten oder ob es doch eine andere Lösung geben wird. Er will sehen, wie der Held es schafft und der Gegner verliert. Es entstehen Hoffnung, Neugierde und Antizipation. Und so entsteht Spannung.

Plot-Point-Dramaturgie: So wird der Vortragssaal zum Kino

Wenn ein Präsentator nur einen mehr oder weniger strukturierten Inhalt abliefern, reicht das nicht aus, um das Publikum zu überzeugen. Wenn er nur ein Stichwort nach dem anderen abhandelt – wie soll dann Spannung entstehen? Und wenn er selbst nicht einmal den Inhalt der nächsten Folien auswendig weiß, wie soll er dann auf einen Höhepunkt hinarbeiten? Wenn die Vorbereitung der Präsentation nur aus dem Zusammenstellen alter Folien und dem Ergänzen neuer Folien, meist Textfolien, besteht – ja, dann wird der Besprechungsraum zum Schlafsaal. Zum Kino wird er mit der Plot-Point-Dramaturgie.

Hitchcock nutzte diese Technik sowohl für den Spannungsbogen der Gesamthandlung als auch für einzelne Szenen. Die Plot-Point-Methode besteht aus drei Akten und zwei Wendepunkten (den Plot-Points):

Erster Akt – Setting: Im ersten Akt, dem Setting, werden Figuren, Orte und Zusammenhänge eingeführt. In Ihrer Präsentation schildern Sie die Ausgangslage und bringen alle Zuhörer auf den notwendigen Stand, die nachfolgenden Inhalte zu verstehen. Der Unterschied zwischen Film und Präsentation: Ein Film kann langsam und einfühlsam beginnen, das Publikum kommt erst zur Ruhe. In einer Präsentation dagegen entscheidet sich das Publikum in den ersten Sekunden, ob es die Präsentation als spannend empfindet – und schaltet gleich ab, wenn es Langeweile befürchtet. Sie sollten also mit einem aufmerksamkeitsstarken Eisbrecher beginnen.

Plot Point: Eine Wendung lässt nun einen Konflikt entstehen. Für die Businesspräsentation heißt das: Der Konflikt kann z. B. durch einen Dritten (Wettbewerber) oder durch sich ändernde Umstände (Markt), auftauchen. Benennen Sie diese geänderte Situation jetzt kurz.

Zweiter Akt – Konfrontation: Im zweiten Akt arbeiten Sie heraus, welche Schwierigkeiten die geänderte Situation für Ihr Unter-

7 Fragen für die filmreife Präsentation

Das Wichtigste für eine spannende Präsentation ist eine spannende Dramaturgie. Sieben Fragen helfen, die richtigen Inhalte zu finden und sie in eine gelungene Reihenfolge zu setzen:

1. Was soll jeder einzelne Teilnehmer nach der Präsentation tun?

Überlegen Sie, was die einzelnen Personen im Publikum nach Ihrer Präsentation tun sollen. Welche Entscheidungen sollen getroffen werden und von wem? Ein Techniker wird andere Kompetenzen und Aufgaben haben als ein Geschäftsführer, Controller oder Sachbearbeiter im Publikum. Notieren Sie sich das schriftlich, damit Sie es stets überprüfen können.

2. Was ist das Highlight, auf das Sie den Bogen Ihres Vortrags hin spannen?

Haben Sie ein noch unbekanntes Highlight, auf das Sie hinarbeiten können? Oder müssen Sie auf eines zurückgreifen, das zwar einige schon kennen, auf das Sie aber trotzdem zielen? Zuerst den Höhepunkt als wichtigstes Element Ihrer Dramaturgie festzulegen, gibt Ihnen Klarheit über die Ausrichtung.

3. Was ist der Konflikt?

In welcher schwierigen Lage stecken Ihre Teilnehmer, was ist ihr Konflikt oder Problem? Was ist also überhaupt der Grund für Ihren Vortrag? Welches Problem wollen Sie lösen? Arbeiten Sie es so heraus, dass der Zuhörer unbedingt Ihre Lösung will. Beispiel: Niemand kauft eine Versicherung, wenn er nicht Angst vor Schaden hat. Der Konflikt entsteht durch potenziellen Schaden.

4. Wer ist der Held, wer der Gegner?

Definieren Sie den Helden und seinen Gegner. Der Held kann das Produkt, der Zuhörer oder ein Dritter sein. Auch Sie selbst können der Held sein, was jedoch immer eine Gratwanderung zum Prahlen ist. Der Held ist derjenige, der schließlich den Höhepunkt herbeiführt. Dazu braucht er einen Impulsgeber. Ist beispielsweise Ihr Kunde der Held, können Sie der Impulsgeber sein. Gegner kann es mehrere geben, auch in Gestalt von etwas Abstraktem wie „der Käufer“, „der Markt“, „der Gesetzgeber“.

5. Mit welchem Impuls von außen schafft der Held die Wende?

Wenn der Kunde der Held ist, ist es Ihre Beratungsleistung, den richtigen Impuls zu geben. Ist das Produkt der Held, kann der Impuls von außen eine neue Technologie oder Ihr Entwicklungsteam sein. Sind Sie der Held, brauchen Sie ebenfalls einen Impulsgeber, beispielsweise einen bestimmten Kollegen, Ihr Kind, das eine typische Kinderfrage gestellt hat, oder einen Zeitungsartikel, der Sie auf die Idee gebracht hat.

6. Mit welchen formalen Elementen unterstützen Sie Ihre Dramaturgie?

Ist Ihre Dramaturgie stimmig, werden Folien immer unwichtiger. Trotzdem können Sie sie unterstützend einsetzen, beispielsweise mit passenden Bildern. Besonders wichtig ist Ihre Stimme, Sprechweise und Körpersprache, die Sie trainieren sollten. Auch der Mut, Ungewöhnliches einzusetzen, ist wichtig. Verlässt er Sie und wird von Lampenfieber besiegt, kann Ihre Dramaturgie leiden.

7. Haben Sie Ihre Ziele überprüft?

Steht Ihre Präsentation, prüfen Sie noch einmal: Sind Ihre unter 1. notierten Ziele damit auch wirklich zu erreichen? Die Präsentation darf nicht zur Show verkommen. All der Aufwand lohnt nur, wenn Sie durch ihn leichter, sicherer und nachhaltiger überzeugen.



Michael Moesslang, Inhaber des PreSensation Institute in München, ist Vortragsredner, Trainer, Coach und Berater zu Präsentation und Rhetorik sowie Authentizität und persönlicher Wirkung. Er ist Mitglied der German Speakers Association und gehört zu den Top 100 Excellence Trainern der Referentenagentur Speakers Excellence. Sein Wissen gibt der frühere Inhaber einer Werbeagentur auch als Dozent an der Bayerischen Akademie für Werbung und Marketing weiter. Kürzlich erschien sein Buch „So würde Hitchcock präsentieren“ (vgl. Servicekasten, S. 40), das sofort ein Bestseller wurde. Kontakt: www.michael-moesslang.de

nehmen mit sich gebracht hat, wie also der Konflikt im Einzelnen aussah. Im Film ist eine Liebesgeschichte ohne Nebenbuhler, ohne Vater, der nicht einverstanden ist, ohne räumliche Trennung oder ähnliche Probleme ebenso wenig interessant, wie ein Mord, bei dem der Mörder ertappt und sofort verhaftet wird. Genauso ist Ihre Präsentation nicht spannend, wenn Sie gleich sagen: „Hier haben wir ein innovatives Produkt, schauen Sie, was das alles kann ...“.

Malen Sie den Konflikt daher aus: Zeigen Sie, welches Problem Ihre Kunden haben, und warum sie eine Lösung brauchen. Verdeutlichen Sie, was passieren könnte, wenn das Problem ungelöst bliebe. Auch wenn sich die Konsequenzen jeder selber denken kann – leuchten Sie sie im Vortrag aus!

Plot Point: Die zweite Wende entsteht im Film meist durch einen Impuls von außen. Das ist für die Logik nötig, denn sonst fragt sich der Zuschauer, warum der Held nicht gleich die Lösung gefunden hat. Für Sie als Präsentator kann der Impuls von außen eine neue Technologie sein, das Ergebnis eines genialen Entwicklers in Ihrem Team oder ein neuer Trend auf dem Markt.

Dritter Akt – Abschluss: Nun ist für den Held der Weg frei, und er erreicht die Lösung – im Film meist noch durch eine letzte große Anstrengung (Showdown) dramatisch in Szene gesetzt. Normalerweise steht der Höhepunkt ganz am Ende des Films, danach kommt höchstens noch der erlösende Kuss. In Ihrer Präsentation wird es nach dem Höhepunkt noch Dinge zu klären geben – wer macht was, Preise, Lieferbedingungen, nächste Schritte –, sodass der Höhepunkt einige Minuten früher angesetzt wird.

Im Film wie im Vortrag: Spannung entsteht auf zwei Ebenen

All das zeigt: Die Dramaturgie und Aktfolge betrifft die inhaltliche Ebene Ihres Vortrags. Auf der inhaltlichen Ebene überlegen Sie:

- ▶ Was passiert in welcher Reihenfolge?

- ▶ Welche Ziele verfolgen Sie? Welche Lösungen suchen die Teilnehmer?
- ▶ Welche Ursachen haben welche Wirkung?
- ▶ Was soll am Schluss geschehen?

Jede Handlung und jeder Vortrag hat daneben eine formale Ebene. Auf der formalen Ebene geht es darum, wie Sie Ihre Präsentation in Szene setzen. Hier ist zu überlegen:

- ▶ Wie ist die Information wahrnehmbar?
- ▶ Welche sprachlichen, welche visuellen Mittel nutzen Sie?
- ▶ Wie erzeugen Sie welche Emotionen?
- ▶ Wie viel Zeit und Raum geben Sie den einzelnen Passagen?

Mit der inhaltlichen Ebene beschäftigen sich die meisten Präsentatoren, von der formalen wird oft zu wenig Potenzial genutzt. Doch ist die formale Ebene mindestens genauso wie die inhaltliche Ebene geeignet, das Wichtigste zu erreichen: Hier werden mit geschickten Kniffen Emotionen erzeugt. Die Stilmittel Alfred Hitchcocks zielen dabei auf hauptsächlich vier Dinge ab, die auf unterschiedliche Weise die Emotionen rühren. Es sind: Suspense, Tension, Surprise und Mystery. Wobei diese vier Zutaten eines jeden Hitchcock-Films sowohl auf formaler als auch auf inhaltlicher Ebene herbeigeführt werden.

Suspense: Mit Ungewissheit die Nerven kitzeln

Suspense bezeichnet einen Nervenkitzel, erzeugt durch das Schweben im Ungewissen. Suspense setzt voraus, dass das Publikum zumindest teilweise informiert ist, sodass es den Weitergang der Handlung ahnen, aber eben nicht wissen kann. Die Schweben: Es könnte etwas Schlimmes passieren – aber auch kurz vorher die Rettung kommen. Der Zuschauer steckt in einem Zustand aus Erwartung und Zweifel.

Im Film „Die Vögel“ setzt sich Melanie Daniels vor die Schule in Bodega Bay, um zu



Präsentationen mit Begeisterungsgarantie

Verpassen Sie Ihren Vorträgen mehr Dynamik und Wirkung mit effektiven Methoden aus dem Astronautentraining:

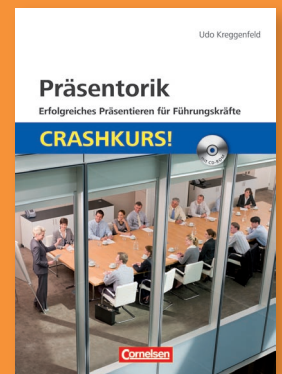
- Erstellung eines Storyboards
- Aufrüttelnder Beginn
- Roter Faden mit Spannung
- Klares Folienlayout
- Lebendiger Auftritt

Maßgeschneiderte Einzel- und Gruppentrainings nach sorgfältiger Ermittlung des konkreten Bedarfs

Transferüberprüfung und Evaluierung des Trainingserfolgs

Burkhard Bratke
Tel.: 0 76 41 - 933 03 09
www.training-mit-struktur.de

Für mehr Thrill in Ihrem Vortrag:



ISBN 978-3-589-24016-6

Besser als Präsentieren, mehr als Rhetorik: Präsentorik!

Buch, Beratung und Seminare zum Thema unter www.kreggenfeld.de
info@kreggenfeld.de

Dr. Udo Kreggenfeld
Direkt im Dialog
Kommunikationsberatung

warten, bis der Unterricht zu Ende ist. Sie zündet sich eine Zigarette an. Sie ist noch sichtlich nervös. Am Abend zuvor überfielen sie unzählige Vögel in ihrem Wohnzimmer. Aggressive Singvögel, die durch den Kamin kamen. Nun will Melanie die Lehrerin warnen. Was sie nicht sieht: Hinter ihr ist ein Klettergerüst. Dort landet eine Krähe. Dann

noch eine. Es werden immer mehr. Bis schließlich das ganze Gerüst voll ist. Was passiert mit den Vögeln? Werden sie Melanie angreifen? Wann wird Melanie sie entdecken? Der Zuschauer schwebt im Ungewissen. Das ist Suspense. Hitchcock meinte dazu: Wenn der Zuschauer am liebsten eine Warnung zurufen würde, ist Suspense gelungen.

Hitchcock im Film „Die Vögel“ und in einer Präsentation

Hitchcocks drei wichtigste Techniken für Spannung sind Suspense (Nervenzitkel durch Schweben im Ungewissen), Tension (kurze Anspannung) und Surprise (Überraschung). Wie funktionieren diese Stilmittel im Film? Und wie in einer Präsentation? Michael Moesslang verdeutlicht das an Filmszenen aus „Die Vögel“ in Gegenüberstellung zu einer Smartphone-Präsentation. Stellen Sie sich vor ...

Stilmittel	Die Vögel	Präsentation Smartphone
<i>Suspense</i>	Melanie Daniels setzt sich auf eine Bank vor der Schule in Bodega Bay. Hinter ihr steht ein Klettergerüst, auf dem sich immer mehr Krähen sammeln. Sie selbst bemerkt dies 90 Sekunden lang nicht (= Suspense). Erst als sie eine Krähe am Himmel beobachtet und diese sich zu den anderen setzt, wird ihr die Gefahr bewusst.	Ihr bisheriges Modell ist bekannt für hohen Stromverbrauch, der Markt erwartet eine längere Akkudauer. Sie kündigen an, dass Sie drei Lösungen haben, eine davon ist eine Weltneuheit. Als Sie endlich zu dem Punkt kommen, haben Sie bereits mehrmals humorvoll über die ideale – aber unmöglich erscheinende – Lösung philosophiert, einen sich selbst aufladbaren Akku zu haben. Plötzlich zeigt der Akku tatsächlich mehr an als noch vor Minuten. Jetzt verraten Sie: Das Handy-Display wird im ausgeschalteten Zustand als Solar-Ladegerät genutzt.
<i>Tension</i>	Melanie und die Lehrerin führen die Kinder langsam und leise aus der Schule. Die Vögel sollen sie nicht bemerken. Dann 15 Sekunden (!) eine absolut stille Einstellung auf die Vögel auf dem Klettergerüst. Wir sehen nicht, was mit den Kindern geschieht und wissen nicht, was die Krähen tun werden (= Tension). Dann ein Geräusch von rennenden Kindern und eine Sekunde später steigen die Krähen alle auf und greifen die Kinder an.	Sie beginnen damit, wie erfolgreich Ihr bisheriges Modell war. Heute wird es durch ein neues ersetzt. Sie nennen den Namen des neuen Modells, das nun jeder sehen will. Doch anstatt es zu zeigen, verzögern Sie, indem Sie noch einen drei, vier Sätze langen Ausflug in die Historie der bisherigen Modelle und deren Entwicklung machen.
<i>Surprise</i>	Der erste Angriff eines Vogels im Film: Melanie fährt mit einem Boot über die Bucht. Szene 1: eine Sekunde fliegt eine Möwe an. Szene 2: eine Sekunde hackt sie im Vorbeiflug auf Melanie ein (= Surprise). Szene 3: eine Sekunde fliegt die Möwe weg. Szene 4: Blut fließt von Melanies Stirn.	Sie lassen den Meinungsführer im Publikum das Handy in die Hosentasche stecken und den neuen, starken Vibrationsalarm fühlen. Es ist eine starke, gleichmäßige Vibration. Dann sagen Sie, jetzt rufe sein Bruder an. Wieder spürt er die Vibration, doch überraschenderweise vibriert es diesmal rhythmisch unterbrochen. Denn: Verschiedene Rhythmen können einzelnen Anrufern zugeordnet werden.

Fehler: Das Highlight gehört nicht auf die Titelfolie

In einer Präsentation entsteht Suspense dadurch, dass das Publikum nicht nur mitdenkt, sondern vorausdenkt: Was wird der Präsentierende sich wohl ausgedacht haben? Was wird er gleich aus der Tasche ziehen? Und wann zeigt er es endlich? Fragen Sie sich als Vortragender also: Was ist der Höhepunkt meiner Präsentation? Was ist das Highlight meines Produktes, die große Neuigkeit, die Information, mit der keiner rechnet? Leider wird dies oft schon auf der Titelfolie verraten. Vollkommen falsch! Halten Sie es geheim und bauen Sie Ihre gesamte Präsentation auf dieses Highlight hin auf. Und was, wenn Ihr Highlight Ihrem Publikum schon bekannt ist? Dann tun Sie so, als ob es niemand kennt. Sie werden sehen: Das funktioniert.

Nehmen wir beispielsweise an, Sie präsentieren eine neue Generation Ihres Produktes. Die Besonderheit ist ein von Ihrem Unternehmen so bezeichneter „Turbo-LED-Brömsel“. Ihr Kunde weiß das längst, denn Sie haben mit ihm auf der Messe schon darüber gesprochen, und die Pressemitteilung hat er ebenfalls gelesen. Trotzdem bauen Sie Ihre Präsentation so auf, als wüsste er es nicht. Sie erwähnen den Brömsel nicht einmal. Sie ziehen den Brömsel allerdings auch nicht am Ende der Präsentation plötzlich und unerwartet aus der Tasche. Denn dann wäre die Wirkung zu kurz. Stattdessen machen Sie die ganze Zeit Andeutungen.

Sie erwähnen beispielsweise, dass es in der Entwicklung ein Problem gab, an dem schon viele gescheitert sind (auch der Wettbewerb!). Sie waren also auf der Suche nach einer Lösung, die es möglich macht, durch hohe Umdrehung und Licht ... blablabla. Doch das war natürlich nicht so einfach. Begründen Sie, warum Sie sich bei der Lösungssuche für diesen oder jenen Weg entschieden haben, nehmen Sie geschickt Bedenken vorweg, machen Sie Andeutungen zu der Lösung, die Sie letztlich gefunden haben – aber zeigen Sie die Lösung erst später. Ziel ist, ähnlich wie im Krimi, dass der Zuhörer viele Einzelteile kennt, aber bis zum Schluss nicht weiß, wie diese ein Ganzes ergeben.

Tension: Kurze Anspannung für ein paar Sekunden erzeugen

Eine zweite Hitchcock-Zutat, die Tension, steht für die kurze Anspannung. Tension bezeichnet eine akute Bedrohungssituation,

die sich nur bedingt zeitlich strecken lässt. Der Zuschauer wird auf die Folter gespannt – aber nur für einen kurzen Augenblick. Entstehen kann Tension durch Verlangsamung der Szene oder durch Schnittfolge. Die Handelnden spielen z. B. langsamer, weil sie einen längeren Dialog führen oder zusammen eine größere Wegstrecke zurücklegen müssen. Oder: Der Mörder hebt das Messer zum Stich. Schnitt und Kameraschwenk auf jemanden, der plötzlich um die Ecke kommt. Der Mörder muss sich kurz zurückziehen, bevor er erneut ansetzen kann.

In Ihrer Präsentation können Sie kurze Wartezeiten – und damit Tension – besonders leicht auf der formalen Ebene erzeugen: indem Sie z. B. eine Sprechpause machen oder einen Schluck Wasser trinken. Oder: Sie wechseln auf der Bühne zu

einem anderen Medium, vom Flipchart zum Beamer. Natürlich sprechen Sie diese Pseudo-Begründung für Ihre Warteschleife nicht aus, sondern lassen die Zuschauer im Unklaren.

Auch Ihre Stimme und Körpersprache können Sie nutzen, um Tension zu erzeugen. Erzielen Sie durch Betonungen oder Pausen Spannungsmomente, arbeiten Sie mit Gestik und Mimik und: Sprechen Sie mit Doppelpunkt. Wenn Sie eine wichtige Botschaft transportieren, bauen Sie Ihren Satz so auf, dass diese wichtige Information ganz am Ende steht. Statt zu sagen: „Mit 25 neuen Filialen haben wir nun einen neuen Rekord“, sagen Sie: „Wir haben einen Rekord mit neuen Filialen aufzuweisen. In diesem Jahr haben wir bereits viele neue Filialen, nämlich: 25!“ Der Doppelpunkt wird dabei zur Sprechpause setzen, desto spannender. Die 25 betonen Sie zudem noch besonders stark. Dieser kleine Moment der Tension-Pause sorgt dafür, dass es zum einen spannend wird, und zum anderen, dass Ihre Information besser gemerkt wird.

Surprise und Mystery: Überraschen und Fragen aufwerfen

Surprise, die Überraschung, steht für etwas, das plötzlich und unerwartet eintritt. Sie löst eine kurze, aber heftige Emotion aus. Ebenso wie Tension ist Surprise ein Element innerhalb einer Szene und der Suspense untergeordnet. Die hervorgerufene Emotion kann in wenigen Sekunden vorbei sein, was eigentlich nicht Hitchcocks Vorstellung entsprach. Dennoch setzte er Surprise wohl-dosiert ein. In einer Präsentation ist alles eine Überraschung, womit das Publikum nicht rechnet. Ob Sie plötzlich mit der flachen Hand auf ein Flipchart schlagen, sich schweigend ins Publikum setzen oder eine Lösung vorschlagen, die jeder für undenkbar hält: All das erzeugt Aufmerksamkeit.

Ein wirkungsvolles Stilmittel, um Spannung zu erreichen, ist last but not least: Mystery. Mystery im Sinne von Geheimnis, lässt den Zuschauer vollkommen im Unklaren, wie es überhaupt zu einer Situation gekommen ist. Das ist bei Hitchcock häufig der Fall. Während des gesamten Films „Die Vögel“ beispielsweise klärt Hitchcock uns nicht darüber auf, warum die Vögel überhaupt angreifen. Er selbst hatte zu Beginn der Dreharbeiten in einer Zeitungsmeldung gelesen, dass eine Gruppe Krähen Lämmer angegriffen haben. Der Grund hierfür war Tollwut. Doch das wollte Hitchcock nicht erwähnen. Stattdessen lässt er im Film eine Ornithologin erklären, dass Vögel überhaupt nicht zu gemeinschaftlichen Angriffen fähig seien – und macht das Geheimnis auf diese Weise nur größer.

In Präsentationen ist Mystery vor allem als Einstieg geeignet. Versetzen Sie Ihre Teilnehmer beispielsweise gleich am Anfang in die Situation, die sie erleben werden, wenn Sie Ihr Produkt bereits besitzen. Die Zuhörer wollen im Anschluss garantiert so schnell wie möglich erfahren, ob und wie Sie diese Situation tatsächlich herstellen konnten. Als Vortragender präsentieren Sie also erst die Lösung und erzeugen damit ein tolles Bild in den Köpfen der Teilnehmer – Übertreibungen erlaubt, Aufmerksamkeit garantiert!

Wie auch immer Sie im Einzelnen vorgehen – mit all den Mitteln und Techniken sorgen Sie für Aufmerksamkeit und Beteiligung. Sie wecken Emotionen. Und mobilisieren damit das Steuer für Ihren Überzeugungsprozess. Sir Alfred Hitchcock ist der Meister des spannenden Films. Mit seinen Methoden können Sie zum Meister der spannenden Präsentation werden.

Michael Moesslang ■

Service

Literaturtipps

► **Michael Moesslang: So würde Hitchcock präsentieren. Überzeugen Sie mit dem Meister der Spannung.** Redline, München 2011, 17,99 Euro.

Ein Aufruf an alle Präsentatoren, mehr zu wagen: mehr Spannung, mehr Farbe, mehr Überraschung. In seinem Buch beschreibt Moesslang auf packende Weise, welche Register Hitchcock zog – und Präsentierende ziehen können –, um Spannung zu erzeugen. Mit vielen Analysen von Filmsequenzen und konsequenter Übertragung auf Business-Vorträge. Ein spannendes Buch, das Lust auf gute Vorträge macht – und die Idee weckt, sich wieder einmal einen alten Hitchcock-Streifen anzusehen.

► **Gerriet Danz: Neu präsentieren. Begeistern und überzeugen mit den Erfolgsmethoden der Werbung.** Campus, Frankfurt a.M./New York 2010, 19,90 Euro.

Vom Audi auf der Sprungschanze bis zum Paulaner-Garten: Anhand zahlreicher Beispiele erfolgreicher Werbekampagnen veranschaulicht Danz, mit welchen Methoden ein Publikum zu gewinnen ist. Das Buch liefert eine Fülle konkreter Ratschläge für fesselnde Vorträge, gleichzeitig liefert es Raum für die eigene Inspiration.

► **Hans-Uwe L. Köhler: Die perfekte Rede. So überzeugen Sie jedes Publikum.** Gabal, Offenbach 2011, 24,90 Euro.

Das neueste Buch zum Thema, geschrieben von einem alten Redner-Hasen und Verkaufsexperten. Das Buch richtet sich an alle, die vor großem Publikum reden, und zeigt sämtliche Grundlagen-Elemente einer guten Rede auf.

Linktipps

► www.youtube.com/watch?v=5o848kFD3uM

12-minütiger Film zur Frage: Wie würde Hitchcock präsentieren? Michael Moesslang mit kurzen Vortragssequenzen über gute Vorträge.

► www.hitchcockwiki.com

Alles über Hitchcock.