



Michael Moesslang

Vortragsredner, Trainer und Coach

Neugierde ist die Grundvoraussetzung für Spannung

■ In Ihrem Buch „So würde Hitchcock präsentieren“ schreiben Sie: „Eine Präsentation ist eine Show ohne Showtreppe“. Was macht eine gute Performance aus?

Eine gute Präsentations-Show sorgt dafür, dass die Teilnehmer aufmerksam bleiben und transportiert dabei das Thema, ist also kein Selbstzweck. Show, nur um der Show willen, bewirkt eher negative Reaktionen. Eine Präsentation, die emotional und spannend ist, erreicht die Zuhörer und trägt so maßgeblich zum Überzeugungsprozess bei.

Wie schafft man den Spagat zwischen Spannung und Seriosität, wenn man jede Präsentation als Entertainment für die Zuhörer betrachtet?

Ich empfinde das als keinen Spagat, denn das setzt ja voraus, dass Spannung etwas Unseriöses sei. Wenn Sie Ihre Produktpräsentation spannend machen und so mit den Emotionen des Zuschauers spielen, unterstützt das Ihr Ziel, und Ihr Publikum hat mehr Spaß. Spaß wiederum ist ja als Katalysator für Denk- und Lernprozesse eine enorme Unterstützung.

Sie sagen „Präsentationen brauchen eine Dramaturgie“: Wie lässt sich bei

„trockenen“ Themen ein Spannungsbogen erzeugt?

Das Grundprinzip jeder Dramaturgie ist, dass dem Zuschauer eine Lösung vorschwebt und die Handlung diese zu erreichen versucht – oder eine überraschend andere bietet. Der Zuschauer fiebert mit dem Helden mit, wie er es denn letztlich schafft, womöglich zwischendrin immer mal wieder scheitert.

Auch trockene Themen bieten Neuigkeiten fürs Publikum. Wenn Sie diese jedoch einfach so vortragen, womöglich gleichwertig mit vielen anderen Informationen, werden sie kaum besonders bemerkt werden. Wenn Sie stattdessen auf diese Neuigkeiten hinarbeiten, sie also ankündigen ohne sie schon zu nennen, wird das Publikum neugierig. Neugierde ist die Grundvoraussetzung für Spannung. Wenn sie es nun schaffen, diese Information so lange vorzuenthalten, dass das Publikum schon darauf brennt, sie zu erfahren, wird auch ein trockenes Thema spannend. Diese Zeitspanne dafür kann im Sekundenbereich liegen – oder die ganze Präsentation anhalten. Je nachdem, welche Bedeutung die Information haben soll.

Dazu gehört auch, dass die Information dann entsprechend spannend ausgesprochen wird, unterstützt von Körpersprache, Stimme und gezielt eingesetzten Sprechpausen. Auch darauf gehe ich im Buch ein.

Die Zuhörer mit „Kopfkino“ fesseln: Wie funktioniert das?

„Wie war Ihr letzter Urlaub?“ ... Kopfkino bedeutet ja, dass Bilder entstehen. Durch diese einfache Frage rege ich Ihre Phantasie an und Sie haben sofort Bilder Ihres Urlaubs im Kopf. Das geht sogar, wenn ich sage: „Denken Sie nicht an einen Strand an einem schönen blauen Meer.“ Trotz dem Wort „nicht“, entstehen unweigerlich passende Strandbilder. Sie können das auch mit der Bildersprache viel umfangreicher machen. Dabei wird eine rein beschreibende und sehr einfache Sprache eingesetzt: „Marion steigt unter die Dusche. Sie dreht das Wasser auf. Sie genießt es, nach der langen Fahrt über staubige Straßen. Sie seift sich ein. Da geht die Tür des Badezimmers auf. Marion bemerkt es nicht. Eine Frau nährt sich dem Duschvorhang. Sie ist nur als dunkler Umriss zu erkennen. Die Frau reißt den Duschvorhang zur Seite. Marion schreit. Die alte Frau hat ein großes Messer ...“

In diesem Text sind keine Interpretationen, denn selbst, dass Marion die Dusche genießt, ist zu sehen. Ich beschreibe, was ich sehe oder höre. Der Zuschauer wird genau dazu Kopfkino haben. Je genauer ich beschreibe, desto ähnlicher werden seine Bilder sein. Wenn ich dagegen nur vom

Strand am Meer spreche, lasse ich dem Zuschauer die Möglichkeit, sich seinen ganz eigenen Strand vorzustellen. Eine kleine Bucht oder ein kilometerlanger Strand. Viele Menschen oder ganz alleine. Ruhiges Wasser oder tosende Wellen.

Was sind die größten Fehler, die bei einer Präsentation gemacht werden können?

Monotonie und zu wenig Vorbereitung und Üben. Eine schlecht vorbereitete Präsentation, die monoton vorgetragen wird, verlangt den Zuschauern eine anstrengende Form der Konzentration ab, die viele aus dem Publikum nicht bereit sind, mitzumachen. Oder es einfach nicht können. So wird der Zuschauer die Botschaft der Präsentation kaum aufnehmen, die Logik kaum verstehen und auch vermutlich nicht so entscheiden oder handeln, wie es der Präsentator eigentlich erreichen wollte. Schlecht investierte, teure Zeit für beide, Präsentator und Publikum! ■

Webtipp

www.michael-moesslang.de

Buchtipp



Moesslang, Michael:
So würde Hitchcock präsentieren. Überzeugen Sie mit dem Meister der Spannung. München, Redline Verlag 2011 (EUR 18,50)